

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan 3 variabel yaitu 2 variabel independen dan 1 variabel dependen. Variabel independen (variable bebas) adalah kualitas produk dan harga. Objek penelitian yang merupakan variabel dependen (variable terikat) adalah keputusan Pembelian di Cekeran Midun.

Responden pada penelitian ini adalah konsumen pada Cekeran Midun yang berdasarkan pada pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh bahwa Cekeran Midun bermasalah dalam keputusan pembelian konsumen yang dapat dilihat dari jumlah pemasukan yang kurang stabil dari setiap bulannya.

#### 3.2 Metode Penelitian

Dalam suatu penelitian, peneliti harus menetapkan metode penelitian yang akan digunakan untuk mempermudah penelitian sehingga masalah bisa diselesaikan. Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, maka jenis penelitian ini adalah *deskriptif* dan *verifikatif*. Nazir (2003:54) menjelaskan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa masa sekarang.

Tujuan dari penelitian deskriptif ini untuk mendeskripsikan, suatu gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta fenomena yang diselidiki. Melalui penelitian deskriptif ini maka dapat diperoleh hasil deskripsi tentang tanggapan responden mengenai tingkat dari Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian pada Cekeran Midun.

Tujuan Penelitian verifikatif ini adalah menguji kebenaran dari hipotesis yang dilaksanakan pada pengumpulan data di Cekeran Midun untuk memprediksi dan menjelaskan pengaruh dan hubungan dari variabel satu ke variabel lainnya. Melalui penelitian verifikatif ini maka penulis bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Keputusan Pembelian pada Cekeran Midun.

Berdasarkan jenis penelitian verifikatif dan deskriptif ini, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanatory*. Malhotra dalam Nurhesa (2003:57) mengemukakan bahwa metode survey adalah kuisioner yang terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi yang spesifik.

### 3.3 Operasional Variabel

Nazir (2003:123) mengemukakan bahwa variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai. Variabel penelitian merupakan suatu objek atau sifat, atau atribut atau nilai orang, objek atau kegiatan yang mempunyai berbagai macam variasi satu sama lainnya yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditentukan kesimpulannya. Definisi operasional yaitu suatu aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita mengenai bagaimana caranya mengukur suatu variabel.

Operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstanta dengan cara memberikan arti atau menspesifikasi kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstanta atau variabel tersebut Mohamad (1999:33).

Terdapat dua variabel yang menjadi kajian dari penelitian ini antara lain:

- a. Pengaruh kualitas produk dan harga sebagai variabel bebas (*independent variable*).
- b. Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat (*dependent variable*).

Sugiono (2009:4) menerangkan bahwa adanya dua macam variabel yaitu *Independent variable*, variabel ini sering disebut sebagai *variable stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan *dependent variable*, variabel ini sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat, variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Operasionalisasi variabel tersebut dapat dijabarkan pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
<b>Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)</b>	Segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, dimana dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi konsumen sebagai kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Fandy Tjiptono (2008:95).	<i>Performance</i> (kinerja)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketepatan dalam pengolahan produk :               <ol style="list-style-type: none"> <li>Waktu pengolahan</li> <li>Tingkat kematangan</li> </ol> </li> </ul>	Ordinal
		<i>Durability</i> (daya tahan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Daya tahan produk yang dibeli hingga dibawa pulang.</li> </ul>	Ordinal
		<i>Conformance to specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kesesuaian porsi produk yang disajikan dengan yang ditawarkan.</li> </ul>	Ordinal
		<i>Features</i> (fitur/pelengkap)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keanekaragaman pilihan menu dan bahan-bahan pelengkap.</li> </ul>	Ordinal

		<i>Reliability</i> (reliabilitas atau kehandandalan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keramahan pelayanan dalam menangani konsumen.</li> </ul>	Ordinal
		<i>Aesthetics</i> (estetika atau daya tarik)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat daya tarik produk berdasarkan :               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tampilan</li> <li>2. Rasa</li> <li>3. Aroma</li> <li>4. Kebersihan</li> </ol> </li> </ul>	Ordinal
		<i>Perceived quality</i> (kesan kualitas atau kesan yang dipersepsikan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepuasan/ ketidakpuasan berdasarkan persepsi konsumen.</li> </ul>	Ordinal
		<i>Service ability</i> (pelayanan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kecepatan dalam melayani konsumen</li> </ul>	Ordinal
<b>Harga (X<sub>2</sub>)</b>	Sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa. Kotler dan Amstrong (2008:345).	Jumlah dari nilai yang ditukarkan para konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa berdasarkan daya beli dan ukuran.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian harga dengan produk yang dibeli konsumen.</li> </ul>	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian kualitas produk dengan harga.</li> </ul>	Ordinal
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesesuaian kuantitas (porsi) harga produk yang ditawarkan dengan yang diberikan.</li> </ul>	Ordinal
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	Proses psikologis dasar yang memainkan peranan penting dalam	Pengambilan keputusan merupakan suatu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keinginan untuk membeli kembali produk yang dipesan.</li> </ul>	Ordinal

	memahami bagaimana konsumen secara actual mengambil keputusan pembelian. Kotler dan Keller (2007:214).	kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.	• Ketertarikan konsumen terhadap produk-produk yang ditawarkan.	Ordinal
			• Keinginan untuk merekomendasikan produk yang dijual kepada orang lain.	Ordinal

### 3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penelitian

#### 3.4.1 Populasi

Menurut Ferdinand (2006:223) mengatakan bahwa populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti, karena itu dipandang sebagai sebuah penelitian

Sugiyono (2011:61) memberikan pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan penelitian, maka populasi dalam penelitian ini adalah para pengunjung atau konsumen dari Cekeran Midun.

#### 3.4.2 Sampel

Sugiyono (2011:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi. Oleh karena itu harus membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Teknik yang pengambilan sampel ditentukan dengan *Convenience Sampling* yaitu pengambilan sampel responden dari sampel/orang/konsumen, yang mudah ditemui dilokasi penelitian.

Penentuan ukuran sampel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin Husain Umar dalam Hairunnisa (2009:57) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan :

$n$  = Ukuran sampel Minimum

$N$  = Ukuran Populasi

$e$  = Kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir  
maka diperoleh sampel sebesar :

$N$  = 125

$E$  = 5% = 0,05

Maka :

$$n = \frac{125}{1 + 125(0,05)^2}$$

$n$  = 95,23

$n$  = 95

Dari perhitungan diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 95 orang. Untuk memudahkan penelitian, maka peneliti menggunakan 100 orang responden.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, penulis menggunakan teknik pengumpulan data meliputi:

a. Angket (Kuisisioner)

Menurut Nazir (2003:203) yaitu alat lain untuk mengumpulkan data adalah daftar pertanyaan, yang sering disebutkan secara umum dengan nama *kuesioner*. Pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner, atau daftar pertanyaan tersebut cukup terperinci dan lengkap, yang menuliskan isian kedalam kuesioner adalah responden.

Pengumpulan data pada penelitian ini pun menggunakan daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden yang telah ditentukan. Data yang dikumpulkan meliputi:

1. Identifikasi responden.
2. Data mengenai tanggapan responden terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembeli.

b. Wawancara

Menurut Nazir (2003:207) yang dimaksud dengan wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (paduan wawancara). Jadi teknik wawancara ini dilakukan melalui pembicaraan terhadap tanya jawab dengan pihak yang dianggap perlu untuk mendapatkan data yang diperlukan.

c. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dipergunakan untuk memperoleh buku-buku, catatan kuliah dan secara *literature* lain sebagai pedoman dan pembanding masalah yang penulis bahas.

d. Observasi

Observasi adalah suatu cara untuk mendapatkan suatu data-data yang diperlukan oleh penulis dengan melakukan pengamatan dan pencatatan langsung sehingga diperoleh kebenaran data.

e. Studi Dokumentasi

Studi yang digunakan dengan tujuan untuk mencari dan memperoleh informasi atau variabel-variabel berupa catatan, serta dokumen yang berhubungan dengan permasalahan data yang diteliti.

f. Internet

Sarana yang digunakan untuk mencari data tambahan yang diperlukan untuk pengumpulan data melalui media online, seperti *ebook* atau buku online, jurnal online, skripsi online, dan tesis online.

### 3.6 Metode Analisis Data

Agar data yang dikumpulkan dapat dimanfaatkan, maka data tersebut diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga nantinya dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan.

#### 3.6.1 Analisis Kuantitatif

Analisis data kuantitatif adalah analisis data yang menggunakan data berbentuk angka-angka yang diperoleh sebagai hasil pengukuran atau penjumlahan menurut Nurgiyantoro (2004:27).

Skala Likert menurut Riyanto (2013:67) adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena tertentu. Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun butir-butir instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Dalam skala likert jawaban setiap item instrumennya memiliki urutan dari sangat positif, positif, netral, negatif, sampai sangat negatif. kata-kata tersebut adalah :

- 1) Sangat Baik
- 2) Baik
- 3) Cukup
- 4) Tidak Baik
- 5) Sangat Tidak Baik

Karena pada penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif deskriptif, maka jawaban tersebut diberi skor menjadi :

- |  |   |
|--|---|
| a) Sangat Setuju/Sangat Sesuai/Sangat Baik/Sangat positif, diberi skor | 5 |
| b) Setuju/Sesuai/Baik/Positif, diberi skor                             | 4 |
| c) Ragu-ragu/Sedang/Cukup di beri skor                                 | 3 |
| d) Tidak Baik/Tidak Sesuai/Negatif, diberi skor                        | 2 |
| e) Sangat Tidak Baik/Sangat Tidak Sesuai/Sangat Negatif, diberi skor   | 1 |

Instrumen penelitian yang menggunakan skala Likert dapat dibuat dalam bentuk pilihan ganda ataupun *checklist*. Peneliti menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) sebagai alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dikemukakan mengenai analisis pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

### 3.6.2 Analisis Deskriptif

Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuisioner terkumpul, berikutnya adalah mengolah data dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah terdapat hubungan antara variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

### 3.7 Method of Successive Interval (MSI)

Penelitian ini menggunakan data ordinal, maka semua data yang terkumpul terlebih dahulu akan di transformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval*. Langkah – langkah untuk melakukan data tersebut adalah sebagai berikut :

1. Menghitung frekuensi ( $f$ ) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden setiap pertanyaan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan dengan perhitungan proporsi ( $p$ ) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi ( $f$ ) dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas  $Z$  (table normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap puluhan jawaban melalui persamaan berikut :

$$\frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Bellow\ Upper\ Limit) - (Area\ Bellow\ Lower\ Limit)}$$

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan dengan persamaan yang berlaku untuk pasangan tersebut.

### 3.8 Pengujian Validitas dan Reabilitas

Dengan menggunakan instrument yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reabel. Jadi, instrument yang valid dan reabel merupakan tujuan untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.

#### 3.8.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2011:267) menerangkan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya jika pertanyaan suatu kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid pertanyaan dan kuesioner tersebut mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Sugiyono (2007:363) menyebutkan validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang di dapat dilaporkan oleh peneliti. Di dalam penelitian ini digunakan uji validitas, uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner.

Dalam uji validitas digunakan metode Koefisien Korelasi Product Moment. Menurut Sugiyono (2009:228) teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua berbentuk interval atau rata – rata, dan sumber dua variabel atau lebih tersebut adalah sama.

Rumusnya adalah :

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

Keterangan:

- $r$  = Koefisien validitas item yang dicari  
 $X$  = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item  
 $Y$  = Skor total  
 $\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X  
 $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y  
 $\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X  
 $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y  
 $n$  = Banyaknya Responden

Sugiyono (2011:228) mengemukakan bahwa keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut :

- Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$
- Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$

**Tabel 3.2**  
**Uji Validitas Instrumen**

No	Item Kuesioner	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
1	Kualitas Produk 1	0,559	0,361	VALID
2	Kualitas Produk 2	0,375	0,361	VALID
3	Kualitas Produk 3	0,762	0,361	VALID
4	Kualitas Produk 4	0,757	0,361	VALID
5	Kualitas Produk 5	0,756	0,361	VALID
6	Kualitas Produk 6	0,793	0,361	VALID
7	Kualitas Produk 7	0,835	0,361	VALID
8	Kualitas Produk 8	0,783	0,361	VALID
9	Kualitas Produk 9	0,801	0,361	VALID
10	Kualitas Produk 10	0,715	0,361	VALID
11	Kualitas Produk 11	0,883	0,361	VALID
12	Kualitas Produk 12	0,814	0,361	VALID

13	Harga 1	0,764	0,361	VALID
14	Harga 2	0,802	0,361	VALID
15	Harga 3	0,813	0,361	VALID
16	Keputusan Pembelian 1	0,771	0,361	VALID
17	Keputusan Pembelian 2	0,610	0,361	VALID
18	Keputusan Pembelian 3	0,719	0,361	VALID

### 3.8.2 Uji Reabilitas

Suharsimi Arikunto dalam Abdurahman (2006:87) menjelaskan bahwa realibilitas adalah menunjukkan pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Reabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu. Menurut Ghozali (2001:269) menjelaskan bahwa reliabilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator variabel. Suatu kuesioner akan reliabel jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Asep Hermawan dalam Winda Nurhesa (2003:92) mendefinisikan bahwa reabilitas berkaitan dengan konsistensi akurasi dan prediktabilitas suatu alat ukur. Apabila suatu instrument dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan oleh instrument tersebut dapat dipercaya. Rumus yang digunakan pada pengukuran reliabilitas ini adalah teknik *split half method* dari Spearman Brown, sebagai berikut:

$$r = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

$r$  = reliabilitas seluruh instrument

$r_b$  = korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua.

Suharsimi Arikunto dalam Dewi Listiyanti (2007:102) Pengujian reabilitas dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Instrumen dibagi menjadi dua kelompok, yaitu ganjil and genap.
2. Skor data dari setiap kelompok disusun sendiri, kemudian skor total antara kelompok ganjil dan genap dicari korelasinya.

Keputusan uji realibilitas instrument berdasarkan:

- a.  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dikatakan reliabel.
- b.  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka dikatakan tidak reliabel.

**Tabel 3.3**  
**Uji Reliabilitas Instrumen**

No	Variabel	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,922	0,60	RELIABEL
2	Harga	0,905	0,60	RELIABEL
3	Keputusan Pembelian	0,830	0,60	RELIABEL

Pada uji reabilitas menggunakan *Alpha Cronchbach*, fungsinya untuk mengetahui pengaruh dari masing – masing variabel *independent* dan *dependent*. Jika suatu instrument dapat dipercaya, maka data yang dihasilkan instrument tersebut dapat dipercaya. Menurut Sugiyono (2009:365) bahwa pengujian teknik *Alpha Cronchbach* dilakukan untuk jenis data interval/essay. Karena instrument dari penelitian ini menggunakan jenis data interval dan essay maka rumus yang digunakan adalah *Alpha Cronchbach* yaitu sebagai berikut :

$$\alpha = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sigma^2}{\sum \sigma_b^2} \right)$$

Dimana :

- $\alpha$  = Reliabilitas Instrument
- K = Banyaknya butir pertanyaan
- $\sigma^2$  = Varians Total
- $\sum \sigma_b^2$  = Jumlah Varians butir

Reliabilitas menurut Ghozali (2011:273) adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,60$ .

### **3.9 Teknik Analisis Data**

#### **3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda**

Menurut Sugiono (2006:210) menerangkan bahwa analisis linear ganda digunakan oleh peneliti, bila penelitian memiliki maksud untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua variabel independen menjadi faktor predikat dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi, bahwa analisis regresi linear berganda bisa dilakukan jika jumlah variabel dependennya memiliki minimal 2 variabel.

Analisis linear berganda ini dapat dinilai biasanya dalam bentuk persamaan. Persamaan tersebut kemudian dapat dijelaskan bagaimana naik turunnya nilai X bisa mempengaruhi nilai Y, hasil akhir dari penelitian ini adalah nilai r yang menjelaskan hanya hubungan antar variabel yang diteliti. Kemudian nilai pengaruhnya dapat dihitung dengan koefisien determinasi untuk menjawab hipotesis yang diajukan.

Dalam penelitian ini data yang digunakan bersifat ordinal dan interval dengan menggunakan teknik analisis regresi linear ganda, karena variabel yang diteliti lebih dari satu. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS. Menurut Sugiyono (2011:275) dalam bukunya statistika untuk penelitian menjelaskan bahwa analisis regresi linear ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya), maka dari itu penelitian ini menggunakan

metode pengumpulan data dengan skala pengukuran semantik, karena sesuai dengan tujuan penelitian yaitu ingin mengetahui pengaruh variabel penelitian Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

Dari hasil tabulasi data tersebut, maka diterapkanlah persamaan regresi untuk dua prediktor menurut Sugiono (2011:275) yaitu :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

$Y$  = variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian

$a$  = konstanta

$\beta$  = koefisien regresi X terhadap Y

$X_1$  = Kualitas Produk

$X_2$  = Harga

Untuk mempermudah perhitungan dalam penelitian ini dan meminimalisasi kesalahan, maka penulis menggunakan bantuan program *software* SPSS.

### 3.9.2 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen) dalam Santoso (2004:237). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasinya antar sesama variabel bebas lain sama dengan nol.

Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance inflation factor (VIF)*, nilai *tolerance* yang besarnya diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinieritas diantara variabel bebasnya menurut Ghozali (2011:272).

## 2. Uji Heterokedastistas

Uji ini dilakukan untuk menganalisis apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Kita dapat melihatnya dari grafikplot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

Dasar analisis yang digunakan adalah: jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu atau teratur maka mengindikasikan telah terjadi Heterokedastisitas. Sebaliknya bila titik-titik yang ada menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heterokedasrisitas menurut Ghozali (2011:272).

## 3. Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Kita dapat melihatnya dari normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Distribusi normal membentuk suatu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sebenarnya akan mengikuti garis normalnya menurut Ghozali (2011:273).

Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3.9.3 Pengujian Hipotesis

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat dinilai dengan *godness of fit*-nya. Secara statistik setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi ( $r_2$ ), nilai statistik (f) dan nilai statistik (t). Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada

dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak), sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana  $H_0$  diterima menurut Ghozali (2011:275).

### 3.9.3.1 Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Dalam Ghozali (2011:277) menjelaskan bahwa koefisien determinasi adalah ( $r^2$ ) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai tersebut adalah nol dan satu. Nilai ( $r^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen.

Menurut Sugiyono (2011:231) dalam analisis korelasi terdapat suatu angka yang disebut dengan koefisien determinasi, yang besarnya adalah kuadrat dari koefisien determinasi ( $r^2$ ). Koefisien ini disebut koefisien penentu karena varians yang terjadi pada variabel dependen dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel independen.

Rumus Koefisien Determinasi menurut Sugiono:

$$\text{Koefisien Determinasi} = r^2 \times 100\%$$

Koefisien determinasi uji  $r^2$  merupakan proporsi atau persentase dari total Y yang dijelaskan oleh garis regresi. Koefisien regresi merupakan angka yang menunjukkan besarnya derajat kemampuan atau distribusi variabel bebas dalam menjelaskan atau menerangkan variabel terikatnya di dalam fungsi yang bersangkutan.

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui presentasi pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dengan asumsi sebagai berikut :

$$0 \leq r^2 \leq 1$$

Keterangan :

1. Jika nilai  $r^2$  semakin mendekati angka 1, maka model tersebut baik dan tingkat kedekatan antara variabel bebas dan terikat semakin dekat pula.
2. Jika nilai  $r^2$  semakin menjauhi angka 1, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat tidak mendekati.

Menurut Sugiyono (2011:231) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

**Tabel 3.4**  
**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi**  
**Terhadap Koefisiensi Korelasi**

Interval Koefisiensi	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 : DR. Prof. Sugiyono (2011:231) Statistika Untuk Penelitian*

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *adjusted*  $r_2$  membantu dalam mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

### 3.9.3.2 Signifikasi Secara Simultan (f)

Menurut Ghozali (2011:279) menjelaskan bahwa uji f digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Menurut Sugiono (2011:235) pengujian Uji f digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama – sama terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis menggunakan rumus f hitung sebagai berikut :

$$F_{\text{hitung}} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{(n-k-1)}}$$

Keterangan :

$R$  = Nilai koefisien korelasi ganda

$k$  = Jumlah variabel independen (bebas)

$n$  = Jumlah sampel

$H_0$  : Variabel-variabel bebas yaitu kualitas produk dan harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian.

$H_a$  : Variabel-variabel bebas yaitu kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersamasama (simultan) terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

- a. Jika  $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh antara Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).
- b. Jika  $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ ,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya terdapat pengaruh antara Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

### 3.9.3.3 Koefisiensi Regresi Secara Parsial (t)

Ghozali (2011:281) menerangkan bahwa uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian Uji t ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial (individu) dari variabel-variabel bebas Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) terhadap variabel tak bebas Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

Sugiono (2011:230) pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai  $t$  hitung masing–masing koefisiensi regresi dengan nilai  $T_{table}$  atau nilai  $P_{value}$  sesuai dengan taraf signifikan yang digunakan. Pengujian signifikan koefisien korelasi dengan menggunakan uji  $t$  yang rumusnya adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

$t$  =  $t_{hitung}$  atau nilai  $t_{tabel}$

$r$  = nilai koefisien korelasi

$n$  = jumlah sampel

Dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2011:94) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a. Apabila angka probabilitas signifikansi  $> 0.05$ , maka  $H_o$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- b. Apabila angka probabilitas signifikansi  $< 0.05$ , maka  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima.