

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah konsumen CV. Puri Lestari Catering. Katering ini berlokasi di Jl. Sarimadu No. 16 RT 05 RW 12 Kec. Sukajadi Kel. Sukawarna Bandung 40164. Adapun penelitian yang langsung dilakukan adalah melakukan pengukuran terhadap persepsi konsumen mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan CV. Puri Lestari Catering kepada konsumen, dimana nantinya akan dilihat pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan untuk memutuskan membeli yang dirasakan konsumen. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu Variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Sugiyono (2014, hlm. 4) menyatakan bahwa, variabel *independent* adalah variabel yang mempunyai atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent*. Sedangkan variabel *dependent* adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel *independent*.

Adapun variabel *independent* dalam penelitian ini terdapat dua variabel. Variabel *independent* pertama adalah kualitas produk (X1) dengan dimensi kinerja (*performance*), keistimewaan tambahan (*features*), keandalan (*reability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), daya tahan (*durability*). Serata variabel yang ke dua adalah kualitas pelayanan (X2) yang dibentuk oleh dimensi berikut: keandalan (*reability*), cepat tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), kemudahan (*emphaty*), bukti fisik (*tangible*). Sedangkan variabel *dependent*nya adalah keputusan pembelian (Y), dimana dalam penelitian ini akan dilakukan perbandingan antara kinerja hasil yang diberikan oleh pihak perusahaan dengan harapan konsumen melalui kualitas produk dan kualitas pelayanan.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian

Dalam metode penelitian ini Sugiyono (2014, hlm. 1) menyatakan bahwa, metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu di perhatikan yaitu penjelasannya antara lain:

1. Cara ilmiah berarti penelitian itu di dasarkan pada cirri-ciri keilmuan yaitu, rasional, empiris, dan sistematis.
2. Cara Rasional artinya kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal sehingga terjangkau oleh penalaran manusia.
3. Empiris artinya cara-cara yang digunakan dalam penelitian itu teramati leh indera manusia, sehingga orag lain dapat mengamati an mengetahui cara-cara yang akan digunakan.
4. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah- langkah tertentu yang bersifat logis.

Adapun dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian *deskriptif* dan *verivikatif*. Sugiyono (2014, hlm. 29) menyebutkan bahwa statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau member gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan dan berlaku untuk umum.

Selain itu dalam penelitian ini juga menggunakan *verifikatif* pada dasarnya ingin menguji kebenarannya dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan guna memprediksi dan menjelaskan hubungan atau pengaruh dari suatu variabel ke variabel lainnya. Dalam hal ini penelitian *verifikatif* dilakukan penulis dengan tujuan mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di CV. Puri Lestari Catering Bandung.

Menurut Ker Linger (dalam Sugiyono 2010, hlm 17) mengungkapkan bahwa: Penelitian survey adalah penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi dengan mengedarkan kuisioner, test, wawancara struktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti eksperimen).” *cross section method* adalah sebuah metode penelitian yang dapat dilakukan dengan hanya sekali dikumpulkan, mungkin selama periode harian, mingguan atau bulanan, dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian”.

Penelitian yang digunakan menggunakan metode ini, melakukan kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) dengan tujuan mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang diteliti.

3.2.2 Operasional variabel

Operasional variabel adalah kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2) termasuk variabel bebas dan variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y). Kedua variabel ini mempunyai pengaruh sangat besar terhadap strategi pemasaran.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kualitas Produk (X_1)	<i>Product quality” the characteristic of a product or sevice that bear on its ability to satisfy stated or implied costomer needs”.</i> Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Kotler dan Keller (2012, hlm.230)	1. Kinerja (<i>performance</i>)	-Tingkat penyajian makanan	Ordinal	1
			-Tingkat tampilan makanan	Ordinal	2
			-Tingkat kebersihan makanan	Ordinal	3
		2. Keistimewaan tambahan (<i>Features</i>)	-Tingkat variasi makanan	Ordinal	4
			-Tingkat kemenarikan makanan	Ordinal	5
			-Tingkat kekhasan makanan	Ordinal	6

Variabel	Konsep Teoritis	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
----------	-----------------	-----------	--------	-------	---------

		3. Keandalan (<i>reability</i>)	-Tingkat kelezatan makanan	Ordinal	7
			-Tingkat kematangan makanan	Ordinal	8

		4. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance to specification</i>)	-Tingkat kesesuaian antara rasa yang dijanjikan dengan yang disajikan	Ordinal	9
			-Tingkat kesesuaian dengan gambar makanan di menu dengan aslinya	Ordinal	10
			- Kesesuaian antara jumlah porsi yang ditawarkan dengan yang diberikan	Ordinal	11
		5. Daya Tahan (<i>durability</i>)	- Tingkat ketahanan makanan	Ordinal	12

Variabel	Konsep Teoritis	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kualitas Pelayanan (X ₂)	Kualitas yang dirasakan dari pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Gronroos dalam Lovelock et al (2011, hlm. 154)	1. Keandalan (<i>Reliability</i>)	- Tingkat kemampuan dalam menangani masalah konsumen	Ordinal	1
			- Tingkat kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan	Ordinal	2
			- Tingkat kemampuan karyawan dalam melayani konsumen	Ordinal	3
		2. Cepat Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	- Tingkat kecepatan mengenai keluhan konsumen	Ordinal	4
			- Tingkat	Ordinal	5

Adilah Oktafianti, 2015

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. PURI LESTARI CATERING BANDUNG

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

Variabel	Konsep Teoritis	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
			kecepatan dalam menanggapi keluhan konsumen		
		3. Jaminan (<i>Assurance</i>)	- Tingkat jaminan atas keamanan	Ordinal	6
			- Tingkat jaminan atas kualitas makanan	Ordinal	7
		4. Kemudahan (<i>Emphaty</i>)	- Tingkat pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen	Ordinal	8
			- Tingkat komunikasi yang baik dengan konsumen	Ordinal	9
			- Tingkat kemudahan dalam menangani konsumen	Ordinal	10
		5. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	- Tingkat kenyamanan tempat makanan katering	Ordinal	11
			- Tingkat daya tarik katering	Ordinal	12
			- Tingkat kerapihan karyawan katering	Ordinal	13
			- Tingkat kelengkapan peralatan katering	Ordinal	14

Variabel	Konsep Teoritis	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan konsumen membeli termasuk dalam kategori pertimbangan ini adalah pembelian karena hobi, keputusan pembeli suatu barang atau jasa yang berbeda dari apa yang dimiliki oleh kebanyakan orang. Mulyadi Nitisusastro (2012, hlm. 190) . Dalam melaksanakan maksud pembelian, konsumen dapat membentuk lima sub keputusan Pembelian: Merek, penyalur, kuantitas, waktu dan metode pembayaran. Kotler dan Keller (2009, hlm. 188)	1. Pilihan Produk	- Tingkat kesesuaian produk dengan keinginan	Ordinal	1
			- Daya tarik makanan	Ordinal	2
			- Daya tarik porsi makanan	Ordinal	3
		2. Pilihan Merek	- Tingkat ketertarikan terhadap katering ini	Ordinal	4
			- Tingkat kepercayaan terhadap katering	Ordinal	5
			- Tingkat kebiasaan membeli terhadap katering	Ordinal	6
		3. Pilihan Penyalur	- Tingkat kemudahan mendapatkan makanan di katering tersebut	Ordinal	7
			- Tingkat kecepatan dalam pengiriman makanan di katering	Ordinal	8
		4. Waktu Pembelian	- Tingkat ketepatan pembelian dengan keinginan	Ordinal	9
			- Tingkat ketepatan pembeli dengan promosi, bonus, dll	Ordinal	10

Adilah Oktafianti, 2015

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. PURI LESTARI CATERING BANDUNG

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

Variabel	Konsep Teoritis	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
		5. Jumlah Pembelian	- Tingkat (jumlah/ banyaknya) pembelian makanan di katering	Ordinal	11
			- Tingkat frekuensi pembelian makanan di katering ini	Ordinal	12

Sumber: Lampiran A, 2015.

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2013, hlm.137) mengungkapkan bahwa, “terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrument penelitian, dan kualitas pengumpulan data.” Pengumpulan data dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara.

Berdasarkan sumbernya dan dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, antara lain:

1. Sumber primer, yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.
2. Sumber sekunder, yaitu sumber tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen.

Sedangkan pengumpulan data berdasarkan cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi, wawancara, kuisisioner (angket) maupun dokumentasi, dan gabungan ketiganya, (Sugiyono 2014, hlm 29).

Untuk lebih jelasnya mengenai jenis data dan sumber data yang digunakan oleh penulis, maka penulis mengumpulkan data dan menyajikan data dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Adilah Oktafianti, 2015

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. PURI LESTARI CATERING BANDUNG

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

Tabel 3.2
Jenis dan Sumber Data

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1	Data kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) tahun 2012- 2014	Sekunder	Badan Pusat Statistik
2	Data Perkembangan Usaha Jasa Boga di Indonesia	Sekunder	http://www.pikiranrakyat.com/node/307909 10/12/2014-13:36)
3	Data APJI (Asosiasi Pengusaha Jasa Boga Indonesia)	Sekunder	http://life.viva.co.id/news/read/.../rabu,10/12/2014-15-43 WIB).
4	Data mengenai perusahaan makan dan minuman di Jawa Barat	Sekunder	Katalog BPS: 1305059, Hasil Sensus Ekonomi 2006)
5	Klasifikasi catering	Primer	Sekretariat Eksekutif DPC APJI Kota Bandung
6	Data Pemesanan Jasa Katering di CV.Puri Lestari Catering Bandung	Primer	CV.Puri Lestari Catering Bandung
7	Data Profit CV. Puri Lestari Katering Bandung	Primer	CV.Puri Lestari Catering Bandung
8	Gambaran responden mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan	Primer	Survey yang dilakukan penulis pada konsumen CV. Puri Lestari Catering

Sumber: Lampiran B, 2014

3.2.4 Populasi dan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Dalam mengumpulkan dan menganalisis data, menentukan populasi merupakan langkah yang penting dalam melaksanakan penelitian. Mengutip dari Sugiyono (2014, hlm. 61) dalam penelitian kuantitatif, populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (2012, hlm. 115) menyebutkan bahwa, populasi bukan hanya orang, tetapi objek atau subjek yang dipelajari, tetapi ,meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki pada objek atau subjek

Adilah Oktafianti, 2015

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. PURI LESTARI CATERING BANDUNG

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

yang diteliti. Adapun dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen yang telah menggunakan dan merasakan produk dari CV. Puri Lestari Catering pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2014, dengan jumlah 144 orang.

Tabel 3.3

Populasi Konsumen CV. Puri Lestari Catering

Pesanan	Jumlah (orang)
Pesanan pada tahun 2012	61
Pesanan pada tahun 2013	51
Pesanan pada tahun 2014	35
Total	144

Sumber: CV. Puri Lestari Catering, 2015

3.2.4.2 Sampel

Sugiyono (2014, hlm. 62) mengungkapkan, "sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi". Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Adapun penentuan ukuran yang dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin. Dimana rumus permasalahannya antara lain:

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

Dimana : n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kesalahan

Tingkat kelonggaran yang digunakan 10% (0,1) maka perhitungan jumlah sampel yang diambil sesuai dengan perhitungan jumlah sampel sebagai berikut:

$$N = 144$$

$$e = 10\% = 0,1$$

Maka :

$$N = \frac{144}{1 + 144 (0,1)^2}$$

Adilah Oktafianti, 2015

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. PURI LESTARI CATERING BANDUNG

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

$$= 59,02 \approx 59$$

Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 59 responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Sugiyono (2014, hlm 62) menyebutkan teknik sampling dilakukan untuk menentukan berapa jumlah sampel. Hal ini dilakukan untuk mengetahui sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik yang digunakan.

Namun Sugiyono (2014, hlm. 63) menyebutkan bahwa, teknik sampling pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsure (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *sampling area (cluster) sampling (sampling menurut daerah)*. sedangkan *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik meliputi *sampling sistematis*, *sampling kuota*, *sampling aksidental/incidental*, *purposive sampling*, *sampling jenuh*, dan *snowball sampling*. Sugiyono (2014, hlm 62) menyebutkan teknik sampling dilakukan untuk menentukan berapa jumlah sampel. Hal ini dilakukan untuk mengetahui sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik yang digunakan.

Berdasarkan Hal tersebut, maka teknik yang digunakan adalah *simple random sampling* yaitu suatu tipe sampling probabilitas, di mana peneliti dalam memilih sampel dengan memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi untuk ditetapkan sebagai anggota sampel.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun dalam memperoleh data yang dibutuhkan penulis untuk penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kualitas pelayanan pada CV. Puri Lestari Catering, menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

Adilah Oktafianti, 2015

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. PURI LESTARI CATERING BANDUNG

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

1. Studi kepustakaan

Teknik ini dilakukan dengan mencari data dari sumber buku mengenai pemasaran, permasalahan jasa, internet dan jurnal maupun hasil penelitian sejenis berkaitan dengan masalah yang diangkat dan diteliti untuk kemudian dihadikan sebagai landasan teori. adapun teori yang dibutuhkan tersebut adalah mengenai pariwisata, pengertian jasa boga atau Katering, pengertian pemasaran jasa, bauran pemasaran, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian.

2. Studi lapangan teknik ini dilakukan dengan maksud untuk memperoleh data primer yang dibutuhkan, berkenaan dengan variabel yang diteliti. yaitu mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian. adapun cara yang dilakukan yaitu:

- a. Metode observasi berperan serta (*participant observation*). Observasi ini dilakukan dengan cara berperan aktif dilapangan, yaitu dengan adanya interaksi antara penulis dengan pihak katering dalam pengolahan produk.
- b. Metode wawancara, yaitu memberikan rangkaian pertanyaan kepada subjek penelitian. Hal ini dilakukan secara langsung dengan pemilik dan pegawai yang ada di dapur. Mengenai garis besar permasalahan yang ada di subjek penelitian, tanpa metode terstruktur melainkan langsung dan terbuka.
- c. Metode angket atau metode yang dikenal dengan metode kuisioner. Teknik ini dilakukan dengan cara memberikan serangkaian pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada konsumen CV. Puri Lestari Catering. Angket tersebut adalah mengenai variabel yang akan diteliti berkenaan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.

3.2.6 Rancangan Pengujian Validitas dan Realibilitas

3.2.6.1 Uji Validitas

Dalam penelitian ini digunakan uji validitas untuk menemukan hasil sebuah penelitian dan mengetahui valid atau tidaknya kuisioner yang disebar. Menurut Sugiyono (2014, hlm.348) menyebutkan bahwa, “ hasil penelitian yang

valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti”. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan, uji validitas adalah cara untuk menyatakan sejauh mana tingkat kevalidan suatu instrumen penelitian yang dalam hal ini adalah kuisioner, yang disebar oleh penulis kepada responden.

Rumus uji validitas instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *product moment*. Skor setiap item pernyataan yang diuji kevalidannya dikorelasikan dengan skor total seluruh item. Item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai *validitas* yang sangat tinggi pula dan biasanya kategori valid adalah apabila nilai koefisien korelasi $> 0,3$ (Sugiyono, 2014,hlm.142). Cara menghitung koefisien korelasi *product moment* dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{x_i y_i} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{[n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2][n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}}$$

Di mana notasi rumus dioperasionalkan sebagai berikut:

r = koefisien validitas item yang dicari

n = banyaknya responden

x_i = skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

y_i = skor total dari seluruh item

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat skor variabel x

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat skor variabel y

Hasil pengujian validitas tercantum pada tabel 3.4.

Tabel 3.4
Hasil Penghitungan Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk (X₁)	1	0,673	0,361	Valid
	2	0,430	0,361	Valid
	3	0,604	0,361	Valid
	4	0,405	0,361	Valid

Adilah Oktafianti, 2015

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. PURI LESTARI CATERING BANDUNG

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

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
	5	0,403	0,361	Valid
	6	0,456	0,361	Valid
	7	0,640	0,361	Valid
	8	0,576	0,361	Valid
	9	0,390	0,361	Valid
	10	0,365	0,361	Valid
	11	0,398	0,361	Valid
	12	0,420	0,361	Valid

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X₂)	1	0,607	0,361	Valid
	2	0,840	0,361	Valid
	3	0,787	0,361	Valid
	4	0,572	0,361	Valid
	5	0,649	0,361	Valid
	6	0,492	0,361	Valid
	7	0,503	0,361	Valid
	8	0,677	0,361	Valid
	9	0,658	0,361	Valid
	10	0,549	0,361	Valid
	11	0,609	0,361	Valid
	12	0,364	0,361	Valid
	13	0,717	0,361	Valid
	14	0,669	0,361	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,477	0,361	Valid
	2	0,669	0,361	Valid
	3	0,402	0,361	Valid
	4	0,709	0,361	Valid
	5	0,565	0,361	Valid
	6	0,597	0,361	Valid
	7	0,459	0,361	Valid
	8	0,688	0,361	Valid
	9	0,373	0,361	Valid
	10	0,523	0,361	Valid
	11	0,399	0,361	Valid
	12	0,380	0,361	Valid

Sumber : Lampiran C,2015

3.3.6.2 Uji Realibilitas

Dalam hasil penelitian selain valid juga harus bersifat reliable. Sugiyono (2014, hlm. 348) menyebutkan bahwa, “ selanjutnya hasil penelitian yang reliable yaitu, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda”. Dengan kata lain

Adilah Oktafianti, 2015

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. PURI LESTARI CATERING BANDUNG

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

penelitian dikatakan reliabel apabila hasil dari dua atau lebih jenis penelitian dengan objek yang sama, terjadi dalam waktu yang berbeda, menghasilkan data penelitian yang sama. dalam penelitian ini penulis menggunakan Program SPSS 17 for windows, Untuk menentukan hasil penelitian apakah reliabel atau tidak.

Instrumen penelitian yang reliabilitasnya diuji dengan test-test dilakukan dengan cara mencobakan intrumen beberapa kali pada responden. jadi dalam hal ini instrumennya sama, respondennya sama, dan waktu yang berbeda. Reliabilitas diukur dari koefisiensi korelasi antara percobaan pertama dengan yang berikutnya. Bila koefisiensi korelasi positif dan signifikan maka instrumen tersebut sudah dinyatakan reliabel.

Setelah dihitung maka akan didapat koefisien korelasinya. Koefisien korelasi ini selanjutnya ke dalam rumus Spearman Brown.

$$r_i = \frac{dr_b}{1+r^b}$$

Sebagaimana yang dinyatakan Mustafa Edwin Nasution dan Hardius Usman (2006:112) menyatakan:

“Jika koefisien reabilitas (*Alpha*) mendekati 1 sangat baik, jika berada diatas 0,7 baik, tetapi bila berada di bawah nilai 0,6 tidak baik. Artinya, bila nilai *Alpha* berada di bawah 0,6, maka dapat dikatakan bahwa pengukuran yang dilakukan tidak konsisten atau pengukuran kita tidak *reliable*”.

Hasil pengujian reliabilitas tercantum pada tabel 3.5.

Tabel 3.5

Hasil Penghitungan Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai r_{hitung}	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	0,810	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,907	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,840	Reliabel

Sumber : Lampiran A

3.2.7 Method of Successive Interval (MSI)

Adilah Oktafianti, 2015

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. PURI LESTARI CATERING BANDUNG

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

Mengingat data dari hasil kuesioner yang diperoleh berbentuk data skala ordinal, sehingga untuk analisis lebih lanjut perlu ditingkatkan skalanya menjadi skala interval dengan menggunakan *method of successive interval* yang pada hakekatnya adalah untuk menempatkan setiap obyek dalam interval (Bambang Soedibjo 2013, hlm. 22) dengan langkah-langkah kerja sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil jawaban responden untuk setiap pernyataan, hitung frekuensi setiap pilihan jawaban.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
3. Berdasarkan proporsi tersebut, untuk setiap pernyataan hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Untuk setiap pernyataan tentukan nilai batas untuk z untuk setiap pilihan jawaban.
5. Hitung nilai numerik pengskalaan (*Skala Value*) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan sebagai berikut:

$$SV = \frac{\text{Density at lower limit} - \text{Density at upper limit}}{\text{Area under upper limit} - \text{Area under lower limit}}$$

6. Hitung Nilai hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan persamaan:

$$\text{Score} = \text{scale value} + \text{scale value}_{\text{minimum}} + 1$$

3.2.7 Teknik Analisis Data

Dalam sebuah penelitian, data merupakan suatu hal yang sangat penting. Data merupakan satu gambaran dari suatu variabel yang diteliti, yang berfungsi untuk membentuk sebuah hipotesis penelitian. Sehingga benar atau tidaknya data akan sangat menentukan mutu dari sebuah penelitian.

3.2.7.1 Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan jenis atau alat bentuk penelitian deskriptif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh CV. Puri

Adilah Oktafianti, 2015

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. PURI LESTARI CATERING BANDUNG

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

Lestari Catering berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data. Data tersebut kemudian dianalisis untuk memperoleh suatu kesimpulan. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan bagaimana masing-masing variabel penelitian.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian deskriptif adalah sebagai berikut:

- a. Setiap indikator yang dinilai oleh responden, diklasifikasikan dalam lima alternatif jawaban dengan menggunakan skala ordinal yang menggambarkan peringkat jawaban.
- b. Dihitung total skor setiap variabel/subvariabel = jumlah skor dari seluruh indikator variabel untuk semua responden.
- c. Dihitung skor setiap variabel/subvariabel = rata-rata dari total skor.
- d. Untuk mendeskripsikan jawaban responden, juga digunakan statistic deskriptif seperti distribusi frekuensi dan tampilan dalam bentuk tabel ataupun grafik.
- e. Untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian ini, digunakan rentang kriteria sebagai berikut:

$$\text{Skor Total} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Akor Ideal}} \times 100\%$$

(Sumber : Umi Narimawati, 2010, hlm.45)

Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Tabel 3.4
Kriteria Persentase Tanggapan Responden

No	Persentase Skor	Kategori Skor
1	20,00 % - 36,00 %	Sangat Kurang
2	36,01 % - 52,00 %	Kurang
3	52,01 % - 68,00 %	Cukup
4	68,01 % - 84,00 %	Baik
5	84,01 % - 100 %	Sangat Baik

(Sumber : Umi Narimawati 2010, hlm.85)

3.2.7.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif dalam penelitian ini dengan menggunakan alat uji statistik yaitu analisis regresi linier berganda. Teknik analisis statistik yang digunakan untuk menjawab adakah pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada CV.Puri Lestari Catering Bandung menggunakan analisis regresi linier berganda.

1. Asumsi Klasik Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk efektifitas penggunaan analisis regresi linier berganda diperlukan beberapa asumsi klasik sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode gambar *Normal Probability Plots* dalam program SPSS.

Deteksi normalitas dengan menggunakan *Normal Probability Plots* dalam program SPSS adalah dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik (Santoso, 2011). Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model jalur memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model jalur tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Autokorelasi

Salah satu asumsi model analisis jalur adalah tidak terdapatnya Autokorelasi. Autokorelasi adalah korelasi antar nilai observasi yang berurutan dari variabel bebas. Autokorelasi dapat terjadi karena disebabkan beberapa hal, yaitu:

- 1) Inertia, yaitu adanya momentum yang masuk ke dalam variabel-variabel bebas yang terus menerus, sehingga sesuatu akan terjadi dan mempengaruhi nilai-nilai variabel bebasnya.
- 2) Terjadi penyimpangan spesifikasi karena adanya variabel-variabel bebas lain yang tidak dimasukkan dalam model.
- 3) Bentuk fungsi yang salah
- 4) Adanya *Lags* (tenggang waktu)
- 5) Manipulasi data yang mengakibatkan data tidak akuarat.

Panduan untuk mendeteksi autokorelasi adalah sebagai berikut:

- 1) Angka Durbin Watson dibawah -2 , berarti ada autokorelasi positif
- 2) Angka Durbin Watson diantara -2 sampai $+2$, berarti tidak ada autokorelasi
- 3) Angka Durbin Watson diatas -2 , berarti ada autokorelasi negatif

c. Uji Multikolinearitas

Salah satu asumsi model analisis jalur klasik adalah tidak adanya korelasi yang sempurna, atau korelasi tidak sempurna tetapi relatif sangat tinggi pada variabel-variabel bebasnya. Jika terdapat multikolinearitas sempurna akan berakibat koefisien jalur tidak dapat ditentukan, serta standar deviasi menjadi tidak terhingga. Jika terdapat multikolinearitas kurang sempurna maka koefisien jalur meskipun berhingga akan mempunyai standar deviasi yang besar, sehingga koefisien-koefisien tidak dapat ditaksir dengan mudah. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat *relevance value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Multikolinearitas terjadi jika nilai VIF diatas nilai 10 atau tolerance value dibawah 0,10 (Hair,dkk). Nilai VIF dapat dihitung dengan rumus:

$$VIF = \frac{1}{Toleran}$$

d. Uji Heterokedastisitas

Asumsi lainnya dari model analisis jalur klasik adalah *homoscedasticity*.

Untuk mengetahui dipenuhi asumsi tersebut maka dilakukan uji asumsi

jalur berganda heteroskedastisitas. Tujuannya adalah menguji apakah dalam sebuah model jalur, terjadi ketidaksamaan variance dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Model jalur yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS dan hasilnya dalam bentuk grafik.

2. Model Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2014, hlm.149) analisis linier regresi digunakan untuk melakukan prediksi bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikan/diturunkan. Hubungan antara dua variabel ini digambarkan dengan sebuah model matematik yang disebut model regresi yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Dimana:

Y = Variabel bebas (keputusan pembelian)

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b_1 - b_2 = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen bila b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

X_1 = Kualitas produk

X_2 = Kualitas pelayanan

3. Analisis Koefisien Korelasi

Untuk menunjukkan tingkat keeratan suatu variabel, derajat atau kekuatan korelasi antara variabel-variabel, digunakan analisis korelasi dengan rumus :

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

Adilah Oktafianti, 2015

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CV. PURI LESTARI CATERING BANDUNG

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

Menurut Supranto (2010, hlm. 152) nilai koefisien korelasi ini paling sedikit -1 dan paling besar 1, jadi jika r = koefisien korelasi maka nilai r dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$-1 \leq r \leq 1$$

Artinya :

- a. Jika $r = 1$, hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, yaitu hubungan sangat kuat dan positif). Korelasi positif artinya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen bersifat searah. Dengan kata lain, peningkatan atau penurunan nilai X terjadi bersama-sama dengan kenaikan atau penurunan nilai Y.
- b. Jika $r = -1$, atau mendekati -1, hubungan X dan Y sempurna dan negatif mendekati -1, yaitu hubungan sangat kuat dan negatif). Korelasi negatif artinya hubungan antara variabel independen dengan dependen bersifat berlawanan. Dengan kata lain peningkatan nilai X terjadi bersama-sama dengan penurunan nilai Y atau sebaliknya.
- c. Jika $r = 0$, hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan. Maka hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dikatakan sangat lemah atau tidak ada hubungan sama sekali. Dengan kata lain hubungan antara variabel X dengan variabel Y sangat lemah atau tidak terdapat hubungan sama sekali.

Penentuan kuat lemahnya koefisien korelasi (r) atau arti kepuasan kerja nilai r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r yang dikemukakan oleh Riduwan (2013:136) sebagai berikut :

Tabel 3.5
Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Koefisien Korelasi	Tafsiran
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber : Riduwan (2013, hlm. 136)

4. Analisis Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel yang satu terhadap variabel lainnya digunakan analisis koefisien determinasi. Koefisien determinasi diperoleh dari koefisien regresi dipangkatkan dua dan nilainya dinyatakan dalam persen (%). Rumusnya adalah :

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

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

r = Jumlah kuadrat koefisien

5. Pengujian Hipotesis

Menurut Umar (2005, hlm. 104) hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang di buat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun/mengarahkan penyelidikan selanjutnya berdasarkan teori di atas peneliti merumuskan hipotesis untuk penelitian ini, hipotesis yang telah di rumuskan kemudian harus di uji. Menurut Riduwan (2013, hlm. 233), uji parsial adalah suatu nilai yang memberikan kuatnya pengaruh atau hubungan dua variabel dengan salah satu atau bagian variabel X konstan.

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel bebas atau independent terhadap variabel tidak bebas atau dependen. Apabila hipotesis penelitian tersebut dinyatakan ke dalam hipotesis statistik sebagai berikut :

a. Hipotesis Simultan

H_0 : $R = 0$, Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

H_a : $R \neq 0$, Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Uji signifikansi F bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel X_1 , X_2 secara simultan terhadap variabel Y signifikan. Kriteria pengambilan

keputusan dalam penelitian ini dapat diketahui dengan cara menentukan penerimaan dan penolakan dugaan atas hipotesis yang diajukan:

- 1) *Significance F Change* $< \alpha$, maka H_0 ditolak, berarti variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen
- 2) *Significance F Change* $> \alpha$, maka H_0 diterima, berarti variabel independen secara simultan tidak mempengaruhi variabel dependen.

b. Hipotesis Parsial

1) Hipotesis Pertama

$H_{01} : r_{yx1} = 0$, Kualitas produk (X_1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

$H_{a1} : r_{yx1} \neq 0$, Kualitas produk (X_1) berpengaruh keputusan pembelian

2) Hipotesis Kedua

$H_{02} : r_{yx2} = 0$, Kualitas pelayanan (X_2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

$H_{a2} : r_{yx2} \neq 0$, Kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh keputusan pembelian

Kriteria pengambilan keputusan dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan membandingkan signifikansi dengan alpha, yaitu sebagai berikut:

- 1) Apabila signifikansi $< \alpha$: maka H_0 ditolak, H_a diterima
- 2) Apabila signifikansi $> \alpha$: maka H_0 diterima, H_a ditolak

Penelitian ini peneliti menggunakan taraf kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$).