

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek variable dalam penelitian ini terdiri dari atas dua macam, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variable bebas (*independent variable*).

- 1) Variable Terikat (*dependent variable*), yaitu Keputusan Pembelian.
- 2) Variable tidak Terikat (*independent variable*), yaitu :
  - a. Kualitas Produk ( $X_1$ )
  - b. Kualiatas Pelayanan ( $X_2$ )

Objek penelitiannya kepada seluruh pelanggan yang berkunjung Lisung *The Dago Boutique Resto* Bandung yaitu tentang keputusan pembelian. Maka berdasarkan variabel penelitian tersebut akan dianalisis mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, maka penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut pendapat V. Wiratna Sujarweni dan Poly Endrayanto dikutip dalam buku “Statistika untuk Penelitian” (2012:23) Statistik Deskriptif adalah pengolahan data untuk tujuan mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi. Data yang diolah dalam statistic deskriptif hanya satu variabel saja. Pada statistic deskriptif dapat menghasilkan table, grafik dan diagram. Hal serupa dikemukakan oleh Traven Travens dalam Husein Umar (2001:21) bahwa “Penelitian dalam menggunakan metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri. Baik (*independent*) tanpa membuat perbandingan akan menghubungkan dengan variabel lain.” Melalui jenis ini penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi mengenai pengaruh kualitas

produk, kualitas pelayanan responden terhadap keputusan pembelian yang makan di Lisung *The Dago Boutique Resto* Bandung.

Sedangkan jenis penelitian verifikatif menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Lisung *The Dago Boutique Resto* Bandung. Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian ini adalah survey dan penyebaran kuisioner.

### 3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji suatu kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan (Suharsimi Arikunto, 2002). Dalam penelitian ini dianalisis mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena yang lainnya (Sukmadinata, 2006:72). Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan dan menginterpretasikan sesuatu, misalnya kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi, atau tentang kecenderungan yang tengah berlangsung.

Furchan (2004:447) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang dirancang untuk memperoleh informasi tentang status suatu gejala saat penelitian dilakukan. Lebih lanjut dijelaskan, dalam penelitian deskriptif tidak ada perlakuan yang diberikan atau dikendalikan saerta tidak ada uji hipotesis sebagaimana yang terdapat pada penelitian eksperimen. Berdasarkan jenis penelitian di atas, yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif dan yang dilaksanakan

melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan adalah metode deksriptif dan penyebaran kuisioner.

### 3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional variable adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substantive dari suatu konsep. Tujuannya ialah agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variable yang sudah di definisikan konsepnya.

Operasionalisasi variabel dapat dijabarkan dalam tabel, sebagai berikut :

**Table 3.1**  
**Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Konsep Teoritis</b>	<b>Konsep Empiris</b>	<b>Konsep Analitis</b>	<b>Skala</b>
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah sifat dari sebuah produk atau layanan yang mampu memberikan kepuasan atau mewakili kebutuhan pelanggan. (Kotler dan Armstrong 2012:230)	Jumlah skor skala perbedaan likert persepsi pembeli terhadap kualitas suatu produk yang diberikan oleh restoran, meliputi : 1. <i>Performance</i> , yaitu kebersihan makanan dan minuman 2. <i>Feature</i> , yaitu ciri khas dan keistimewaan makanan dan minuman 3. <i>Reliability</i> , yaitu kesesuaian rasa makanan dan minuman dengan selera pembeli 4. <i>Conformance</i> , yaitu jumlah porsi yang disajikan 5. <i>Durability</i> ,	Data yang diperoleh dari pembeli yang mengunjungi restoran, meliputi : 1. Makanan dan minuman yang disajikan bersih 2. Keistimewaan dan ciri khas dari makanan dan minuman 3. Makanan dan minuman yang disajikan lezat dan sesuai dengan selera 4. Jumlah porsi makanan dan minuman yang disajikan sesuai dengan yang diwarkan 5. Tingkat kematangan makanan sesuai	Ordinal

		tingkat kematangan makanan	dengan harapan	
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas layanan diartikan sebagai nilai yang diperoleh oleh pelanggan dari perusahaan yang diukur berdasarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan membantu memecahkan masalah pelanggan. (Joewono, 2003 : 24).	Jumlah skor skala perbedaan likert persepsi pembeli terhadap kualitas suatu pelayanan yang diberikan oleh restoran, meliputi : 1. <i>Tangible</i> : yaitu penampilan yang rapi, bersih dan menarik. 2. <i>Reliability</i> : yaitu pelayanan dengan baik dan sesuai dengan pesanan. 3. <i>Responsiveness</i> : yaitu cepat tanggap, merespon langsung yang diminta atau dibutuhkan pelanggan. 4. <i>Assurance</i> : yaitu sikap yang ramah kepada pembeli 5. <i>Emphaty</i> : yaitu sifat yang peka terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan.	Data diperoleh dari pembeli yang mengunjungi restoran, meliputi : 1. Karyawan berpenampilan rapih 2. Karyawan mampu menangani keluhan pelanggan 3. Karyawan selalu teliti dalam memberikan pelayanan 4. Karyawwan bersikap ramah dan sopan dalam melayani 5. Karyawan memiliki sikap yang peka terhadap terhadap kebutuhan pelanggan	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian didasarkan pada hasil evaluasi alternatif yang	Jumlah skor skala likert persepsi pembeli, meliputi : 1. Pilhan produk,	Data yang diperoleh dari pembeli yang ada di restoran, meliputi : 1. Variasi dari	

	berimplikasi pada adanya niat untuk membeli barang/jasa. (Kotler & Armstrong 2012:154)	yaitu variasi makanan dan minuman 2. Pilihan merek, yaitu kepercayaan terhadap merek restoran 3. Pilihan penyalur, yaitu kemudahan dalam menjangkau lokasi 4. Pilihan harga, yaitu keterjangkauan harga makanan dan minuman 5. Waktu pembelian, yaitu ketepatan waktu saat pembelian makanan dan minuman 6. Metode pembayaran, yaitu kemudahan dalam pembayaran secara tunai dan non tunai.	makanan dan minuman yang ditawarkan restoran 2. Kepercayaan pembeli terhadap merek restoran 3. Kemudahan dalam menjangkau lokasi restoran 4. Harga makanan dan minuman sesuai dengan kualitas yang didapat 5. Makanan dan minuman yang dipesan disajikan tepat waktu 6. Mudah dalam pembayaran secara tunai dan non-tunai.	Ordinal
--	--	--	---	---------

### 3.2.3 Populasi, Sample dan Teknik Sampling

#### 3.2.3.1 Populasi

Menurut Emory (dalam Assegaf, 2009) yang menyatakan populasi merupakan sekumpulan elemen yang dapat digunakan untuk beberapa kesimpulan. Sedangkan Menurut Sugiyono (2010 : 61) populasi adalah

wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli yang menggunakan jasa makanan dan minuman di Lisung *The Dago Boutique Resto* Bandung dengan kriteria pembeli sebagai berikut :

- 1) Responden merupakan pelanggan di restoran tersebut.
- 2) Responden minimal berusia 17 s/d 50 tahun, karena umur tersebut penulis anggap mempunyai pemikiran yang stabil untuk dijadikan responden.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang ada di *Lisung The Dago Boutique Resto* Bandung. Berikut adalah tabel populasinya :

**Tabel 3.2**  
**Data Jumlah Pengunjung Lisung The Dago Boutique Resto Bandung**  
**Per-bulan periode Juli 2010 - Juli 2013**

No	Bulan	2010		2011		2012		2013	
		Pengunjung	%	Pengunjung	%	Pengunjung	%	Pengunjung	%
1	Januari	-	-	7686	-	7977	-	8163	-
2	Februari	-	-	7146	(-7,02)	6901	(-13,48)	6806	(-16,62)
3	Maret	-	-	6572	(-8,03)	7504	8,73	7707	13,23
4	April	-	-	7334	11,59	6529	(-12,99)	6114	(-20,66)
5	Mei	-	-	7513	2,44	7165	9,74	6619	8,25
6	Juni	-	-	8570	14,06	7829	9,27	7285	9,15
7	Juli	6859	-	9581	11,79	7399	(-5,49)	6054	(-16,89)
8	Agustus	6694	(-2,40)	6287	(-34,38)	7865	6,29	-	-
9	September	6984	4,33	7196	14,45	7587	(-3,53)	-	-
10	Oktober	6985	0,01	7765	7,91	7643	0,73	-	-
11	November	5962	(-14,64)	6463	16,76	6797	(-11,06)	-	-
12	Desember	7210	20,93	8686	34,39	8640	27,11	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>40694</b>	<b>6,23</b>	<b>90799</b>	<b>63,96</b>	<b>89836</b>	<b>15,32</b>	<b>48748</b>	<b>(-23,54)</b>

*Sumber : Manajemen Lisung The Dago Boutique Resto Bandung, 2013*

### 3.2.3.2 Sampel

Gilang Fatmawati, 2013

Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Lisung The Dago Boutique Resto Bandung

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

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2010 : 62).

Untuk menentukan besarnya sampel tersebut biasa dilakukan secara statistik maupun berdasarkan estimasi penelitian, selain itu juga perlu diperhatikan bahwa sampel yang dipilih harus representative artinya segala karakteristik populasi hendaknya tercermin dalam sampel yang dipilih.

Teknik yang digunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel yang akan diteliti salah satunya adalah dengan cara menggunakan cara Slovin, yaitu ukuran sampel merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan persentase kelonggaran katidaktelitian, karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan, maka taraf kesalahan yang ditetapkan adalah sebesar 10%.

Dari data yang diperoleh dalam penelitian ini untuk tahun terakhir menurut laporan Tahun 2010-2013 yang berdasarkan pada banyaknya jumlah pengunjung Lisung *The Dago Boutique Resto* Bandung maka jumlah sampel yang diperlukan yaitu :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel keseluruhan

N= Ukuran populasi keseluruhan

e = Resiko kekeliruan yang mungkin terjadi (10%)

Berdasarkan rumus Solvin maka ukuran sampel adalah sebagai berikut :

N= 270.077

e = 10% = 0,1

maka :

$$n = \frac{270077}{1 + 270077 (0,1^2)}$$

$$n = \frac{270077}{2701,77}$$

$$n = 99.96$$

Kesimpulannya, sampel minimal yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang pelanggan yang melakukan transaksi pembelian.

### 3.2.3.3 Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* yang mana dalam teknik ini tidak memberi peluang / kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan teknik pengambilan sampelnya menggunakan *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yang dengan kata lain siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2010:67).

Dikarenakan sampel yang digunakan peneliti adalah konsumen Lisung *The Dago Boutique Resto* Bandung, dimana sampel tersebut dipakai untuk mengukur pengaruh kualitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan teknik sampling insidental dimana responden yang akan diteliti adalah responden yang secara kebetulan bertemu dan mempunyai potensi dan cocok untuk dijadikan sampel.

### 3.2.4 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

#### 1. Observasi

Metode observasi merupakan metode pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki (Supardi, 2006 : 88). Observasi dilakukan menurut prosedur dan aturan tertentu sehingga dapat diulangi kembali oleh peneliti dan hasil observasi memberikan kemungkinan untuk ditafsirkan secara ilmiah.



## 2. Wawancara

Merupakan proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian.

## 3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2004).

Dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden (sampel penelitian). Responden tinggal memilih alternatif jawaban yang telah disediakan pada masing-masing alternative jawaban yang dianggap paling tepat.

## 4. Studi Literatur

Merupakan salah satu teknik yang dilakukan untuk mendapatkan data atau informasi dengan mempelajari beberapa sumber tertulis diantaranya buku-buku, hasil penelitian, jurnal, skripsi maupun tesis yang relevan dan berkaitan dengan objek yang akan diteliti.

### 3.2.5 Metode Analisis

Agar data yang dikumpulkan dapat dimanfaatkan, maka data tersebut diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga nantinya dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dikemukakan mengenai analisis kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

#### 3.2.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument (Arikunto, 2001:144). Sebuah instrument dikatakan valid apabila instrument itu mampu mengukur apa

yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dair variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variable yang dimaksud. Berdasarkan cara pengujiannya, validitas dibedakan menjadi dua macam, yaitu validitas internal dan validitas eksternal.

Dalam penelitian ini uji validitas yang digunakan adalah validitas internal yaitu validitas yang dicapai apabila terdapat kesesuaian antara bagian-bagian instrument secara keseluruhan (Arikunto, 2002:147). Dengan kata lain sebuah instrument dikatakan memiliki validitas internal apabila setiap instrument secara keseluruhan, yaitu mengungkapkan data dari variabel yang dimaksud.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis butir, yaitu dengan mengkorelasikan skor tiap butir pertanyaan dengan skor total, kemudian dikonsultasikan dengan tabel nilai r dengan taraf signifikan 10%. Instrument dikatakan valid jika hasil korelasi skor soal dengan skor total lebih besar dengan niali table dan sebaliknya. Sedangkan rumus yang digunakan untuk mengukur validitas instrument dalam penelitian ini adalah rumusan *Korelassi Product Moment* dari Pearson sebagai berikut :

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

Dimana :

$r_{xy}$  = nilai koefisien korelasi X dan Y

X = skor butir

Y = skor total

N = jumlah responden

$\sum X^2$  = jumlah kuadrat nilai X

$\sum Y^2$  = jumlah kuadrat nilai Y

(Sugiyono, 2012:228)

Uji validitas dilakukan oleh penulis pada 40 responden yang membeli makanan dan minuman di Lisung *The Dago Boutique Resto* Bandung menunjukkan kuesioner dalam penelitian ini dapat dijalankan. Hasil uji validitas dari sampel tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Uji Validitas Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Lisung *The Dago Boutique Resto* Bandung**

No	Indikator Kualitas Produk	r hitung	r tabel	Ket
1	Kebersihan makanan dan minuman	0,567	0,264	Valid
2	Kemenarikan penyajian makanan dan minuman	0,488	0,264	Valid
3	Ciri khas dan keistimewaan makanan dan minuman	0,433	0,264	Valid
4	Jumlah porsi yang disajikan	0,428	0,264	Valid
5	Tingkat kematangan makanan	0,520	0,264	Valid
6	Kesesuaian rasa makanan dan minuman dengan selera pembeli	0,589	0,264	Valid
7	Aroma makanan menggugah selera	0,463	0,264	Valid
No	Indikator Kualitas Pelayanan	r hitung	r tabel	Ket
1	Kemampuan karyawan menangani masalah pembeli	0,698	0,264	Valid
2	Kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan	0,681	0,264	Valid
3	Ketelitian karyawan dalam melayani pembeli	0,569	0,264	Valid
4	Keramahan dan kesopanan karyawan dalam melayani	0,676	0,264	Valid
5	Kepekaan karyawan terhadap kebutuhan pembeli	0,482	0,264	Valid
6	Kerapihan dan kesopanan karyawan dalam berpakaian	0,719	0,264	Valid
No	Indikator Keputusan Pembelian	r hitung	r tabel	Ket
1	Variasi makanan dan minuman	0,660	0,264	Valid
2	Kesesuaian makanan dan minuman dengan keinginan pembeli	0,647	0,264	Valid
3	Kepercayaan terhadap merek	0,539	0,264	Valid

	restoran			
4	Ketertarikan terhadap restoran	0,619	0,264	Valid
5	Pilihan pembeli terhadap restoran bertema yang sama	0,421	0,264	Valid
6	Kemudahan dalam menjangkau lokasi restoran	0,733	0,264	Valid
7	Kemudahan dalam mendapatkan makanan dan minuman	0,776	0,264	Valid
8	Harga makanan dan minuman yang terjangkau	0,567	0,264	Valid
9	Kesesuaian harga dengan kepuasan dan kualitas yang diperoleh	0,625	0,264	Valid
10	Pembelian makanan dan minuman pada waktu yang tepat dan sesuai keinginan	0,546	0,264	Valid
11	Ketepatan waktu dalam menyajikan makanan dan minuman	0,562	0,264	Valid
12	Kemudahan melakukan pembayaran secara tunai	0,680	0,264	Valid
13	Kemudahan melakukan pembayaran secara non-tunai	0,592	0,264	Valid

Kesesuaian pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

- a. Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan ( $\geq$ ) dari nilai  $r_{table}$ , maka item instrument dinyatakan valid.
- b. Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih kecil ( $<$ ) dari nilai  $r_{table}$ , maka item instrument dinyatakan tidak valid.

### 3.2.5.2 Uji Reliabilitas

Menurut V. Wiratna Sujarweni dan Poly Endarto dikutip dalam buku “Statistika Untuk Penelitian” (2012:186) Reabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk-kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner.

Jika uji reabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliable. Dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan :

r = koefisien reliability instrument

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$  = jumlah varians butir

$\sigma^2$  = varians total

Untuk mencari varians tiap butir digunakan rumus :

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{\sum(X)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

$\sigma^2$  = varian tiap butir

$\sum X$  = jumlah skor tiap butir

N = jumlah responden

(Arikunto, 2002:172)

Uji reliabilitas dilakukan oleh penulis pada 40 responden yang membeli makanan dan minuman di Lisung *The Dago Boutique Resto* Bandung menunjukkan kuesioner dalam penelitian ini dapat dijalankan. Hasil uji validitas dari sampel tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Uji Reliabilitas Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Lisung *the Dago Boutique Resto* Bandung**

No	Indikator	r hitung	r tabel	Ket
1	Kulitas Produk	0,856	0,264	Valid
2	Kualitas Pelayanan	0,917	0,264	Valid

3	Keputusan Pembelian	0,946	0,264	Valid
---	---------------------	-------	-------	-------

Keputusan dalam menentukan reliable atau tidaknya item instrument, yaitu sebagai berikut :

1. Item pertanyaan dikatakan reliable jika,  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .
2. Item pertanyaan dikatakan tidak reliable jika,  $t_{hitung} \leq r_{tabel}$ .

### 3.2.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data diarahkan pada pengujian hipotesis yang diajukan serta menjawab rumusan yang diajukan.

#### 3.2.6.1 Method of Successive Interval (MSI)

Karena penelitian ini menggunakan data ordinal seperti yang dijelaskan dalam operasionalisasi variabel sebelumnya, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan Method of Successive Interval (Harun Al Rasyid, 1994:131). Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut :

- i. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- ii. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
- iii. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- iv. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- v. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

$$\text{Scale Value (SV)} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Below Lower Limit})}$$

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel bebas dan variabel terikat serta ditentukan dengan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

### 3.2.6.2 Analisis Korelasi

Menurut Mohamad Nazir (2005:450) korelasi merupakan derajat atau tingkat hubungan antara dua variabel. Jika nilai-nilai suatu variabel menaik sedangkan nilai-nilai variabel yang lain menurun, maka kedua variabel tersebut mempunyai korelasi negative. Sebaliknya, jika nilai-nilai suatu variabel menaik dan diikuti pula dengan menaiknya nilai variabel lain, atau menurunnya nilai suatu variabel dan diikuti pula dengan menurunnya nilai variabel lain, kedua variabel tersebut mempunyai korelasi positif.

Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan X dan Y disebut koefisien korelasi (r) nilai koefisien paling sedikit -1 dan paling besar 1 ( $-1 \leq r \leq 1$ ) artinya jika :

$r = 1$ , hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekat 1, hubungan sangat kuat dan positif)

$r = -1$ , hubungan X dan Y sempurna dan negative (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif)

$r = 0$ , hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan.

Rumus yang digunakan dalam analisis korelasi ini yaitu korelasi Pearson, sebagai berikut:

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

### 3.2.6.3 Uji Koefisien Determinasi $R^2$

Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketetapan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini menunjukkan oleh

besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Jika koefisien determinasi nol, berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh pada variabel dependen.

Koefisien determinasi juga digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi X terhadap naik turunnya nilai Y. Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam penggunaan koefisien dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui presentasi pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tidak bebas dengan asumsi  $0 < r^2 < 1$ .

Untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y, maka digunakan rumus KD (koefisien determinasi), yaitu :

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

Menurut Sugiyono (2010:231) Koefisien determinasi uji  $r^2$  merupakan proporsi atau presentase dari total variasi 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. Besar nilai  $r^2$  diantara nol dan satu maka ( $0 < r^2 < 1$ ) dengan ketentuan sebagai berikut:

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



Menurut Sugiyono (2010:231) untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh, dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 3.5**  
**Klasifikasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000-0,199	Sangat rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2010:231)

#### 3.2.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah data terkumpul maka langkah selanjutnya adalah menguji hipotesis menggunakan analisis regresi korelasi yang mempersyaratkan jenis data yang diuji oleh regresi korelasi. Harus memiliki data interval atau rasio. Teknik regresi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi berganda untuk menguji variabel pengaruh X terhadap Y. Menurut Sugiyono (2012:275), Regresi Linear Ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variable dependen (kriterium), bila dua atau lebih variable independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nialinya).” Menentukan model persamaan regresi linier ganda untuk dua prediktor :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

(Sugiyono, 2012 : 277)

Dimana :

Y = Keputusan pembelian

- $a$  = Harga Konstanta  
 $b_1$  = Koefisien Regresi Pertama  
 $b_2$  = Koefisien Regresi Kedua  
 $X_1$  = Kualita produk  
 $X_2$  = Kualitas pelayanan

Untuk menghitung harga-harga  $a$ ,  $b_1$ ,  $b_2$  dapat menggunakan persamaan berikut :

$$\begin{aligned} \sum Y &= an + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2 \\ \sum X_1 Y &= a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2 \\ \sum X_2 Y &= a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2 \end{aligned}$$

(Sugiyono, 2012 : 278)

Setelah harga  $a$ ,  $b_1$ ,  $b_2$  diperoleh maka langkah selanjutnya adalah menghitung korelasi ganda masing-masing variabel independen dengan variabel dependen dengan rumus :

$$R_{y.x_1x_2} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r_{x_1x_2}^2}}$$

(Sugiyono, 2012 : 233)

Dimana:

$R_{y.x_1x_2}$  = Korelasi antara variable  $X_1$  dengan  $X_2$  secara bersama-sama dengan variable  $Y$

$r_{yx_1}$  = Korelasi Product Moment antara  $X_1$  dengan  $Y$

$r_{yx_2}$  = Korelasi Product Moment antara  $X_2$  dengan  $Y$

$r_{x_1x_2}$  = Korelasi Product Moment antara  $X_1$  dengan  $X_2$

### 3.2.7 Rancangan Pengujian Hipotesis

#### 1. Pengujian Hipotesis Secara Simultan dengan Uji F

Didalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005:84).

Dasar pengambilan keputusannya (Ghozali, 2005:84) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikan, yaitu : Apabila Probabilitas signifikan  $> 0,1$ , maka  $H_0$  gagal ditolak dan  $H_a$  ditolak. Artinya variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terkait. Apabila probabilitas signifikan  $< 0,1$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terkait.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Hipotesisi yang diajukan yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Selanjutnya untuk mengetahui signifikansi korelasi ganda dicari dulu  $F_{hitung}$  kemudian dibandingkan dengan  $F_{tabel}$ , maka rumus yang digunakan untuk mencari  $F_{hitung}$ , yaitu :

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Sugiyono (2012:235)

Keterangan :

- F h           = nilai F yang dihitung
- R             = nilai koefisien korelasi ganda
- k             = jumlah variabel independen
- n             = jumlah anggota sampel

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka terima  $\rho$  dan tolak  $H_0$ , artinya semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Secara statistik pengujian hipotesis tersebut adalah :

$H_0 : \rho = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

$H_0 : \rho > 0$ , artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

## 2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial dengan Uji t

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap variabel yang lain konstan. Signifikan pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai  $t_{tabel}$  dengan nilai  $t_{hitung}$ . Apabila nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$ , maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen, sebaliknya jika nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil daripada nilai  $t_{tabel}$ , maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

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

Sugiyono (2009:230)

Keterangan :

- t = distribusi student
- r = koefisien korelasi product moment
- n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesisi yang dianjurkan adalah :

- Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  maka  $H_0$  Diterima  $H_a$  Ditolak.
- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  Ditolak  $H_a$  Diterima.

Pada taraf kesalahan 0,1 dengan derajat kebebasan (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang

akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 : \rho \leq 0$ , maka tidak terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Lisung *The Dago Boutique Resto* Bandung.

$H_a : \rho > 0$ , maka terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Lisung *The Dago Boutique Resto* Bandung.

