

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Menurut Asep Hernawan (2009:14), “Penelitian merupakan suatu investigasi yang terorganisasi, yang dilakukan untuk menyajikan suatu informasi dan memecahkan masalah”.

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen (variable bebas) adalah kualitas produk dan harga. Objek penelitian yang merupakan variabel dependen (variabel terikat) adalah keputusan Pembelian di Che.Co Café and Resto.

Pada penelitian ini objek yang akan dijadikan responden yaitu pengunjung Che.Co Café and Resto. Oleh karena itu akan dilakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan

Jenis penelitian yang dilakukan berdasarkan penjelasan dan bidang penelitian menggunakan penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2012:1), “Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan tertentu.”

Sedangkan jenis penelitian yang dapat dilakukan dengan dua metode yaitu deskriptif dan verifikatif. Sugiyono (2012:29) menjelaskan pengertian metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

Menurut Suharsimi Arikunto (2013:3), penelitian deskriptif bukan hanya satu jenis kegiatan saja tetapi sekurang-kurangnya ada lima jenis, yaitu (a)

penelitian deskriptif murni, (b) penelitian korelasi, (c) penelitian komparasi, (d) penelitian penelusuran (*tracer study*), dan € penelitian evaluasi.

Penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai kualitas produk, gambaran mengenai harga, dan gambaran mengenai keputusan pembelian.

Penelitian verifikatif menurut Iqbal Hasan (2008:11), metode verifikatif yaitu menguji kebenaran sesuatu (pengetahuan) dalam bidang yang telah ada dan digunakan untuk menguji hipotesis yang menggunakan perhitungan statistik.

Dalam penelitian ini, tujuan penelitian verifikatif yaitu untuk memperoleh temuan mengenai seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Che.Co Café and Resto. Penelitian yang bersifat deskriptif dan verifikatif ini akan menggunakan *explanatory survey* yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel dengan cara pengujian hipotesis.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

F.N Kerlinger dalam Suharsimi Arikunto (2010:159) menyebutkan bahwa variabel sebagai sebuah konsep seperti halnya laki-laki dalam konsep jenis kelamin, insaf dan konsep kesadaran. Variabel dapat dibedakan atas dua macam, yaitu variabel kuantitatif dan kualitatif.

Operasionalisasi variabel merupakan kegiatan menjabarkan variabel ke dalam konsep teori dari variabel yang diteliti. Pada operasionalisasi variabel terdapat indikator, ukuran dan skala bertujuan untuk mendefinisikan dan mengukur variabel. Berdasarkan objek penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, variabel dari judul penelitian ini adalah kualitas produk (X_1) dan harga (X_2). Variabel bebas tersebut telah ditelaah bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y). Untuk lebih jelasnya, operasionalisasi variabel dapat dilihat pada Tabel 3.1.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

VARIABEL	KONSEP VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM		
1	2	3	4	5	6	7		
Kualitas Produk (X₁)	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)	Perkiraan waktu pengolahan produk	Perkiraan waktu pengolahan produk	Interval	1		
			Kematangan produk	Tingkat kematangan produk	Interval	2		
			Daya tahan produk yang dipesan sampai waktu	Daya tahan produk yang dipesan sampai waktu	Interval	3		
		<i>Durability</i> (daya tahan)	dimakan	dimakan	Daya tahan produk yang dipesan hingga dibawa pulang	Daya tahan produk yang dipesan hingga dibawa pulang	Interval	4
			Daya tahan produk yang dipesan hingga dibawa pulang	Daya tahan produk yang dipesan hingga dibawa pulang				
		<i>Conformance to specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi)	Kesesuaian tampilan menu	Tingkat kesesuaian tampilan menu	Interval	5		
			Kesesuaian porsi yang disajikan	Tingkat kesesuaian porsi yang disajikan	Interval	6		
			Keragaman pilihan menu sesuai	Keragaman pilihan menu sesuai	Interval	7		
		<i>Features</i> (fitur/pelengkap)	klasifikasi menu	klasifikasi menu	Keragaman pilihan menu sesuai jenis masakan	Keragaman pilihan menu sesuai jenis masakan	Interval	8
			Keragaman pilihan menu sesuai jenis masakan	Keragaman pilihan menu sesuai jenis masakan				
		<i>Reliability</i> (realibilitas atau kehandalan)	Keramahan pelayanan	Tingkat keramahan pelayanan	Interval	9		
			Ketepatan pelayanan	Tingkat ketepatan pelayanan	Interval	10		
		<i>Aesthetics</i> (estetika atau daya tarik)	Kemenarikan tampilan produk	Tingkat kemenarikan tampilan produk	Interval	11		
			Cita rasa dari produk	Cita rasa dari produk	Interval	12		
			Ciri khas aroma dari produk	Ciri khas aroma dari produk	Interval	13		
		<i>Perceived quality</i> (kesan kualitas atau kesan yang dipersepsikan)	Tingkat kebersihan produk	Tingkat kebersihan produk	Interval	14		
			Kualitas produk	Tingkat kualitas produk	Interval	15		
			Harapan terhadap produk	Harapan terhadap produk	Interval	16		
<i>Service ability</i> (pelayanan)	Kecepatan pelayanan	Tingkat kecepatan pelayanan	Interval	17				
	Ketepatan waktu	Tingkat ketepatan	Interval	18				

Elin Sulantari, 2016

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CHE.CO CAFÉ AND RESTO JATINANGOR

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

VARIABEL	KONSEP VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM														
1	2	3	4	5	6	7														
Harga (X₂)	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.	pelayanan	waktu pelayanan	Interval	19														
			Kesesuaian harga dan kualitas produk	Tingkat kesesuaian harga dan kualitas produk																
			Keterjangkauan harga yang ditawarkan	Keterjangkauan harga yang ditawarkan			Interval	20												
			Kesesuaian harga dengan porsi	Kesesuaian harga dengan porsi																
			Kesesuaian harga dengan manfaat	Kesesuaian harga dengan manfaat					Interval	21										
			Perbandingan harga produk dibanding resto lain	Perbandingan harga produk dibanding resto lain																
			Kesesuaian produk dengan keinginan konsumen	Tingkat kesesuaian produk dengan keinginan konsumen							Interval	22								
			Pemilihan produk	Tingkat kemenarikan makanan																
			Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah keputusan pembeli mengenai merek mana yang akan mereka beli. Kotler dan Keller (2012)									Pemilihan merek	Kemenarikan porsi makanan	Tingkat kemenarikan porsi makanan	Interval	23			
														Kemenarikan terhadap Che.Co Café and Resto	Tingkat kemenarikan terhadap Che.Co Café and Resto					
Kepercayaan terhadap Che.Co Café and Resto	Tingkat kepercayaan terhadap Che.Co Café and Resto	Interval			24															
Kebiasaan membeli	Tingkat kebiasaan membeli																			
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah keputusan pembeli mengenai merek mana yang akan mereka beli. Kotler dan Keller (2012)					Pemilihan penyalur	Kemudahan mendapatkan makanan	Tingkat kemudahan mendapatkan makanan						Interval	25					
							Kecepatan dalam pengiriman makanan	Tingkat kecepatan dalam pengiriman makanan												
							Ketepatan pembelian dengan keinginan konsumen	Tingkat ketepatan pembelian dengan keinginan konsumen	Interval	26										
							Ketepatan pembeli dengan promosi, diskon, dll	Tingkat ketepatan pembeli dengan promosi, diskon, dll												
							Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah keputusan pembeli mengenai merek mana yang akan mereka beli. Kotler dan Keller (2012)			Waktu pembelian	Pembelian di Che.Co Café and						Tingkat pembelian di Che.Co Café and	Interval	27
												Jumlah pembelian						Tingkat pembelian di Che.Co Café and		

VARIABEL	KONSEP VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	NO. ITEM
1	2	3	4	5	6	7
			Resto	Resto		
			Frekuensi pembelian makanan di Che.Co Café and Resto	Frekuensi pembelian makanan di Che.Co Café and Resto	Interval	35
		Metode pembayaran	Kemudahan dalam pembayaran	Tingkat kemudahan dalam pembayaran	Interval	36
			Kemudahan pembayaran dengan kartu kredit	Tingkat kemudahan pembayaran dengan kartu kredit	Interval	37

Sumber: Data diolah, 2015

3.2.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.3.1 Populasi

Populasi menurut sugiyono (2012:117) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan populasi menurut Suharsimi Arikunto (2010:173) adalah keseluruhan subjek penelitian.

Populasi pada penelitian ini dihitung berdasarkan rata-rata jumlah konsumen Che.Co Café and Resto selama sebulan yang berjumlah 666 orang perharinya.

3.2.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2012:118), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2010:174) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.

Konsumen Che.Co Café and Resto yang akan dijadikan sasaran sampel penelitian menggunakan taraf kesalahan 10%. Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin. Perhitungan pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan (*error tolerance*)

Catatan: peneliti menggunakan 10% atau 0,1.

Populasi yang terdapat dalam penelitian ini berjumlah 19.983 orang dan presisi yang ditetapkan atau tingkat signifikansi 0,1, maka besarnya sampel pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{19.983}{1 + 19.983 \cdot 0,1^2}$$

n = 99,502 dibulatkan menjadi 100

Jadi, jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 100 orang.

3.2.3.3 Teknik Penarikan Sampel

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:176) pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel (contoh) yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh, atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. Sugiyono (2012:118) menyatakan teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai macam teknik sampling yang digunakan.

Teknik sampling dikelompokkan pada dua bagian, yaitu *probability sampling* (*simple random, proportionate stratified random, disproportionate stratified random* dan *area random*) dan *Non-probability sampling* (*systematic sampling, sampling kuota, sampling aksidental, purpose sampling, sampling jenuh* dan *snowball sampling*).

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* yaitu *systematic random sampling* karena semua populasi dari konsumen Che.Co Café and Resto memiliki kesempatan untuk terpilih sebagai sampel secara acak oleh peneliti. Teknik *systematic random sampling* digunakan

Elin Sulantari, 2016

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CHE.CO CAFÉ AND RESTO JATINANGOR

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

agar tidak dipilah-pilah sehingga bersifat adil. Harun Al-Rasyid (1994:66) menyebutkan bahwa pada keadaan tertentu, sampling sistematis bisa dilakukan sekalipun tidak ada kerangka samplingnya.

Populasi dalam penelitian ini merupakan *mobile population* atau populasi yang bergerak., maka teknik pengambilan sampel disesuaikan dengan langkah kerja menurut Harun Al-Rasyid (1994:67) yaitu sebagai berikut:

1. Menentukan dengan tegas konsumen yang akan disurvei, yaitu konsumen Che.Co Café and Resto. Berdasarkan perhitungan didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 orang.
2. Menentukan dengan tegas dari jam berapa hingga jam berapa penelitian akan dilaksanakan.
3. Menentukan dengan tegas sebuah check point (tempat menghitung) yang akan dilakukan oleh peneliti.
4. Kemudian menentukan interval yaitu perbandingan antara populasi dan sampel.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2012:308), “Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.”

Untuk mengumpulkan data mengenai objek penelitian, penelitian menggunakan metode sebagai berikut:

1. Studi Kepustakaan (Library Research)

Penelitian kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang akan digunakan menjadi landasan teori masalah yang diteliti. Dalam kepustakaan ini penulis membaca dan mempelajari buku-buku, literature, jurnal, skripsi dan materi yang berhubungan dengan variabel yang diteliti yaitu kualitas produk, harga dan keputusan pembelian.

2. Wawancara

Penelitian ini dilakukan dengan wawancara atau berbicara langsung dengan narasumber dari pihak-pihak yang terkait di lingkungan Che.Co

Elin Sulantari, 2016

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CHE.CO CAFÉ AND RESTO JATINANGOR

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

Café and Resto untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dan mendapat gambaran yang jelas secara menyeluruh tentang perusahaan tersebut.

3. Kuesioner

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:194), kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui. Kuesioner dilakukan dengan cara menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan kepada responden yaitu konsumen Che.Co Café and Resto secara tertulis. Dalam kusioner ini terdapat beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan kualitas produk dan harga sebagai variabel X dan keputusan pembelian sebagai variabel Y. kemudian responden dapat memilih alternatif jawaban yang telah disediakan. Adapun langkah-langkah dalam penyusunan kuesioner adalah sebagai berikut:

- a. Menyusun daftar pertanyaan
- b. Merumuskan item-item pertanyaan serta alternatif jawaban, sehingga responden dapat langsung memilih jawaban yang ada
- c. Menetapkan skor yang diberikan, dalam hal ini digunakan nilai dengan skala interval

4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan pengumpulan data dan informasi mengenai hal-hal yang berkaitan dengan penelitian seperti teori-teori yang sesuai dengan variabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian. Studi literatur didapatkan dari berbagai sumber yaitu buku sumber di perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI), *ebook*, skripsi, jurnal, dan internet.

3.2.5 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Data memiliki arti yang penting dalam suatu penelitian, karena untuk menggambarkan variabel yang diteliti serta pembentukan hipotesis. Maka dari itu pengujian data dilakukan untuk mendapatkan mutu yang baik. Benar atau tidak suatu data dilihat berdasarkan instrumen pengumpulan data.

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:265) menyusun instrumen adalah pekerjaan penting di dalam langkah penelitian. Akan tetapi pengumpulan data

Elin Sulantari, 2016

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CHE.CO CAFÉ AND RESTO JATINANGOR

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

jauh lebih penting lagi, terutama apabila peneliti menggunakan metode yang memiliki cukup besar celah untuk dimasuki unsur minat peneliti. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu valid dan reliabel. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan *software SPSS (Statistical Product for Service Solution) 22 for windows*.

3.2.5.1 Hasil Pengujian Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu menunjukkan apa yang ingin diukur. Setiap item yang telah disusun dalam kuesioner harus mengukur apa yang ingin diukur peneliti. Menurut Suliyanto (2006:146-147) kuesioner riset dikatakan valid apabila instrument benar-benar mampu mengukur besarnya nilai variabel yang diteliti yang mengandung faktor ketepatan dan faktor kecermatan.

Menurut Suharsimi Arikunto (2010:211) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Untuk menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total kuesioner dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

$\sum X$ = Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum Y$ = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum XY$ = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah dari hasil pengamatan variabel X dikuadratkan

$\sum Y^2$ = Jumlah dari hasil pengamatan variabel Y dikuadratkan

n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} atau $r_{hitung} > r_{tabel}$.
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil atau sama dengan r_{tabel} atau $r_{hitung} \leq r_{tabel}$.

Pengujian validitas diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan untuk mencari data primer dalam sebuah penelitian dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya terukur. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah validitas dari instrumen kualitas produk dan harga sebagai variabel X dan keputusan pembelian sebagai variabel Y. Jumlah pernyataan untuk variabel X adalah sebanyak 23 pernyataan, sedangkan jumlah pernyataan untuk variabel Y yaitu sebanyak 14. Item yang valid yaitu yang memiliki nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} 0,478. Berikut Tabel 3.2 dan Tabel 3.3 mengenai hasil uji validitas.

TABEL 3.2
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS KUALITAS PRODUK DAN HARGA

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
KUALITAS PRODUK				
<i>A. Performance</i>				
1	Perkiraan waktu pengolahan produk	0,787	0,478	Valid
2	Kematangan produk	0,677	0,478	Valid
<i>B. Durability</i>				
3	Daya tahan produk yang dipesan masih baik dari dating sampai waktu dimakan	0,659	0,478	Valid
4	Daya tahan produk yang dipesan masih baik sampai dibawa pulang	0,584	0,478	Valid
<i>C. Conformance to specifications</i>				
5	Tampilan menu sesuai dengan aslinya	0,596	0,478	Valid
6	Porsi produk yang disajikan sesuai dengan yang ditawarkan	0,750	0,478	Valid
<i>D. Features</i>				
7	Keragaman pilihan menu sesuai klasifikasi menu (appetizer, main course, dan dessert)	0,658	0,478	Valid
8	Keragaman pilihan menu sesuai jenis masakan (western, oriental, dan tradisional)	0,677	0,478	Valid
<i>E. Realibility</i>				
9	Keramahan pelayanan dalam menangani kebutuhan konsumen	0,637	0,478	Valid
10	Ketepatan pelayanan dalam menangani kebutuhan konsumen	0,755	0,478	Valid

Elin Sulantari, 2016

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CHE.CO CAFÉ AND RESTO JATINANGOR

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

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
<i>F. Aesthetics</i>				
11	Kemenarikan tampilan dari produk	0,596	0,478	Valid
12	Cita rasa dari produk	0,696	0,478	Valid
13	Ciri khas aroma dari produk	0,657	0,478	Valid
14	Kebersihan dari produk	0,745	0,478	Valid
<i>G. Perceived quality</i>				
15	Kualitas produk yang dipesan	0,562	0,478	Valid
16	Harapan terhadap produk sesuai dengan kenyataan	0,747	0,478	Valid
<i>H. Serviceability</i>				
17	Kecepatan dalam melayani konsumen	0,646	0,478	Valid
18	Ketepatan waktu pelayanan	0,658	0,478	Valid
HARGA				
19	Kesesuaian harga dan kualitas produk yang dirasakan	0,576	0,478	Valid
20	Keterjangkauan harga yang ditawarkan sesuai dengan daya beli	0,874	0,478	Valid
21	Kesesuaian harga produk dengan porsi	0,915	0,478	Valid
22	Kesesuaian harga produk dengan manfaat yang dirasakan	0,890	0,478	Valid
23	Harga produk di Che.Co Café and Resto lebih murah dibanding resto lain	0,855	0,478	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2015

Berdasarkan Tabel 3.2 diatas dapat terlihat bahwa item yang memiliki nilai tertinggi berdasarkan perhitungan melalui *SPSS 22 for windows*, yaitu mengenai perkiraan waktu pengolahan produk yang dipesan dengan nilai r_{hitung} sebesar 0,787. Sedangkan item yang memiliki nilai terendah yaitu kualitas produk yang dipesan dengan nilai r_{hitung} 0,562.

Sementara itu untuk harga sendiri item yang memiliki nilai tertinggi yaitu mengenai kesesuaian harga dengan porsi dengan nilai r_{hitung} sebesar 0,915. Sedangkan item yang memiliki nilai terendah dengan nilai r_{hitung} sebesar 0,576 yaitu mengenai kesesuaian harga dan kualitas produk yang dirasakan.

Hasil perhitungan uji validitas variabel Y melalui *SPSS 22 for windows* dengan item yang valid dengan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} 0,478 dapat dilihat pada tabel 3.3.

TABEL 3.3
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
KEPUTUSAN PEMBELIAN				
<i>A. Pilihan Produk</i>				

Elin Sulantari, 2016

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CHE.CO CAFÉ AND RESTO JATINANGOR

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

No	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
24	Kesesuaian produk Che.Co Café and Resto sesuai dengan keinginan konsumen	0,752	0,478	Valid
25	Daya tarik makanan di Che.Co Café and Resto	0,683	0,478	Valid
26	Daya tarik porsi makanan di Che.Co Café and Resto	0,665	0,478	Valid
B. Pilihan Merek				
27	Ketertarikan terhadap Che.Co Café and Resto	0,594	0,478	Valid
28	Kepercayaan terhadap Che.Co Café and Resto	0,667	0,478	Valid
29	Kebiasaan membeli terhadap Che.Co Café and Resto	0,649	0,478	Valid
C. Pilihan Penyalur				
30	Kemudahan mendapatkan makanan di Che.Co Café and Resto	0,846	0,478	Valid
31	Kecepatan Che.Co Café and Resto dalam pengiriman makanan	0,740	0,478	Valid
D. Waktu Pembelian				
32	Ketepatan pembelian dengan keinginan konsumen	0,849	0,478	Valid
33	Ketepatan pembeli dengan promosi, bonus, dll yang dilakukan Che.Co Café and Resto	0,698	0,478	Valid
E. Jumlah Pembelian				
34	Banyaknya pembelian di Che.Co Café and Resto	0,645	0,478	Valid
35	Frekuensi pembelian makanan di Che.Co Café and Resto	0,751	0,478	Valid
F. Metode Pembayaran				
36	Kemudahan dalam pembayaran produk yang dibeli	0,602	0,478	Valid
37	Kemudahan pembayaran dengan kartu kredit atau debit	0,752	0,478	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data, 2015

Berdasarkan Tabel 3.3 mengenai hasil perhitungan uji validitas melalui *SPSS 22 for windows* dapat terlihat bahwa item yang memiliki nilai tertinggi yaitu sebesar 0,849 dengan pernyataan ketepatan pembelian dengan keinginan konsumen di Che.Co Café and Resto berdasarkan waktu pembelian. Sedangkan item yang memiliki nilai terendah yaitu item dengan pernyataan ketertarikan terhadap Che.Co Café and Resto berdasarkan pilihan merek dengan nilai 0,594.

3.2.5.2 Hasil Pengujian Reliabilitas

Dalam penelitian ini, selain dilakukan uji validitas juga dilakukan uji reliabilitas. Tujuan dilakukannya uji reliabilitas ialah untuk mengetahui sejauh mana alat ukur kuesioner yang dibuat dapat dipercaya dan diandalkan. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya. Reliabilitas merupakan salah satu ciri instrumen pengukuran yang baik.

Menurut Maholtra (2009:317), “Reliabilitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila diukur beberapa kali dengan alat ukur yang sama.”

Pengujian reliabilitas kuesioner penelitian dilakukan dengan menggunakan *cronbach alpha*. Rumus *cronbach alpha* digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyaknya jumlah pertanyaan
- $\sigma^2 t$ = Varians total
- $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

Jumlah varians butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian t butir, kemudian jumlahkan seperti berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{[\sum X]^2}{N}}{N}$$

Keterangan:

- N = Jumlah sampel
- σ^2 = Nilai varians
- X = Nilai skor yang dipilih

Tolak ukur untuk menginterpretasikan koefisien reliabilitas tes dapat dilihat pada tabel berikut ini:

TABEL 3.4
INTERPRETASI KOEFISIEN RELIABILITAS

KOEFISIEN RELIABILITAS	INTERPRETASI
$r \geq 0,70$	Reliable
$r < 0,70$	Un-reliable

Sumber: Sudijono (2013:209)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) $\geq r_{\text{tabel}}$ dengan $\alpha=10\%$ dan derajat kebebasan ($dk=n-2$) maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
2. Jika koefisien internal seluruh item (r_{11}) $< r_{\text{tabel}}$ dengan $\alpha=10\%$ dan derajat kebebasan ($dk=n-2$) maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen yang diuji kepada 30 responden dengan bantuan program *SPSS 22 for windows* diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} yang bernilai 0,478 dari perhitungan (df) $n - 2$ ($30 - 2 = 28$) dengan tingkat signifikansi 10% atau 0,478. Penjelasan secara lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 3.5 sebagai berikut.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
1	Kualitas Produk	0,758	0,70	Reliabel
2	Harga	0,812	0,70	Reliabel
3	Keputusan Pembelian	0,764	0,70	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data, 2015 (menggunakan *SPSS 22 for windows*)

3.2.6 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif dan verifikatif. Teknik analisis deskriptif yaitu untuk variabel yang bersifat kualitatif, dan verifikatif untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistika. Alat penelitian yang digunakan yaitu kuesioner atau angket.

Analisis data proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data. Pada dasarnya definisi pertama lebih menitikberatkan pengorganisasian data sedangkan yang ke dua lebih menekankan maksud dan tujuan analisis data.

Elin Sulantari, 2016

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CHE.CO CAFÉ AND RESTO JATINANGOR

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

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengukur penelitian. Kuesioner disusun berdasarkan variabel yang ada dalam penelitian. Kemudian analisis data dapat dilakukan setelah kuesioner seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Menyeleksi data untuk memeriksa kesempurnaan dan kebenaran data yang terkumpul

3. Tabulasi data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a. Memberi skor pada item. Salah satu persyaratan dalam menggunakan skala *semantic differensial* adalah peringkat jawaban diberikan skor antara 1 sampai dengan 7. Setiap variabel yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan ke dalam alternative jawaban.

- b. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian

- c. Menganalisis dan menafsirkan hasil perhitungan berdasarkan angka-angka yang diperoleh dari perhitungan statistik. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan verifikatif.

4. Pengujian hipotesis

Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis *explanatory*, maka dilakukan analisis jalur. Karena penelitian ini menganalisis tiga variabel, yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan keputusan pembelian (Y), maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis* (analisis jalur).

Hal yang akan diteliti yaitu pengaruh kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). dalam penelitian ini menggunakan pengukuran dengan skala *semantic differensial*. Menurut Husein Umar (2008:99) “Skala berusaha mengukur arti suatu objek atau konsep bagi responden. Skala ini

mengandung unsur evaluasi (misalnya: bagus buruk, jujur tidak jujur), unsur potensi (aktif pasif, cepat lambat)”.

3.2.6.1 Analisis Deskriptif Menggunakan Persentase

Data mentah yang telah terkumpul dari hasil kuesioner harus diolah agar memperoleh makna yang berguna bagi pemecahan masalah. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan kedalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi dan penerapan data pada pendekatan penelitian.

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket yang disusun berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini dengan dibantu *software SPSS 22 for windows* melalui persentase. Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan kedalam tiga langkah yaitu:

1. Tahapan Persiapan

Persiapan adalah mengumpulkan dan memeriksa kebenaran cara pengisian, melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem penilaian yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian dalam bentuk informasi yang lebih ringkas.

Kegiatan dalam langkah persiapan ini antara lain adalah:

- a. Mengecek nama dan kelengkapan identitas pengisi
- b. Mengecek kelengkapan data, artinya memeriksa isi instrumen pengumpulan data
- c. Mengecek macam isian data. Jika di dalam instrumen termuat sebuah atau beberapa item yang tidak diisi atau isian lain bukan yang dikehendaki peneliti, padahal isian yang diharapkan tersebut merupakan variabel pokok, maka item tersebut perlu didrop.

Apa yang akan dilakukan dalam langkah persiapan ini adalah memilih atau menyortir data sedemikian rupa sehingga hanya data yang terpakai saja yang tinggal. Langkah persiapan bermaksud merapikan data agar bersih, rapi dan tinggal mengadakan pengolahan lanjutan atau menganalisis.

Elin Sulantari, 2016

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CHE.CO CAFÉ AND RESTO JATINANGOR

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

2. Tahap Tabulasi

Kegiatan yang termasuk dalam tahapan tabulasi antara lain:

- a. Memberikan skor (*scoring*) terhadap item-item yang perlu diberi skor.
- b. Memberikan kode-kode terhadap item-item yang perlu diberi skor.
- c. Mengubah jenis data, disesuaikan dan dimodifikasi dengan teknis analisis yang akan digunakan.
- d. Memberikan kode (*coding*) dalam hubungan dalam pengolahan data jika akan menggunakan computer.

3. Penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis deskriptif variabel X_1 (kualitas produk)
2. Analisis deskriptif variabel X_2 (harga)
3. Analisis deskriptif variabel Y (keputusan pembelian)

Menurut Uma Sekaran (2009:158), analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Jadi, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian.

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran persentase yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas disaapabilan pada Tabel 3.6 sebagai berikut:

TABEL 3.6
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1.	0%	Tidak Seorangpun
2.	1% - 25%	Sebagian Kecil
3.	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4.	50%	Setengahnya
5.	51% - 75%	Sebagian Besar
6.	76% - 99%	Hamper Seluruhnya
7.	100%	Seluruhnya

Sumber: Muhammad Ali (1985:184)

3.2.6.2 Analisis Verifikatif Menggunakan *Path Analysis*

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *path analysis* (analisis jalur), karena dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang dianalisis yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan keputusan pembelian (Y).

Teknik analisis data yang digunakan untuk melihat pengaruh kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) yaitu menggunakan analisis jalur karena penelitian ini menganalisis dua variabel yang masing memiliki dimensi dan pada masing-masing dimensi memiliki hubungan.

Teknik analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini yaitu *path analysis* (analisis jalur). Analisis jalur digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel eksogen X yaitu kualitas produk (X_1) dan harga (X_2), dan variabel endogen Y yaitu keputusan pembelian secara simultan dan parsial. Pengujian hipotesis dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menggambar struktur hipotesis



GAMBAR 3.1
STRUKTUR HUBUNGAN KAUSAL ANTARA X DAN Y

Keterangan:

X = Kualitas produk dan harga

Y = Keputusan pembelian

ϵ = epsilon (variabel lain)

→ = Hubungan kausalitas

Struktur hubungan pada Gambar 3.1 mengisyaratkan adanya pengaruh antara dimensi kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian, selain itu terdapat pula faktor lain yang mempengaruhi hubungan tersebut dengan ditandai oleh lambang.

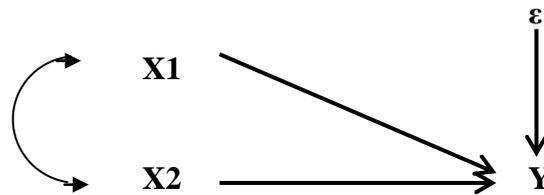
Hipotesis satu yang diajukan yaitu terdapat pengaruh kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

2. Menerjemahkan ke dalam sub struktur hipotesis

Elin Sulantari, 2016

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CHE.CO CAFÉ AND RESTO JATINANGOR

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



GAMBAR 3.2

DIAGRAM JALUR SUB STRUKTUR HIPOTESIS

Keterangan:

X1 = variabel kualitas produk

X2 = variabel harga

Y = keputusan pembelian

ε = epsilon (variabel lain)

\longrightarrow = hubungan kausalitas

\longleftrightarrow = hubungan korelasional

a. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas

$$R_1 = \begin{bmatrix} 1 & r_{X_2X_1} \\ r_{X_2X_1} & 1 \end{bmatrix}$$

b. Identifikasi persamaan struktur hipotesis

Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{bmatrix} C_{11} & C_{12} \\ C_{22} & C_{22} \end{bmatrix}$$

c. Menghitung semua koefisien jalur melalui rumus

$$\begin{bmatrix} \rho_{Yx_1} \\ \rho_{Yx_2} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} C_{11} & C_{12} \\ C_{22} & C_{22} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{Yx_1} \\ r_{Yx_2} \end{bmatrix}$$

d. Hitung $R^2_y (X_1, X_2)$ yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total X_1, X_2 terhadap Y dengan menggunakan rumus:

$$R^2_Y (X_1, X_2) = [\rho_{YX_1}, \rho_{YX_2}] \begin{bmatrix} 1'_{YX_1} \\ 1'_{YX_2} \end{bmatrix}$$

e. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung pada setiap variabel

Pengaruh X terhadap Y

1. Pengaruh X_1 terhadap Y

Elin Sulantari, 2016

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CHE.CO CAFÉ AND RESTO JATINANGOR

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

Pengaruh langsung = $\rho_{YX1} \cdot \rho_{YX1}$

Pengaruh tidak langsung melalui X_2 = $\rho_{YX1} \cdot r_{X1X2} \cdot \rho_{X2}$

2. Pengaruh X_2 terhadap Y

Pengaruh langsung = $\rho_{YX2} \cdot \rho_{YX2}$

Pengaruh tidak langsung melalui X_1 = $\rho_{YX2} \cdot r_{X2X1} \cdot \rho_{X1}$

Pengaruh total (X) terhadap Y =

a. Menghitung pengaruh variabel lain (ϵ) dengan rumus sebagai berikut:

$$\rho_{Y\epsilon 1} = \sqrt{1 - R_{Y(X1.1 \ X1.2)}^2}$$

b. Keputusan penerimaan atau perolehan H_0

Tolak H_0 jika $t_{hitung} \geq t_{(0,05)(n-k-1)}$

Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{(0,05)(n-k-1)}$

$$\text{Dimana } t = \sqrt{\frac{\rho_{XYi} - \rho_{XYj}}{\frac{(1 - R^2_{Y(x1x2)})(c_{ii} + c_{ij} + 2c_{ij})}{(n-k-1)}}$$

t mengikuti distribusi t student dengan derajat kebebasan n-k-1.

c. Uji statistik yang digunakan adalah:

$$F = \frac{(n - k - 1) \sum_{i=1}^k \rho_{zxi} \rho_{zxi}}{(n - k - 1) \sum_{i=1}^k \rho_{zxi} \rho_{zxi}}$$

Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan tabel distribusi $F_{snedector}$, apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dengan demikian dapat diteruskan pada pengujian secara individual, statistik yang digunakan:

$$t = \frac{\rho_{XYi} - \rho_{XYj}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(x21x2)})(c_{ii} + c_{ij} + 2c_{ij})}{(n-k-1)}}$$

Menurut Ridwan dan Sunarto (2010:81) untuk mengetahui besarnya kontribusi dari X terhadap naik turunnya nilai Y dapat dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi (KD). Nilai koefisien determinasi adalah kuadrat dari nilai koefisien korelasi, dinyatakan dalam persen, sehingga harus dikalikan dengan 100%.

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

Keterangan:

KD = koefisien determinasi

r = nilai koefisien korelasi

Nilai koefisien penentu berada diantara 0-100%. Jika nilai koefisien semakin mendekati 100% berarti semakin kuat pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Semakin mendekati 0% berarti semakin lemah pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Sehingga dibuat pedoman interpretasi koefisien penentu dalam Tabel 3.7 sebagai berikut:

TABEL 3.7
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRESTASI KOEFISIEN DETERMINASI

INTERVAL KOEFISIEN	TINGKAT PENGARUH
0 – 19,99%	Sangat Lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2010:214)

3.2.7 Pengujian Hipotesis

Menurut Sugiyono (2012:221), kebenaran suatu hipotesis dibuktikan melalui data-data yang terkumpul secara statistik hipotesis diartikan sebagai pertanyaan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian.

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y
 H_1 ditolak artinya X tidak berpengaruh terhadap Y
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y
 H_1 diterima artinya X berpengaruh terhadap Y

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara statistik dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis menurut Sugiyono (2012:101) ialah:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya X berpengaruh terhadap Y.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya X tidak berpengaruh terhadap Y.

Secara statistik hipotesis yang akan diuji berada pada taraf kesalahan 0,1 dengan derajat kebebasan $n-k-1$ serta berada pada uji pihak kanan. Serta pada uji satu pihak yaitu uji pihak kanan. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis utama pada penelitian ini dapat ditulis sebagai berikut:

$H_0 : \rho < 0$ artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian

$H_a : \rho > 0$ artinya terdapat pengaruh positif antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian

1. $H_0 : \rho \leq 0$: Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
 $H_a : \rho > 0$: Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian
2. $H_0 : \rho \leq 0$: Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
 $H_a : \rho > 0$: Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Adapun untuk membantu dalam pengolahan data dan pengujian hipotesis, dapat menggunakan bantuan *software Microsoft excel* dan *SPSS (Statistical Product for Service Solution)*. Untuk mengetahui koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y maka digunakan klasifikasi koefisien korelasi pada Tabel 3.8.

TABEL 3.8
PEDOMAN PEMBERIAN INTERPRETASI TERHADAP KOEFISIEN KORELASI

KOEFISIEN KORELASI	KETERANGAN
0,0 – 0,199	Tidak Ada Korelasi
0,20 – 0,399	Korelasi Rendah
0,40 – 0,599	Korelasi Sedang
0,60 – 0,799	Korelasi Kuat
0,80 – 0,1000	Korelasi Sangat Kuat

Sumber: Guilford (1956)