

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Jenis penelitian deskriptif dan verifikatif akan digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2017), penelitian deskriptif ialah “jenis analisis data dimana data yang terkumpul dijelaskan atau digambarkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi” (Sugiyono, 2017). Sebaliknya, Malhotra (2015) mengartikan penelitian deskriptif sebagai "penelitian yang capaiannya mengindikasikan fenomena tertentu, terutama karakteristik suatu golongan yang relevan seperti konsumen, penjual, organisasi, dan pasar" (Malhotra, 2015). Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki bagaimana persepsi responden terhadap kualitas produk mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli dari bisnis kue La Sadie Bake.

Menurut Sugiyono (2017), penelitian verifikatif juga dikenal sebagai “penelitian kausal karena tujuannya adalah untuk memverifikasi kebenaran hubungan antara sebab dan akibat, khususnya keterikatan antara variabel independen dan variabel dependen” (Sugiyono, 2017). Di Toko Kue La Sadie Bake, data lapangan dikumpulkan untuk mengevaluasi dampak kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebagai bagian dari penelitian verifikatif guna menguji hipotesis. Dengan menggabungkan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif, penelitian ini mengimplementasikan metode *explanatory survey*, yaitu jenis survei yang dirancang untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel-variabel tertentu atau untuk menguji hipotesis terkait hubungan tersebut, dengan mengambil sampel dari jumlah populasi melalui penyampaian angket atau kuesioner sebagai instrumen untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan (Ramdhani, 2018).

#### **3.2 Metode Penelitian**

“Proses penggunaan metode ilmiah untuk menemukan informasi guna memecahkan masalah” adalah definisi penelitian menurut Abd. Mukhid

mendefinisikan penelitian dalam bukunya *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (2021). Deskripsi ini sejalan dengan yang terdapat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), yang mendefinisikan penelitian sebagai proses metodelis dan obyektif dalam mengumpulkan, mengolah, menganalisis, dan menyajikan fakta-fakta dengan tujuan untuk menguji teori-teori atau mencari pemecahan masalah. Sistematis berarti proses yang dilakukan secara logis dan empiris sesuai dengan cara yang dapat diterima oleh penginderaan manusia, sementara obyektif mengacu pada pemikiran atau pernyataan yang berdasarkan fakta, tanpa campuran pendapat pribadi.

### **3.2.1 Objek dan Subjek Penelitian**

Subjek penelitian merujuk pada hal, benda, orang, atau tempat di mana data diambil untuk menemukan variabel yang relevan dan menjadi fokus permasalahan. (Arikunto & Suharsimi, 2016). Subjek mempunyai peranan yang strategis dalam penelitian karena memberikan data mengenai variabel-variabel yang akan diteliti. Sementara itu, objek penelitian mengacu pada kondisi atau situasi yang dijelaskan dari objek yang diteliti untuk memberikan gambaran yang mendalam tentang penelitian tersebut. Menurut Supriati (2012), objek penelitian adalah variabel yang dianalisis oleh peneliti di lokasi penelitian.

Penulis menetapkan bahwa pelanggan yang pernah membeli produk kue dan puding La Sadie Bake serta sumber dari pemilik perusahaan menjadi subjek penelitian ini. Objek penelitiannya adalah variabel kualitas produk, sesuai dengan uraian yang telah diberikan sebelumnya. Untuk itu penulis perlu mengetahui lebih dalam mengenai apakah kualitas barang mempengaruhi keputusan pembelian produk kue dan puding di La Sadie Bake, khususnya bagi warga Kota Bandung yang mayoritas telah mengetahui merek dan produk tersebut meskipun belum pernah membeli produk tersebut secara langsung.

### **3.2.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel**

#### **3.2.2.1 Populasi**

Populasi adalah nilai total yang diperoleh dari beberapa item yang perlu dianalisis. Istilah “populasi” mengacu pada kelompok luas yang mencakup objek

atau individu yang sesuai dengan kriteria tertentu atau dipilih oleh peneliti untuk dipelajari. Populasi tidak hanya berhubungan dengan organisme hidup, tetapi juga mengacu pada benda mati dan fenomena alam. Lebih jauh lagi, istilah “populasi” tidak hanya mencakup jumlah total individu di dalam subjek atau objek yang diteliti, tetapi juga seluruh atribut yang dimilikinya (Mukrimaa et al., 2016).

Menurut Sudjana, tahun 2000 populasi dibedakan menjadi 2, diantaranya:

1. Populasi tak terhingga, yaitu suatu populasi di mana objeknya tak terhingga atau tidak dihitung jumlahnya.
2. Populasi terhingga, yaitu suatu populasi yang terhingga objeknya atau dapat dihitung jumlahnya.

Berdasarkan pengertian diatas, maka populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah total *followers* (pengikut) akun sosial media Instagram La Sadie Bake.

### **3.2.2.2 Sampel**

Sebagian kecil dari keseluruhan populasi diwakili oleh sampel. Jika ada banyak orang dalam populasi dan peneliti tidak dapat menyelidiki semuanya karena kurangnya dana, tenaga, atau waktu, sampel dapat digunakan sebagai perwakilan populasi. Dimungkinkan untuk melakukan generalisasi dari hasil analisis sampel ke seluruh populasi. Oleh karena itu, sampel yang digunakan harus mampu menangkap secara akurat ciri-ciri populasi sasaran. Hasil yang diperoleh tidak dapat dipertanggungjawabkan jika sampelnya tidak representatif.

Sampel penelitian yang berupaya mencerminkan keseluruhan populasi diperlukan untuk penelitian ini. Tabel Stephen Isaac dan William B. Michael (1981) digunakan dalam prosedur pengambilan sampel penelitian ini untuk menetapkan ukuran sampel minimum yang diperlukan. Tabel yang dibuat oleh Stephen Isaac dan William B. Michael digunakan dalam penelitian ini karena memungkinkan penulis mendapatkan ukuran sampel yang diperlukan langsung

dari ukuran populasi dan tingkat kesalahan yang dipilih. Ukuran sampel menghasilkan temuan berikut, khususnya:

**Tabel 3.1**  
**Jumlah Sampel Menggunakan Tabel Isaac dan Michael**

N	Sampel		
	1%	5%	10%
50000	655	346	<b>269</b>

*Sumber: Data diolah Penulis dari Tabel Stephen Isaac dan William B. Michael, 2024*

Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dalam bentuk presentase, di mana semakin kecil kesalahan yang diperbolehkan, semakin akurat sampel yang digunakan. Penelitian ini mengadopsi batas toleransi kesalahan sebesar 10%, yang berarti tingkat akurasi sebesar 90%. Kalkulasi toleransi ketidaktepatan dalam tabel Isaac dan Michael ini setara dengan 10% atau nilai 0,1. Dengan demikian, total sampel pada penelitian ini ditetapkan sebanyak 269 orang.

### 3.2.2.3 Teknik Penarikan Sampel

Secara fundamental, sampel dibagi menjadi dua kategori: sampel acak (*probability*) dan sampel non-acak (*non-probability*). Dalam *probability sampling*, setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Beberapa metode *probability sampling* meliputi *systematic random sampling*, *simple random sampling*, *cluster sampling*, dan *stratification sampling*. Sebaliknya, *non-probability sampling* adalah kebalikan dari *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggota untuk dipilih. Beberapa metode *non-probability* antara lain: *Convenience/Accidental Sampling*, *Purposive Sampling*, *Quota Sampling*, *Saturation Sampling*, dan *Snowball Sampling*.

Dalam penelitian ini, digunakan metode *purposive sampling* yang merupakan teknik *non-probability sampling*. Teknik *purposive sampling* menurut Sugiyono (2018) adalah “pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk

dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti”. Teknik *purposive sampling* dengan kata lain adalah metode pengambilan sampel yang menetapkan karakteristik tertentu, yaitu:

1. Pengikut (*followers*) media sosial La Sadie Bake
2. Pelanggan yang telah melakukan pembelian produk di Toko Kue La Sadie Bake di Bandung.
3. Berumur minimal 17 tahun.

### 3.2.3 Operasionalisasi Variabel

Menurut Mukhtazar (2020), Operasionalisasi variabel penelitian adalah “pendekatan penelitian tunggal yang memberikan panduan tentang bagaimana memodifikasi variabel melalui definisi operasional yang memfasilitasi modifikasi variabel-variabel tersebut” (Mukhtazar, 2020). Kualitas produk (X) adalah variabel independen, sedangkan sikap keputusan pembelian (Y) yang diteliti dalam penelitian ini adalah La Sadie Bakeries. Dengan demikian, operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.2**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
Kualitas Produk (X)	<i>Freshness</i>	Kualitas ketahanan	Tingkat kualitas ketahanan produk	Ordinal	1
		Kadaluwarsa	Jangka kadaluwarsa produk	Ordinal	2
		Kesan kualitas produk	Kesan kualitas produk bagi konsumen	Ordinal	3
	<i>Presentation</i>	Kemudahan penyajian	Kemudahan dalam penyajian produk	Ordinal	4
		Daya tarik warna	Daya tarik warna produk	Ordinal	5
		Daya tarik tampilan	Daya tarik dalam tampilan produk	Ordinal	6

Keputusan Pembelian (Y)	<i>Taste</i>	Konsistensi rasa	Tingkat konsistensi rasa produk	Ordinal	7
		Kesesuaian produk	Kesesuaian produk yang ditawarkan	Ordinal	8
		Keragaman produk	Keragaman produk yang ditawarkan	Ordinal	9
	<i>Innovation food</i>	Keragaman penyajian	Keragaman penyajian produk	Ordinal	10
		Citra kualitas produk	Citra kualitas produk yang dimiliki perusahaan	Ordinal	11
		Kelengkapan informasi	Kelengkapan informasi produk pada kemasan	Ordinal	12
	<i>Product choice</i>	Kesesuaian produk	Produk yang dipilih sesuai dengan harapan	Ordinal	13
		Merek terpercaya	Pemilihan produk berdasarkan kepercayaan merek	Ordinal	14
		Merek dengan daya pembeda	Pemilihan produk berdasarkan nilai tambah konsumen	Ordinal	15
	<i>Brand choice</i>	Kebenaran merek yang ditawarkan	Kebenaran produk yang dijual perusahaan	Ordinal	16
		Kesesuaian jumlah yang diinginkan	Jumlah yang diminta sesuai dengan keinginan konsumen	Ordinal	17
		Kesesuaian biaya yang ditentukan	Kesesuaian biaya yang harus di	Ordinal	18
	<i>Purchase amount</i>				

		bayar oleh konsumen		
<i>Purchase timing</i>	Kemudahan memilih waktu	Kemudahan memilih waktu transaksi	Ordinal	19
	Diskon/promo	Pembelian dilakukan pada saat promo	Ordinal	20
	Event tahunan	Pembelian saat hari besar nasional	Ordinal	21
<i>Payment method</i>	Keberagaman metode pembayaran	Beragam metode pembayaran yang disediakan	Ordinal	22
	Kemudahan metode pembayaran tunai	Kemudahan metode pembayaran secara tunai	Ordinal	23

*Sumber: Data diolah Penulis, 2024.*

### 3.2.4 Jenis dan Sumber Data

Oleh karena itu, jenis dan sumber data yang diperlukan akan dibagi menjadi dua kategori, yaitu data primer dan sekunder. Hal tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Data Primer menurut Sekaran & Bougie (2016) adalah “data yang dikolektifkan secara bertahap untuk melakukan analisis yang lebih menyeluruh dalam rangka mencari jalan keluar untuk masalah yang masih diselidiki” (Sekaran & Bougie, 2016). Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan dengan memberikan kuesioner kepada pelanggan La Sadie Bake, yang mencakup seluruh populasi penelitian.
2. Data Sekunder sebagaimana dijelaskan oleh McDaniel & Gates (2015), adalah "informasi yang terakumulasi dalam bentuk variabel, simbol, atau gagasan yang dapat digunakan untuk menentang asumsi mengenai situasi saat ini" (McDaniel & Gates, 2015). Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan meliputi literatur, artikel, jurnal, situs web, dan sumber informasi.

### 3.2.5 Instrumen Penelitian

Salma Kinanti, 2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO KUE LA SADIE BAKE BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Data memainkan peran penting dalam penelitian karena data memberikan dasar untuk merumuskan hipotesis dan mengkarakterisasi variabel-variabel yang akan diteliti. Menurut Sugiyono, instrumen penelitian adalah alat bantu yang dipilih dan diaplikasikan oleh peneliti untuk mengumpulkan data secara metodis supaya kegiatan tersebut menjadi terstruktur dan mempermudah.

Penulis menggunakan kuesioner atau angket yang disebarluaskan secara luas untuk mengumpulkan data penelitian. Responden yang memiliki pengalaman dalam penerapan dan evaluasi kualitas produk akan diberikan kuesioner yang berisi serangkaian pertanyaan tertulis dan disebarluaskan secara daring. Dengan menggunakan platform *Google Form*, kuesioner akan dikirimkan kepada beberapa pelanggan Toko Kue La Sadie Bake. Karena metode pengumpulan data ini tidak selalu sederhana dan kerap kali menimbulkan kemungkinan pemalsuan, maka pengujian data diperlukan untuk menjamin kualitasnya. Pengujian data terdiri dari dua tahap utama yaitu uji validitas dan reliabilitas, yang dilakukan dengan perangkat lunak *IBM Statistical Product for Service Solutions (SPSS)* versi 26 untuk Windows.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Banyak peneliti telah menggunakan skala Likert untuk mengumpulkan informasi melalui survei. Menurut Siyoto dan Sodik (2015), instrumen penelitian adalah alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, yang kemudian diorganisasikan relevan dengan metodologi penelitian yang dipilih. Metode-metode tersebut dapat berupa observasi, penyebaran kuesioner, wawancara, dan lainnya. Penulis memberikan beberapa pertanyaan secara daring kepada responden dengan membuat beberapa pilihan jawaban yang akan dijawab dalam bentuk skala Likert dengan skor 1 hingga 4.

### **3.2.6 Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian, mengumpulkan data bertujuan untuk memperoleh materi, informasi, fakta, dan keterangan yang dapat dipercaya (Mukrimaa et al., 2016). Berikut dua metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Studi literatur, merujuk pada proses pengumpulan data yang berkesinambungan dengan teori atau variabel yang sedang diteliti, seperti kualitas produk dan minat beli. Literatur yang dikaji dalam penelitian ini berasal dari berbagai sumber, termasuk: a) skripsi; b) jurnal dan artikel; c) media elektronik (internet); dan d) mesin pencari Google Scholar.
2. Wawancara, merupakan data dan informasi diperoleh secara langsung dari narasumber yang dipilih. Wawancara dilakukan secara tatap muka, dengan pedoman berupa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada pemilik usaha dan pelanggan mengenai variabel yang diteliti, yaitu kualitas produk dan minat beli.

### **3.2.7 Uji Validitas dan Realibilitas**

Data memainkan peranan inti dalam penelitian, karena data menggambarkan faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan membantu dalam menyusun hipotesis. Pengumpulan data melalui berbagai metode sering kali tidak mudah dan dapat mengalami adanya resiko pemalsuan. Karena itulah, pengujian data untuk memastikan kualitasnya sangatlah penting, khususnya pada instrumen penelitian yang telah didistribusikan secara luas kepada responden. Penelitian ini terdiri dari dua tahap pengujian, yaitu pengujian validitas dan reliabilitas. Perangkat lunak *IBM Statistical Product for Service Solutions* (SPSS) versi 26 untuk *Windows* diperuntukan sebagai media pengujian dalam penelitian ini.

#### **A. Pengujian Validitas**

Pengujian validitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengevaluasi seberapa baik instrumen, strategi atau metodologi yang digunakan dalam mengkuantifikasi konsep yang diacu. Jika kriteria instrumen secara teoritis mencerminkan secara akurat apa yang diukur, maka instrumen tersebut akan mempunyai validitas internal yang disebut juga dengan validitas rasional. Sebaliknya kriteria instrumen mempunyai validitas eksternal jika didasarkan pada fakta empiris yang sebenarnya (Sekaran dan Bougie, 2016). Rumus Korelasi *Product Moment* dapat digunakan untuk menguji validitas ini:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Sumber: (Malhotra & Birks, 2013)

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi product moment

$n$  = Jumlah sampel

$\sum$  = kuadrat faktor variabel X

$\sum X^2$  = Kuadrat faktor variabel X

$\sum Y^2$  = Kuadrat faktor variabel Y

$\sum XY$  = Jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Di mana:  $r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variabel X dan Variabel Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikan sebagai berikut:

1. Nilai  $r$  dibandingkan dengan harga  $r$ -tabel dengan  $dk = n-2$  dan taraf signifikansi  $\alpha = 0.05$
2. Item pernyataan responden penelitian dikatakan valid jika  $r$  hitung lebih besar atau sama dengan  $r$ -tabel ( $r$ -hitung  $\geq r$ -tabel)
3. Item pernyataan responden penelitian dikatakan tidak valid jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$ -tabel ( $r$ -hitung  $\leq r$ -tabel)

Untuk memastikan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat memberikan hasil yang akurat, diperlukan uji validasi. Dalam penelitian ini, validitas dicoba pada instrumen yang menilai kualitas barang sebagai variabel X dan pilihan pembelian sebagai variabel Y.

Setelah melakukan uji validitas dengan menggunakan perolehan data dari kuesioner yang menarik responden 30 orang, tingkat signifikansi 5%, dan derajat kebebasan 28 ( $df=n-2$ , dimana  $n$  adalah jumlah responden), maka ditentukan nilai  $r$ -tabel. Pernyataan yang dikeluarkan dapat dianggap sah apabila nilai  $r$ -hitung melebihi nilai  $r$ -tabel. Hasil evaluasi masing-masing Variabel X (Kualitas Produk)

dan Variabel Y (Keputusan Pembelian) untuk validitas ditunjukkan pada Tabel 3.3 dan 3.4.

**Tabel 3.3**  
**Hasil Pengujian Validitas Variabel X (Kualitas Produk)**

No.	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	Tingkat kualitas ketahanan produk yang ditawarkan	0,894	0,361	Valid
2.	Tingkat kesesuaian jangka kadaluwarsa produk yang di informasikan	0,908	0,361	Valid
3.	Tingkat kesan kualitas produk bagi konsumen	0,855	0,361	Valid
4.	Tingkat kemudahan dalam penyajian produk	0,833	0,361	Valid
5.	Tingkat daya tarik warna pada produk	0,781	0,361	Valid
6.	Tingkat daya tarik pada tampilan produk	0,864	0,361	Valid
7.	Tingkat konsistensi rasa produk	0,849	0,361	Valid
8.	Tingkat kesesuaian antara produk yang ditawarkan dan aslinya	0,836	0,361	Valid
9.	Tingkat keragaman produk yang ditawarkan	0,758	0,361	Valid
10.	Tingkat keragaman penyajian pada produk yang ditawarkan	0,771	0,361	Valid
11.	Citra kualitas produk yang dimiliki oleh perusahaan	0,756	0,361	Valid

*Sumber: Hasil Pengolahan Data (Menggunakan SPSS 26.0 for Windows)*

Hasil dari Tabel 3.3 menunjukkan bahwa semua pernyataan yang dibuat oleh responden selama uji validitas dianggap sah karena angka  $r$ -hitung lebih tinggi dari nilai  $r$ -tabel yang telah ditetapkan. Oleh karenanya, pernyataan-pernyataan ini dapat digunakan sebagai alat ukur yang tepat. Dalam hal daya tahan, hasil pengujian menunjukkan bahwa pernyataan yang berkaitan dengan “Tingkat kesesuaian masa kadaluarsa produk yang diinformasikan” memiliki nilai tertinggi, dengan nilai  $r$ -hitung sebesar 0,908. Sebaliknya, dengan nilai  $r$ -hitung sebesar 0,756, pernyataan “Citra kualitas produk yang dimiliki perusahaan” memiliki nilai terendah dalam

Salma Kinanti, 2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO KUE LA SADIE  
BAKE BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

dimensi kinerja. Hasil Uji Validitas Variabel Y ditunjukkan pada Tabel 3.4 (keputusan membeli).

**Tabel 3.4**  
**Hasil Pengujian Variabel Y (Keputusan Pembelian)**

No.	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
12.	Pembelian produk berdasarkan kelengkapan informasi produk yang ditawarkan perusahaan	0,791	0,361	Valid
13.	Pembelian berdasarkan produk yang dipilih sesuai dengan harapan konsumen	0,750	0,361	Valid
14.	Pembelian produk berdasarkan kepercayaan pelanggan terhadap merek perusahaan	0,631	0,361	Valid
15.	Pemilihan produk berdasarkan nilai tambah yang diberikan oleh perusahaan (Produk berbeda dengan merek lainnya)	0,735	0,361	Valid
16.	Pembelian produk berdasarkan kebenaran merek yang dijual oleh perusahaan (merek asli dibuat perusahaan)	0,738	0,361	Valid
17.	Pembelian produk berdasarkan jumlah (porsi) yang diminta sesuai dengan keinginan konsumen	0,651	0,361	Valid
18.	Pembelian dilakukan berdasarkan kesesuaian antara harga yang ditetapkan dengan produk yang ditawarkan	0,845	0,361	Valid
19.	Pembelian produk karena kemudahan dalam bertransaksi dengan waktu yang fleksibel (tidak dibatasi waktu)	0,581	0,361	Valid
20.	Ketertarikan konsumen melakukan transaksi pada saat diskon atau promo	0,630	0,361	Valid
21.	Ketertarikan konsumen melakukan transaksi pada saat hari besar nasional (Natal, Imlek, Ramadhan)	0,743	0,361	Valid
22.	Metode transaksi yang bervariasi mempermudah pembelian produk yang diinginkan	0,660	0,361	Valid

Salma Kinanti, 2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO KUE LA SADIE BAKE BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

---

23.	Kemudahan metode transaksi secara tunai dalam membeli produk yang ditawarkan	0,760	0,361	Valid
-----	--	-------	-------	-------

---

*Sumber: Hasil Pengolahan Data (Menggunakan SPSS 26.0 for Windows)*

Karena nilai *r-hitung* lebih besar dari nilai *r-tabel* yang telah ditentukan, maka dari hasil Tabel 3.4 dapat ditentukan bahwa seluruh pernyataan yang diberikan responden pada saat uji validitas dianggap valid. Hasilnya, pernyataan-pernyataan ini dapat digunakan sebagai alat pengukuran yang akurat. Pernyataan mengenai “Pembelian dilakukan berdasarkan kesesuaian antara harga yang ditetapkan dengan produk yang ditawarkan” memiliki nilai tertinggi menurut hasil pengujian dengan nilai *r-hitung* sebesar 0,845 pada dimensi *purchase amount*. Sebaliknya pernyataan “Pembelian produk karena kemudahan dalam bertransaksi dengan waktu yang fleksibel (tidak dibatasi waktu)” memiliki nilai paling rendah pada dimensi *purchase timing* dengan nilai *r-hitung* sebesar 0,581.

## **B. Pengujian Realibilitas**

Untuk menjamin pengukuran yang konsisten di semua instrumen dari waktu ke waktu, pengujian reliabilitas mengukur seberapa bebas kesalahan data. Menurut Sekaran & Bougie (2016), reliabilitas merupakan “aspek *consistency and stability* sebuah instrumen ketika mengukur suatu konsep serta membantu dalam menentukan pengukuran dengan jelas” (Sekaran & Bougie, 2016). Tidak adanya kesalahan acak dalam suatu pengukuran adalah definisi lain dari reliabilitas. Skor yang diperoleh dari berbagai skala administrasi diperiksa pada saat uji reliabilitas. Menurut Malhotra (2015), “suatu skala dianggap konsisten dan dapat diandalkan dalam pengukuran jika hubungannya kuat” (Malhotra, 2015).

Karena kuesioner yang dipakai menyandang rentang nilai satu sampai empat pada skala Likert, maka rumus alpha atau *Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) digunakan untuk mengukur reliabilitas pada penelitian ini. *Cronbach alpha* adalah koefisien reliabilitas yang mengukur sejauh mana unit dalam sebuah koleksi saling berkorelasi positif (Sekaran & Bougie, 2016). *Cronbach alpha* ditentukan berdasarkan interkorelasi khas di tengah hal-hal yang memperkirakan suatu ide.

*Cornbach alpha* memiliki derajat konsistensi atau reliabilitas internal yang semakin tinggi nilainya semakin mendekati 1.

Keputusan pengujian reliabilitas item instrumen adalah sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item  $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan *reliable*.
2. Jika koefisien internal seluruh item  $r\text{-hitung} \leq r\text{-tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak *reliable*.

Hasil uji reliabilitas pada tabel menghasilkan nilai  $r\text{-tabel}$  sebesar 0,361 berlandaskan pada penyebaran angket kepada 30 responden bersama tingkat signifikansinya 5% dan *degree of freedom* 28 ( $df = n-2$ , dimana  $n$  ialah banyaknya responden). Apabila hasil pada nilai  $r\text{-hitung}$  lebih tinggi dari nilai  $r\text{-tabel}$  maka pernyataan tersebut dapat dianggap reliabel. *Output* uji reliabilitas variabel X dan Y disajikan pada Tabel 3.5 sebagai berikut.

**Tabel 3.5**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel X dan Y**

No.	Variabel	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1.	Kualitas Produk	0,951	0,361	Reliabel
2.	Keputusan Pembelian	0,909	0,361	Reliabel

*Sumber: Hasil Pengolahan Data (Menggunakan SPSS 26.0 for Windows)*

Karena nilai  $r\text{-hitung}$  lebih besar dari nilai  $r\text{-tabel}$  yang telah ditentukan, maka dari hasil Tabel 3.5 dapat ditentukan bahwa seluruh pernyataan yang diberikan responden pada saat uji reliabilitas dianggap reliabel. Dengan begitu, skala tersebut dianggap konsisten dan dapat diandalkan dalam pengukuran karena hubungannya kuat

### 3.2.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, prosedur statistik diperuntukan sebagai teknik analisis data untuk menentukan apakah data yang dikumpulkan mendukung hipotesis yang diajukan atau tidak. Kuesioner yang didasarkan pada variabel-variabel relevan dengan penelitian ini digunakan sebagai metode pengumpulan data. Proses pemeriksaan informasi dalam penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

Salma Kinanti, 2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO KUE LA SADIE  
BAKE BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

1. Pengumpulan dan pemeriksaan data, termasuk verifikasi kelengkapan identitas responden serta memastikan bahwa data yang diisi sesuai dengan tujuan penelitian.
2. Seleksi data untuk memastikan kebenaran dan kelengkapan data yang telah dikumpulkan.
3. Terakhir adalah tabulasi data, di mana data yang telah dikelompokkan sebelumnya dimasukkan ke dalam sebuah tabel lebih tersusun dan dapat mudah dipahami. Pada proses melakukan tabulasi memerlukan ketelitian untuk menghindari kesalahan. Tabel tabulasi, yang mana kode-kode dari rekaman observasi atau kuesioner ditransfer, merupakan salah satu tabel yang digunakan. Dalam tabulasi data, langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:
  - Masukkan data ke dalam program Excel dari Microsoft.
  - Beri skor pada setiap item.
  - Tentukan skor gabungan untuk setiap item.
  - Buat skor peringkat untuk setiap variabel penelitian.

Data ordinal yang dikumpulkan dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara kualitas produk (X) dengan keputusan pembelian (Y). Penilaian dalam penelitian ini menggunakan skala empat poin. Responden yang memberikan penilaian dengan angka 4 mengindikasikan evaluasi yang sangat baik, sedangkan angka 1 menunjukkan pandangan yang sangat buruk terhadap pernyataan tersebut. Model kelas dan jangkauan jawaban dapat dilihat pada Tabel 3.6 Skor Alternatif berikut.

**Tabel 3.6**  
**Skor Alternatif**

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Sangat Rendah/Sangat Buruk/Sangat Sedikit/Sangat Tidak Sesuai</b>	<b>Rentang Jawaban</b> ←————→	<b>Sangat Tinggi/Sangat Baik/Sangat Banyak/Sangat Sesuai</b>
	Negatif	1 2 3 4	Positif

*Sumber: Data diolah Penulis, 2024.*

Dalam penelitian ini, penulis memilih menggunakan skala likert sebanyak empat poin atau genap untuk menghindari “*Central Tendency Bias*” yang

Salma Kinanti, 2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO KUE LA SADIE  
BAKE BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mungkin terjadi pada skala likert ganjil. *Central Tendency Bias* merupakan kecenderungan responden untuk memilih jawaban tengah pada skala likert ganjil, seperti tiga poin atau lima poin yang dapat mengakibatkan hasil yang tidak akurat. Nemoto & Beglar (2014) menyarankan agar kuesioner dengan skala likert sebaiknya tidak menyertakan pilihan “Netral” atau nilai tengah. Mereka berpendapat bahwa skala pengukuran seharusnya seperti pengukuran fisik dengan penggaris, di mana tidak ada panjang sebuah benda yang menunjukkan hasil pengukuran netral. Selain itu, mereka juga menyatakan bahwa nilai tengah tidak sesuai dengan model statistik karena tidak beraturan, dan sebuah instrumen seharusnya mampu menghasilkan jawaban yang konkret daripada jawaban ‘Netral’ (Suasapha, 2020).

Data skala ordinal dihasilkan dengan cara mengukur pada skala likert. Oleh karena itu, Metode Successive Interval (MSI) diperlukan untuk transformasi data pemodelan regresi. Dengan menyesuaikan proporsi perubahan kumulatif di setiap kategori dengan nilai kurva normal standarnya, transformasi MSI mengubah data ordinal menjadi data interval.

Metode MSI (*Method of Successive Interval*), memiliki beberapa tahapan sebagai berikut:

- Untuk setiap kategori, tentukan jumlah frekuensi pengamatan.
- Tentukan proporsi jumlah observasi setiap kategori.
- Pastikan jumlah total untuk setiap kelas.
- Tentukan nilai Z proporsi kumulatif (distribusi normal).
- Nilai fungsi kepadatan probabilitas pada absis Z merupakan nilai batas.
- Tentukan nilai skala, atau nilai interval rata-rata, untuk setiap kategori
- Tentukan nilai skor dengan menerapkan persamaan yang sesuai pada hasil transformasi setiap kategori

### **3.2.8.1 Analisis Data Deskriptif**

Ketika memeriksa data rata-rata dari sampel tanpa perlu melakukan uji signifikansi dan menggunakan analisis korelasi untuk melihat kemungkinan hubungan antar variabel, analisis data deskriptif sangat penting. Dalam penelitian

ini, instrumen dalam bentuk kuesioner berdasarkan karakteristik terkait digunakan untuk secara tepat mengkarakterisasi bagaimana kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian. Tiga langkah yang membentuk temuan dari proses pengolahan data berdasarkan kuesioner ini: penataan, tabulasi, dan penggunaan data dalam metodologi penelitian. Kedua variabel penelitian ini menjadi sasaran analisis deskriptif dengan menggunakan protokol berikut:

1. Analisis Tabulasi Silang (*Cross Tabulation*), merupakan analisis yang dilakukan untuk melihat apakah terdapat hubungan deskriptif antara dua variabel atau lebih dalam data yang diperoleh (Malhotra, 2015). Analisis ini pada prinsipnya menyajikan data dalam bentuk tabulasi yang meliputi baris dan kolom. Data yang digunakan untuk penyajian *cross tabulation* merupakan data berskala nominal atau kategori (Ghozali, 2014). *Cross tabulation* merupakan metode yang menggunakan uji statistik untuk mengidentifikasi dan mengetahui korelasi antar dua variabel atau lebih, apabila terdapat hubungan antara variabel tersebut, maka terdapat tingkat ketergantungan yang saling mempengaruhi yaitu perubahan variabel yang satu ikut dalam mempengaruhi variabel lain.
2. Skor Ideal, merupakan skor yang secara ideal diharapkan untuk jawaban dari pertanyaan yang terdapat pada angket kuesioner yang akan dibandingkan dengan perolehan skor total untuk mengetahui hasil kinerja dari variabel. Penelitian atau survei membutuhkan instrumen atau alat yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data seperti kuesioner. Kuesioner berisikan pertanyaan yang diajukan kepada responden atau sampel dalam suatu proses penelitian atau survei. Jumlah pertanyaan yang dimuat dalam penelitian cukup banyak sehingga membutuhkan scoring untuk memudahkan dalam proses penilaian dan untuk membantu dalam proses analisis data yang telah ditemukan. Rumus yang digunakan dalam skor ideal yaitu sebagai berikut:

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}$$

3. Tabel Analisis Deskriptif, penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, diantaranya yaitu: 1)

Analisis Deskriptif Variabel X (Kualitas Produk) terfokus melalui *performance, feature, reliability, conformance to specifications, durability, serviceability, aesthetics, dan perceived quality*; 2) Analisis Deskriptif Variabel Y (Keputusan Pembelian) terfokus melalui *product choice, brand choice, purchase amount, purchase timing, dan payment method*. Cara yang dilakukan untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil 0% sampai 100%.

Selain itu, pembuatan garis kontinum dengan empat tingkatan yaitu sangat rendah, rendah, tinggi, dan sangat tinggi mengikuti klasifikasi hasil perhitungan berdasarkan kriteria interpretasi. Tujuan penciptaan garis kontinum ini adalah untuk melakukan perbandingan terhadap skor total dari setiap variabel, baik dari variabel Kualitas Produk (X) maupun variabel Keputusan Pembelian (Y). Proses pembuatan garis kontinum ini dirancang untuk memudahkan dalam menafsirkan data dan memberikan gambaran yang jelas mengenai kedua variabel tersebut. Rancangan langkah-langkah pembuatan garis kontinum dijelaskan sebagai berikut:

1. Menentukan kontinum tertinggi dan terendah

Kontinum Tertinggi = Skor Tertinggi  $\times$  Jumlah Pernyataan  $\times$  Jumlah Responden

Kontinum Terendah = Skor Terendah  $\times$  Jumlah Pernyataan  $\times$  Jumlah Responden

2. Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkat

$$\text{Skor Setiap Tingkatan} = \frac{\text{Kontinum Tertinggi} - \text{Kontinum Terendah}}{\text{Banyaknya Tingkatan}}$$

3. Sesuaikan jarak posisi skor dengan hasil penelitian dan putar garis secara terus menerus. Rumus Skor/Skor Maksimum  $\times$  100% digunakan untuk menghitung persentase posisi skor pada skala penilaian. Penggambaran ukuran-ukuran ini dapat ditemukan pada Gambar 3.1 yang menunjukkan Garis Kontinum Penelitian Kualitas Barang dan Keputusan Pembelian:

Sangat Rendah	Rendah	Tinggi	Sangat Tinggi
---------------	--------	--------	---------------

**Gambar 3.1**

### **Garis Kontinum Penelitian Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian**

Keterangan:

a = Skor Minimum       $\Sigma$  = Jumlah Perolehan Skor

b = Jarak Interval      N = Skor Ideal Teknik Analisis Data Verifikatif

#### **3.2.8.2 Analisis Data Verifikatif**

Penelitian ini juga menerapkan teknik analisis verifikatif selain analisis deskriptif. Teknik analisis verifikatif digunakan untuk menilai sejauh mana kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam teknik ini, hubungan korelatif antara variabel yang diajukan dalam hipotesis akan diuji untuk menentukan seberapa besar pengaruhnya serta signifikansinya. Penelitian ini memfokuskan pada dua variabel, sehingga metode analisis yang diterapkan mencakup uji asumsi klasik, analisis korelasi, regresi linier sederhana, dan pengujian hipotesis.

##### **3.2.8.2.1 Uji Asumsi Klasik**

Melakukan uji asumsi sebelum melakukan uji hipotesis dianggap sebagai salah satu syarat yang harus dilakukan pada penelitian kuantitatif. Jika, hasil dari uji asumsi tidak sesuai dengan hipotesis maka akan timbul bermacam-macam reaksi. Oleh karena itu, melakukan uji asumsi terlebih dahulu adalah hal yang penting dalam penelitian kuantitatif. Pengujian pada asumsi klasik ada empat macam meliputi uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas dan uji auto korelasi. Pada penelitian ini, dilakukan dua jenis pengujian asumsi klasik, yaitu uji normalitas dan uji heterokedastisitas dikarenakan variabel pada penelitian ini hanya terdapat dua variabel yaitu kualitas produk dan keputusan pembelian.

##### **A. Uji Normalitas**

Uji normalitas diperlukan untuk mengetahui apakah model regresi, variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya mengikuti distribusi normal dalam

penelitian (Ghozali, 2018). Metode *One Sample Kolmogorov Smirnov* dapat digunakan untuk melakukan uji normalitas dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka nilai residual terdistribusikan secara normal.
2. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka nilai residual tidak terdistribusikan secara normal.

### **B. Uji Heterokedastisitas**

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat variasi yang tidak merata dari nilai residual dalam model regresi. Penentuan keputusan dilakukan berdasarkan kriteria berikut:

1. Jika terdapat pola yang pasti pada informasi tersebut, misalnya contoh titik fokus yang terkoordinasi (misalnya pada pertemuan, lebar, kemudian, pada saat itu, menyamping), maka hal ini menunjukkan adanya heteroskedastisitas.
2. Dengan asumsi tidak terdapat pola nyata serta titik fokus tersebar sembarang sekitar angka 0, maka pada titik tersebut dapat diasumsikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **3.2.8.2.2 Korelasi Sederhana**

Kekuatan dan arah hubungan dua variabel dapat dinilai dengan menggunakan analisis korelasi sederhana (*Bivariate Correlation*). Metode ini memberi tahu Anda seberapa dekat hubungan variabel-variabel ini satu sama lain. Korelasi *Pearson*, *Kendall's tau-b*, dan *Spearman Correlation* adalah tiga contoh analisis korelasi sederhana yang dapat ditemukan pada perangkat lunak statistik seperti SPSS.

Data skala interval dapat dianalisis menggunakan Korelasi *Pearson*, yang juga dikenal sebagai *Pearson Product Moment*. Koefisien koneksi berikutnya ( $r$ ) berubah dari -1 menjadi 1. Interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

1. Hubungan dua variabel semakin kuat bila nilainya mendekati 1 atau -1.

2. Nilai yang mendekati 0 memperlihatkan melemahnya hubungan kedua variabel.
3. Nilai negatif memperlihatkan hubungan yang berbanding terbalik (X naik, kemudian Y turun), sedangkan nilai positif artinya, hubungan searah (jika X naik, maka Y juga naik).

#### A. Koefisien Korelasi Sederhana

Nilai pada koefisien korelasi dapat diterapkan untuk menjelaskan bagaimana hubungan dua variabel terbentuk. Angka atau indeks yang disebut koefisien korelasi ( $r$ ) digunakan agar mengetahui seberapa kuat hubungan yang terjalin antara dua variabel. Rumus untuk menentukan koefisien korelasi adalah sebagai berikut.

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

X = Variabel Kualitas Produk

Y = Variabel Keputusan Pembelian

n = Banyaknya sampel

Dengan nilai dari  $r$  antara -1 dan 1 ( $-1 \leq r \leq 1$ )

#### B. Interval Keeratan Antar Variabel

Tabel 3.7 menggambarkan derajat kekuatan hubungan dua variabel yang dapat digunakan untuk menentukan peringkat sangat kuat, kuat, lemah, atau tidak ada hubungan sama sekali.

**Tabel 3.7**

#### Pedoman Untuk Pemberian Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

*Sumber: (Sugiyono, 2007)*

Salma Kinanti, 2024

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO KUE LA SADIE  
BAKE BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### 3.2.8.2.3 Regresi Linier Sederhana

Hubungan fungsional atau sebab akibat antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat disebut dengan regresi linier sederhana. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$\bar{Y} = a + bX$$

Keterangan:

$\bar{Y}$  = Variabel terikat (keputusan pembelian)

$a$  = Konstanta

$b$  = Koefisien regresi, yang dimana apabila positif arah garis naik, dan bila negatif maka arah garis turun. (koefisien arah regresi linear).

$X$  = Variabel bebas (kualitas produk)

Untuk menghitung persamaan regresi tersebut, dengan begitu diperlukan tabel penolong.

### 3.2.8.2.4 Pengujian Hipotesis

#### A. Uji T (Parsial)

Sejati & Yahya (2016) mengatakan bahwa tujuan pengujian ini adalah “untuk memperlihatkan apakah variabel independen berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 5%” (Sejati & Yahya, 2016). Kriteria berikut digunakan untuk membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  guna mengambil keputusan uji t:

1. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai  $t$ -hitung di bawah 0,05, hasilnya hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, yang mengartikan bahwa ditemukan pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai  $t$ -hitung di atas 0,05, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak, yang menunjukkan bahwa tidak terindikasi pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

#### B. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas dan variabel terikat secara tidaklangsung dapat menjelaskan variasi yang terjadi. Koefisien jaminan mempunyai nilai yang berkisar di antara nol hingga satu, dimana nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa faktor bebas memberikan data penting untuk memperkirakan variabel yang dapat diandalkan (In & Asyik, 2019). Rumus berikut digunakan untuk menentukan koefisien determinasi:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Nilai koefisien determinasi

R = Nilai koefisien korelasi