

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian Sujarweni (2020), adalah suatu rencana tentang bagaimana mengumpulkan dan mengolah data agar penelitian yang dengan harapan bisa tercapai. Sedangkan, Creswell (2018) desain penelitian merupakan struktur konseptual yang berfungsi sebagai pedoman dalam pelaksanaan penelitian, yang meliputi kerangka filosofis fundamental hingga penentuan prosedur terperinci terkait metode pengumpulan dan analisis data. Maka begitu, berkesimpulan penetapan desain atau rancangan penelitian menjadi suatu aspek krusial yang berperan sebagai landasan utama demi menjamin validitas dan reliabilitas hasil riset.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk mengukur variabel-variabel secara objektif dan menganalisis hubungan antar variabel menggunakan teknik statistik. Menurut Sugiyono (2018:14), pendekatan kuantitatif berakar pada paradigma positivisme, yang menekankan penelitian terhadap populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel secara acak (random sampling). Pengumpulan data dilakukan melalui instrumen penelitian yang telah terstandarisasi, sedangkan analisis data dilakukan menggunakan prosedur statistik. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh data yang dapat diukur secara numerik guna menguji hubungan antar variabel yang diteliti. Selain itu, penelitian ini bersifat deskriptif verifikatif, di mana metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik variabel-variabel, seperti persepsi konsumen terhadap kualitas rasa kudapan tradisional, sedangkan metode verifikatif bertujuan untuk menguji validitas teori atau dugaan awal melalui pengujian hipotesis secara sistematis dan empiris. Istilah verifikatif merujuk pada upaya pembuktian terhadap hipotesis yang telah dirumuskan guna menentukan apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak berdasarkan data yang diperoleh.

Pada riset ini melibatkan empat variabel, meliputi tiga variabel bebas, yakni persepsi harga (X_1), kualitas produk (X_2), serta kualitas pelayanan (X_3), dan satu

variabel terikat, yaitu keputusan pembelian (Y). Tujuan utama dari riset ini ialah untuk mengkaji besaran pengaruh yang diberikan oleh persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan kepada keputusan pembelian konsumen kudapan tradisional di Kecamatan Karangampel Kabupaten Indramayu.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipergunakan pada riset ini ialah kuantitatif dengan dibarengi metode deskriptif verifikatif. Penelitian deskriptif akan menghasilkan mengenai pengaruh persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan kepada keputusan pembelian kudapan tradisional di Kabupaten Indramayu. Sedangkan, penelitian verifikatif akan menghasilkan kebenaran hipotesis yang telah disusun sebelumnya. Maka begitu, peneliti menetapkan penggunaan pendekatan kuantitatif melalui metode deskriptif verifikatif, yang bertujuan untuk menginvestigasi besaran dan arah pengaruh persepsi harga, kualitas produk, serta kualitas pelayanan kepada keputusan pembelian kudapan tradisional di wilayah Kecamatan Karangampel Kabupaten Indramayu.

3.3 Objek dan Subjek Penelitian

3.3.1 Objek Penelitian

Persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas layanan merupakan tiga faktor independen yang digunakan sebagai prediktor dalam penelitian ini. Pilihan untuk membeli jajanan tradisional di Kabupaten Indramayu merupakan variabel dependen. Studi ini mengkaji jajanan tradisional di Kabupaten Indramayu dan bagaimana faktor-faktor seperti persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas layanan memengaruhi keputusan konsumen untuk membelinya.

3.3.2 Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan objek atau fokus utama dari suatu penelitian, yakni pihak atau sumber dari mana data diperoleh dalam konteks penelitian. Subjek penelitian dapat berupa individu, kelompok, lembaga, peristiwa atau gejala sosial yang sesuai dengan tujuan penelitian. Maka begitu, subjek penelitian menjadi fokus utama dalam mengumpulkan data penelitian (Sugiyono, 2017:25).

Merujuk pada uraian sebelumnya, subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang memiliki pengalaman dalam mengenal, mencoba, serta secara aktif mengunjungi atau melakukan pembelian terhadap 17 jenis kudapan tradisional yang

tersedia di 11 lokasi usaha kuliner di wilayah Kecamatan Karangampel, Kabupaten Indramayu.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

Setiap kegiatan penelitian mensyaratkan terdapatnya entitas yang jadi fokus kajian, baik dalam bentuk objek maupun subjek, yang berperan penting dalam proses identifikasi dan pemecahan masalah. Dalam konteks tersebut, penetapan populasi merupakan langkah fundamental, karena memungkinkan peneliti untuk melakukan reduksi data melalui pengambilan sebagian unsur yang dianggap mewakili keseluruhan karakteristik populasi. Fraksi representatif ini dikenal sebagai sampel, yang berfungsi untuk menyederhanakan proses analisis data tanpa mengurangi validitas temuan. Pemilihan sampel dilakukan melalui penerapan metode atau teknik sampling tertentu yang disesuaikan dengan tujuan dan desain penelitian.

3.4.1 Populasi

Populasi dipahami sebagai cakupan generalisasi yang mencakup entitas baik berupa objek maupun subjek yang punya atribut dan kuantitas tertentu, sebagaimana telah ditetapkan oleh peneliti sebagai sasaran kajian guna memperoleh simpulan yang bersifat inferensial (Sugiyono, 2019:126). Berdasarkan definisi tersebut, populasi pada riset ini merujuk pada konsumen atau wisatawan yang mengetahui atau mencicipi serta pernah mengunjungi dan melakukan pembelian kudapan tradisional Kabupaten Indramayu. Namun, konsumen atau wisatawan yang mengetahui atau mencicipi serta pernah mengunjungi dan melakukan pembelian kudapan tradisional Kecamatan Karangampel Kabupaten Indramayu jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019:127), sampel merupakan bagian dari populasi yang mencerminkan kuantitas dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Oleh karena itu, pemilihan sampel harus dilakukan secara cermat agar memiliki derajat keterwakilan yang tinggi terhadap populasi secara keseluruhan. Untuk menjamin kesesuaian antara jumlah sampel dan populasi yang diteliti, diperlukan perhitungan yang sistematis dengan menggunakan rumus tertentu yang sesuai dengan karakteristik dan kondisi populasi yang bersangkutan.

Rumus *lemeshow* sebagai suatu metode statistik yang dipergunakan untuk menentukan ukuran sampel dalam kondisi di mana jumlah populasi (N) tidak diketahui secara pasti. Pendekatan ini kerap digunakan dalam penelitian sosial dan kesehatan masyarakat yang mengandalkan data primer dari populasi luas dan tidak teridentifikasi secara keseluruhan. Keberadaan sampel yang representatif memiliki peran krusial dalam menjamin validitas dan keterwakilan data terhadap populasi target secara keseluruhan. Maka itu, penggunaan rumus Lemeshow menjadi relevan dalam situasi yang menuntut estimasi jumlah sampel secara proporsional tanpa mengandalkan data populasi yang lengkap:

$$n = \frac{z^2 \times P (1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alfa (0,10) atau sampling eror = 10%

Maka begitu, populasi pada riset ini terdiri atas konsumen yang punya pengalaman dalam mengenal, mencicipi, mengunjungi, atau melakukan pembelian kepada kudapan tradisional khas Kabupaten Indramayu. Mengingat jumlah populasi tersebut tidak dapat diketahui secara pasti, maka digunakan tingkat kelonggaran (margin of error) sejumlah 10% sebagai dasar dalam penentuan ukuran sampel. Untuk memperoleh jumlah sampel yang diperlukan, perhitungan dilakukan dengan memakai rumus Lemeshow sebagaimana dijelaskan berikut ini:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,10^2} = 96,04$$

Berlandaskan hasil perhitungan memakai rumus Lemeshow, diperoleh estimasi jumlah sampel sejumlah 96,04 responden. Untuk mempermudah pelaksanaan penelitian di lapangan serta mempertimbangkan kepraktisan dalam proses penghimpunan data, jumlah tersebut kemudian dibulatkan menjadi 100 responden yang akan dijadikan subjek pengisian kuesioner. Pemilihan rumus Lemeshow oleh peneliti didasarkan pada pertimbangan yaitu populasi yang jadi sasaran penelitian bersifat luas dan dinamis, dengan jumlah yang tidak tetap dan sulit diidentifikasi

secara pasti. Maka itu, rumus Lemeshow dianggap paling relevan dalam menghasilkan estimasi ukuran sampel yang representatif kepada populasi yang tidak diketahui secara keseluruhan.

3.4.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik seleksi sampel memegang peranan krusial dalam suatu penelitian sebagai pedoman dalam menentukan sampel yang representatif sesuai dengan tujuan kajian. Maka itu, riset ini mengimplementasikan metode pengambilan sampel secara acak, yang termasuk dalam kategori *probability sampling*.

Menurut Sugiyono (2022:82), random sampling merupakan proses penarikan anggota sampel dari populasi secara acak tanpa mempertimbangkan lapisan-lapisan (strata) yang terdapat dalam populasi tersebut. Pada riset ini, kriteria responden yang dijadikan acuan meliputi:

- 1) Konsumen atau wisatawan kudapan tradisional Kecamatan Karangampel Kabupaten Indramayu yang punya pengetahuan atau pengalaman mencicipi, mengunjungi, serta melakukan pembelian kudapan tradisional di Kecamatan Karangampel Kabupaten Indramayu.
- 2) Jenis kelamin laki-laki maupun perempuan.
- 3) Berusia minimal di atas 18 tahun.
- 4) Bertempat tinggal baik di wilayah Indramayu maupun di luar daerah Indramayu.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2019:60), Operasional variabel adalah suatu upaya untuk menetapkan makna suatu variabel melalui pemberian penjelasan, spesifikasi aktivitas, atau perumusan prosedur yang diperlukan guna mengukur variabel tersebut secara sistematis. Dengan kata lain, definisi operasional bertujuan untuk merumuskan konsep yang bersifat abstrak menjadi serangkaian indikator yang bisa diukur secara kuantitatif maupun kualitatif, alhasil mempermudah peneliti dalam pelaksanaan pengumpulan data serta analisis hasil riset.

Variabel-variabel yang dikaji pada riset ini meliputi persepsi harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) sebagai variabel bebas (*independen*). Variabel-variabel tersebut dianalisis untuk mengidentifikasi dampaknya terhadap keputusan pembelian (Y) kudapan tradisional Kabupaten

Indramayu, yang berperan sebagai variabel terikat (*dependen*). Berikut ini disajikan uraian rinci mengenai masing-masing variabel yang terlibat dalam penelitian:

1. Variabel bebas (*Independent Variable*)

Sugiyono (2019:69) variabel independen, yang kerap disebut sebagai variabel bebas, merupakan variabel yang berperan sebagai faktor penyebab atau pemicu perubahan kepada variabel dependen (terikat). Dalam konteks riset ini, variabel-variabel independen yang jadi fokus kajian meliputi persepsi harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan.

2. Variabel Dependen (*Dependent Variable*)

Sering dikenal dengan sebutan variabel terikat, variabel dependen merupakan variabel yang mengalami pengaruh atau perubahan sebagai konsekuensi dari variabel bebas. Dalam kerangka riset ini, variabel dependen yang jadi titik fokus analisis adalah keputusan pembelian.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No.	Variabel Indikator	Konsep	Indikator	Skala
1.	Persepsi Harga (X_1)	Persepsi konsumen kepada aspek harga tergolong sebagai salah satu determinan yang berkontribusi signifikan kepada peningkatan tingkat penjualan. Ramli & Silalahi (2020)	1. Terjangkau. 2. Daya saing. 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk. Darmansah (2020)	Ordinal
2.	Kualitas Produk (X_2)	Kualitas produk merujuk pada kapasitas suatu produk untuk menjalankan fungsinya secara optimal, yang mencakup aspek keandalan, ketahanan, kemudahan penggunaan, presisi, keunggulan mutu, serta atribut bernilai lainnya yang melekat pada produk tersebut. Runtunuwu dan Oroh (2014)	1. Produk bebas dari cacat 2. Desain produk 3. Ragam pilihan warna 4. Daya tahan 5. Kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen Pahrudin (2016)	Ordinal
3.	Kualitas Pelayanan (X_3)	kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan	1. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	Ordinal

		seorang atau organisasi tujuan utamanya adalah menciptakan kepuasan baik bagi pelanggan maupun karyawan. Kepuasan tersebut dapat terwujud manakala ekspektasi pelanggan terpenuhi secara memadai. Kasmir (2017, hlm. 47)	2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Daya tangkap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Asurance</i>) 5. Empati (<i>Emphaty</i>) (Nabila Pratiwi, 2018)	
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan keputusan akhir yang diambil oleh konsumen sebagai bentuk komitmen untuk memperoleh suatu barang ataupun jasa, yang didasari oleh berbagai pertimbangan khusus sebelum pelaksanaan transaksi. Agustina & Hinggo, (2023)	1. Produk Mereka 2. Keinginan dan Kebutuhan 3. Rekomendasi dari lainnya 4. Kualitas baik 5. Harga terjangkau Kotler & Amstrong (2018b:78)	Ordinal

Sumber : Diolah peneliti, 2024

Dalam proses pengukuran respons yang diperoleh dari kuesioner yang diajukan kepada responden, digunakan skala Likert yang mengakomodasi data bertipe ordinal.

Menurut Sugiyono (2012) mendefinisikan skala likert merupakan instrumen pengukuran yang dirancang untuk menilai sikap, opini, serta persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial tertentu.

Sedangkan data bertipe skala ordinal merupakan skala pengukuran yang tidak sekadar mengelompokkan data ke dalam kategori tertentu, melainkan juga memperlihatkan peringkat atau tingkatan konstruk yang diukur, dengan maksud memberikan informasi kuantitatif mengenai suatu variabel (Sugiyono, 2017:7). Berdasarkan penjelasan tersebut, skala ordinal dipakai untuk menyampaikan informasi yang terstruktur secara bertingkat. Dari sudut pandang kategorisasi, data ini disusun berdasarkan karakteristik khusus yang membedakan setiap kelompok secara berjenjang.

3.6 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipergunakan pada riset ini dikategorikan ke dalam dua kategori utama, yakni data primer dan data sekunder. Data primer ialah data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner oleh peneliti. Kuesioner tersebut disusun berdasarkan indikator dalam tabel operasional variabel yang telah ditentukan sebelumnya, kemudian diolah dan dianalisis untuk memperoleh hasil riset. Sementara itu, data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber tidak langsung atau telah tersedia sebelumnya, seperti dokumen, publikasi ilmiah, laporan instansi pemerintah, basis data, buku, skripsi, artikel, maupun sumber informasi dari internet. Penggunaan data sekunder pada riset ini dimaksudkan untuk memperkuat dan memperkaya analisis, serta memberikan konteks yang relevan kepada hasil temuan. Di samping itu, temuan dari penelitian-penelitian terdahulu turut dijadikan sebagai rujukan untuk memperkuat argumentatif serta validitas dalam pelaksanaan riset ini.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan perangkat yang dipergunakan untuk mengukur gejala-gejala yang muncul dalam ranah alamiah maupun sosial (Sugiyono, 2019:146). Pada riset ini, Tinjauan pustaka dan kuesioner yang dikirimkan kepada sampel responden yang dipilih secara acak merupakan alat yang digunakan dalam studi ini. Untuk mengukur perasaan masyarakat terhadap fenomena sosial yang didefinisikan sebagai variabel studi, peneliti menggunakan skala Likert. Indikator yang digunakan untuk menyusun kuesioner berasal dari dekomposisi masing-masing faktor tersebut. Skala Likert lima poin yang digunakan untuk evaluasi ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

PENILAIAN	SKALA
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2019)

Dalam studi ini, diterapkan skala likert dengan sistem penilaian yang mengasumsikan yaitu tingkat persetujuan responden kepada setiap pernyataan dalam kuesioner dapat diukur secara berjenjang. Skor tertinggi diberikan pada

pilihan sangat setuju (SS), sementara skor terendah diberikan pada pilihan sangat tidak setuju (STS), guna merepresentasikan derajat persetujuan responden secara sistematis terhadap pernyataan yang disampaikan.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2019:296), teknik penghimpunan data adalah tahapan yang sangat penting dalam proses penelitian, karena data menjadi tujuan utama. Perlunya data untuk analisis dalam konteks riset ini, peneliti perlu mengumpulkan sejumlah data. Maka itu untuk mendapatkan melalui teknik berikut:

1. *Library Research* (Studi Kepustakaan)

Pada riset ini, penulis berupaya mengumpulkan sejumlah informasi bermanfaat dari sumber pengetahuan yang bisa digunakan sebagai dasar penelitian. Pendekatan yang diterapkan melibatkan studi kepustakaan, dimana peneliti memperdalam, menyelidiki, mengevaluasi, dan menganalisis berbagai karya literatur seperti buku, jurnal, bulletin, serta hasil pertemuan ilmiah yang relevan dengan penelitian, dengan tujuan memperoleh materi yang akan dijadikan landasan teoritis.

2. Kuesioner

Sugiyono (2019:199), Untuk mendapatkan informasi dari masyarakat, peneliti sering menggunakan kuesioner, yang terdiri dari serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dapat dijawab secara independen oleh responden. Jika peneliti memahami faktor-faktor yang akan dinilai dan harapan responden, pendekatan ini dapat disebut efisien. Dalam studi ini, peneliti menggunakan pertanyaan tertutup dengan pilihan jawaban yang telah ditentukan sebelumnya. Pendekatan pertanyaan tertutup ini tidak sekadar mempercepat proses pengisian oleh responden, tetapi juga mempermudah peneliti dalam mengkategorikan dan menganalisis data yang diperoleh secara sistematis.

3. Wawancara

Wawancara adalah percakapan di mana dua orang terlibat dalam pertukaran pertanyaan dan jawaban secara bergantian dengan tujuan memperoleh pengetahuan umum tentang suatu subjek tertentu. Peneliti memilih metode pengumpulan data ini ketika mereka ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan topik penelitian atau ketika mereka perlu menggali informasi secara mendalam dari sampel kecil responden (Sugiyono, 2019:195).

3.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

3.9.1 Uji Validitas

Salah satu cara untuk memastikan suatu alat penelitian mengukur hal yang tepat adalah dengan melakukan uji validitas. Ketika setiap pertanyaan dalam kuesioner secara akurat mewakili dan mengungkapkan variabel yang dinilai, kita mengatakan bahwa instrumen tersebut valid. Mencari tahu seberapa baik data yang diperoleh sesuai dengan realitas aktual item penelitian adalah tujuan utama uji validitas. Memeriksa hubungan antara skor total dan skor pada masing-masing pertanyaan merupakan salah satu cara untuk menetapkan validitas suatu item. (Sugiyono, 2019). Perhitungan rumus tersebut menggunakan bantuan SPSS versi 27 (*Statistical Service Solution*). Kriteria pengujian validitas:

- H_0 terima bila $r_{hitung} > r_{tabel}$, (alat ukur yang dipergunakan valid atau sah)
- H_0 tolak bila $r_{statistika} \leq r_{tabel}$, (alat ukur yang dipergunakan tidak valid atau tidak sah)

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Butir Instrumen	Uji Validitas	R _{tabel}	Keterangan
Persepsi Harga (X1)	Terjangkau	X1.1	0,794	0,361	Valid
	Daya Saing	X1.2	0,369	0,361	Valid
	Harga Sesuai Kualitas	X1.3	0,702	0,361	Valid
	Harga Sesuai Manfaat	X1.4	0,768	0,361	Valid
Kualitas Produk (X2)	Produk Bebas Cacat	X2.1	0,746	0,361	Valid
	Desain Produk	X2.2	0,660	0,361	Valid
	Ragam Pilihan Warna	X2.3	0,644	0,361	Valid
	Daya Tahan	X2.4	0,660	0,361	Valid
	Sesuai Kebutuhan	X2.5	0,702	0,361	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	Bukti Fisik	X3.1	0,724	0,361	Valid
	Keandalan	X3.2	0,808	0,361	Valid
	Daya Tangkap	X3.3	0,879	0,361	Valid
	Jaminan	X3.4	0,892	0,361	Valid
	Empati	X3.5	0,805	0,361	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Produk Meraka	Y.1	0,708	0,361	Valid
	Keinginan dan Kebutuhan	Y.2	0,819	0,361	Valid
	Rekomendasi dari Lainnya	Y.3	0,784	0,361	Valid
	Kualitas Baik	Y.4	0,774	0,361	Valid
	Harga Terjangkau	Y.5	0,834	0,361	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 27, (2025)

Berdasarkan pernyataan di atas, hasil uji validitas instrumen kepada 30 responden sebagaimana ditampilkan pada tabel 3.3 menunjukkan 19 item pernyataan seluruhnya dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ 0,361 dan nilai signifikansi $> 0,05$ pada masing-masing item. Maka begitu,

seluruh pernyataan terpenuhi syarat validitas dan layak digunakan sebagai alat ukur pada riset ini.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk menentukan seberapa baik suatu alat ukur mempertahankan akurasi dan presisinya dalam berbagai pengukuran (Sugiyono, 2019:121). Ketika skor Cronbach's Alpha sama dengan atau lebih besar dari 0,60, artinya item-item dalam instrumen tersebut memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dan dapat mengukur variabel secara konsisten. Pada riset ini, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan perangkat *software IBM SPSS versi 27*.

Tabel 3.4 Hasil Pengujian Reliabilitas

No.	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Nilai Standar	Keterangan
1.	Persepsi Harga	4	0,654	0,6	Reliabel
2.	Kualitas Produk	5	0,880	0,6	Reliabel
3.	Kualitas Pelayanan	5	0,880	0,6	Reliabel
4.	Keputusan Pembelian	5	0,843	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 27, (2025)

Berlandaskan hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan melalui perangkat lunak IBM SPSS versi 27, seluruh variabel pada riset ini menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,60$. Maka begitu, instrumen yang dipergunakan dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai, karena telah terpenuhi batas minimum koefisien yang disyaratkan untuk mengukur konsistensi internal antar item dalam suatu kerangka konseptual.

3.10 Teknik Analisis Data

Proses analisis data pada riset ini dilaksanakan setelah seluruh data berhasil terkumpul secara utuh, yang kemudian dilanjutkan dengan tahapan pengolahan data. Dalam konteks penelitian kuantitatif, data dianalisis melalui serangkaian pengujian untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Pada tahap akhir, hasil pengolahan data dipakai untuk menarik kesimpulan berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Menurut Sugiyono (2010:207), aktivitas analisis data mencakup pengelompokan data berdasarkan variabel dan kategori responden, penyusunan tabulasi data menurut variabel dari seluruh responden, penyajian data untuk masing-masing

variabel yang diteliti, perhitungan statistik guna menjawab rumusan masalah, serta pelaksanaan uji hipotesis.

1. Analisa Deskriptif

Sugiyono (2019:206), Analisis deskriptif merupakan metode statistik yang dipakai untuk mengolah data dengan tujuan menggambarkan atau memaparkan keadaan data yang telah dikumpulkan secara apa terdapatnya, tanpa berupaya melakukan generalisasi atau penarikan kesimpulan yang bersifat luas. Pada riset ini, analisis deskriptif dipakai untuk menggunakan teknik perhitungan skor ideal yang bermaksud guna menilai seberapa besar variabel X memengaruhi objek penelitian secara terukur melalui hasil penilaian kuesioner dengan 100 responden. Berikut merupakan rumus skor ideal:

1) Nilai Indeks Maksimum

$$= \text{skor tertinggi} \times \text{jumlah item setiap dimensi} \times \text{jumlah responden}$$

2) Nilai Indeks Minimum

$$= \text{skor terendah} \times \text{jumlah item setiap dimensi} \times \text{jumlah responden}$$

3) Panjang Interval Kelas

$$= \frac{\text{nilai maksimal} - \text{nilai minimal}}{\text{total interval}}$$

4) Persentase Skor

$$= \frac{\text{total skor}}{\text{nilai maksimal}} \times 100\%$$

2. Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah suatu metode penelitian yang dipergunakan untuk mengidentifikasi dan menguji data melalui penerapan teknik statistik guna menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019:13). Riset ini melakukan analisis verifikatif untuk mengetahui nilai dari pengaruh variabel Persepsi Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) pada variabel Keputusan Pembelian (Y). Sesuai dengan teori yang ada, pada riset ini, digunakan metode analisis regresi linear berganda disertai dengan pengujian asumsi-asumsi dasar meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, serta uji heteroskedastisitas.

3.10.1 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Hipotesis yang telah dirancang akan diuji menggunakan metode statistik parametrik, yang meliputi uji-t untuk satu sampel, analisis korelasi dan regresi, analisis varians (ANOVA), serta uji-t untuk dua sampel (Sugiyono, 2019). Oleh sebab itu, sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dulu akan dilakukan pengujian normalitas data.

Berikut ini merupakan pendekatan yang dipergunakan pada riset ini yaitu pendekatan *One Sample Kolmogorof Smirnov* yang menentukan data dianggap berdistribusi normal atau tidak:

- Bilamana nilai signifikansi (sig) $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.
- Bilamana nilai Signifikan (sig) $< 0,05$, maka nilai residual berdistribusi tidak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016), tujuan pengujian multikolinearitas adalah untuk mengidentifikasi korelasi antar variabel independen dalam suatu model regresi. Berikut ini adalah cara menggunakan nilai toleransi dan faktor inflasi varians (VIF) untuk mengetahui apakah suatu model regresi bersifat multikolinear:

1. Menggunakan nilai toleransi:
 - Bilamana nilai toleransi $< 0,10$, bisa dikatakan model regresi tidak terindikasi multikolinearitas.
 - Bilamana nilai toleransi $> 0,10$, bisa dikatakan model regresi terindikasi multikolinearitas.
2. Menggunakan nilai VIF:
 - Bilamana skor VIF $\leq 10,00$, bisa dikatakan tidak terindikasi multikolinearitas.
 - Bilamana skor VIF $\geq 10,00$, bisa dikatakan terindikasi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018), Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menilai apakah model regresi mengalami variasi residual yang tidak konsisten antar observasi. Apabila variasi residual tersebut konstan, kondisi ini disebut homoskedastisitas,

sedangkan apabila variasi residual berbeda-beda antar observasi, kondisi tersebut dinamakan heteroskedastisitas. Kriteria pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser adalah sebagai berikut:

- Bilamana skor signifikansi (Sigd) > 0,05, kesimpulannya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- Bilamana skor signifikansi (Sig) < 0,05, kesimpulannya terdapat terdapatnya pertanda gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

3.10.2 Uji Hipotesis

1. Uji Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan metode statistik yang dipakai untuk memproyeksikan pengaruh simultan dari dua variabel independen kepada variabel dependen, serta menentukan arah hubungan apakah positif atau negatif (Sugiyono, 2018). Fungsi utama dari model regresi ini ialah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Keputusan Pembelian
a	= Konstanta
b1, b2, b3	= Koefisien Regresi
X1	= Persepsi Harga
X2	= Kualitas Produk
X3	= Kualitas Pelayanan
e	= Error (koefisien pengganggu)

2. Uji Parsial (Uji T)

Darma (2021), Uji T, yang juga dikenal sebagai uji pengaruh parsial, bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas (X) memengaruhi secara individu kepada variabel terikat (Y). Dalam uji T, dasar pengambilan keputusan didasarkan pada:

- a. Menggunakan nilai profitabilitas signifikansi
 - Bila tingkatan sig. > 0,05, Maka begitu, keputusan statistik mengarahkan pada penerimaan Ho dan penolakan Ha.
 - Bila tingkatan sig. < 0,05, Maka begitu, keputusan statistik mengarahkan pada penolakan Ho dan penerimaan Ha.

- b. Membandingkan t hitung dengan t tabel
 - Jika $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$, H_0 tolak sedangkan H_a diterima.
 - Jika $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, H_0 terima sedangkan H_a ditolak.

3. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Darma (2021) menjelaskan yaitu uji F merupakan metode pengujian untuk menilai apakah ada atau tidak terdapatnya pengaruh antara variabel bebas (X) kepada variabel terikat (Y) secara simultan (bersama-sama). Dasar pengambilan keputusan dalam uji F, yaitu:

- a. Menggunakan nilai profitabilitas signifikansi
 - Bila tingkatan sig. $> 0,05$, H_0 terima sedangkan H_a ditolak.
 - Bila tingkatan sig. $< 0,05$, H_0 tolak sedangkan H_a diterima.
- b. Membandingkan f hitung dengan f tabel
 - Jika $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$, H_0 tolak sedangkan H_a diterima.
 - Jika $f \text{ hitung} < f \text{ tabel}$, H_0 terima sedangkan H_a ditolak.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dipakai untuk mengukur sejauh mana model regresi mampu menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2018). Beberapa kategori telah ditetapkan guna menilai tingkat kekuatan kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat (Y), yaitu:

- a. *R square* 0,000 - 0,199 = pengaruh sangat lemah
- b. *R square* 0,200 - 0,399 = pengaruh lemah
- c. *R square* 0,400 - 0,599 = pengaruh cukup kuat
- d. *R square* 0,600 - 0,799 = pengaruh kuat
- e. *R square* 0,800 - 1,000 = pengaruh sangat kuat