

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1. Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan batasan dalam memperoleh data penelitian adalah konsumen Lokal Coffee Metro yang pernah berkunjung dan pernah membeli produk Lokal Coffee Metro.

3.2. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan pada salah satu *coffee shop* yang bernama Lokal Coffee yang terletak di Jl. Mr Gele Harun No.16, Metro, Kec. Metro Pusat, Kota Metro, Lampung. Objek penelitian ini terdiri atas dua variabel, yakni variabel bebas dan variabel terikat. Yang menjadi variabel bebasnya atau biasa disebut *independent variable* di antaranya ada harga (X1), kualitas produk (X2), dan juga kualitas pelayanan (X3), dan yang menjadi variabel terikat atau yang biasa disebut dengan *dependent variable* adalah keputusan pembelian (Y).

3.3. Sumber Data

(Harnovinsah, 2019) Sumber data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama), sementara data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada.

1. Data Primer

Contoh data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber

2. Data Sekunder.

Contoh data sekunder misalnya catatan atau dokumentasi perusahaan berupa absensi, gaji, laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, data yang diperoleh dari majalah, dan lain sebagainya

3.4. Metode dan Instrumen Pengumpulan Data

(Aditya, 2013) Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang digunakan oleh para peneliti dalam pengumpulan data. Sedangkan Instrumen Pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih lalu digunakan oleh para peneliti dalam kegiatan pengumpulan data yang ditujukan untuk mempermudah proses pengumpulan data dan lebih sistematis.

Jenis-jenis metode pengumpulan data di antaranya adalah :

1. angket (kuesioner)
2. wawancara (*interview*)
3. pengamatan (observasi)
4. dokumentasi

Teknik pengumpulan yang penulis lakukan yaitu berupa angket atau kuesioner dan wawancara kepada pemilik cafe untuk mendapatkan data tentang bisnis cafe yang sedang dijalankan. Juga penulis melakukan dokumentasi untuk mendukung data yang akan diteliti.

Dikarenakan keterbatasan jarak serta adanya wacana dari pemerintah saat ini yaitu PSBB atau Pembatasan Sosial Berskala Besar, membuat penulis memutuskan untuk menggunakan Google Form sebagai teknik pengumpulan data.

3.5. Metode dan Jenis Penelitian

3.5.1. Metode Penelitian

Dalam bukunya, (Sugiyono, 2016) menjelaskan, penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan suatu data tertentu dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan pada umumnya terbagi atas dua jenis, yakni metode kualitatif dan metode kuantitatif.

Metode penelitian harus dilakukan secara bertahap dan berurutan, dimulai dari menentukan suatu topik yang akan dibahas, mengumpulkan data-data, hingga data tersebut nantinya dianalisis dan akhirnya mendapatkan suatu pengertian atas topik tersebut. Hal tersebut dilakukan secara bertahap karena terdapat langkah-langkah yang sudah ditentukan sehingga sebelum nantinya masuk ke langkah selanjutnya terdapat langkah yang harus dilalui terlebih dahulu (Conny, 2010).

3.6. Jenis Penelitian

3.6.1. Penelitian Kuantitatif

Dalam penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif. Untuk mengetahui atau menemukan suatu pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui merupakan definisi dari penelitian kuantitatif (Kasiram, 2010). Penelitian kuantitatif menggunakan data yang berupa angka sebagai metode dalam penelitiannya, makin dalam data yang dapat digali, makin akurat penelitian kuantitatif dan makin luas populasi yang dicari, makin jelas pula pemahaman dalam membaca data kuantitatif.

Tujuan dari metode kuantitatif adalah untuk mencari keterkaitan antara dua variabel ataupun lebih yang nantinya akan menghasilkan suatu gambaran deskripsi atau fenomena tertentu. Dan variabel persepsi serta variabel keputusan pembelian merupakan variabel yang nantinya akan diteliti oleh penulis.

3.7. Populasi dan Sampel

3.7.1. Populasi

(Heridiansyah, 2012) menjelaskan populasi merupakan kumpulan yang lengkap dari seluruh elemen yang sejenis dan dapat dibedakan menjadi obyek penelitian. Populasi bukan hanya sekedar jumlah yang terdapat pada obyek atau subyek yang dipelajari, akan tetapi juga meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki subyek atau obyek tersebut (Sugiyono, 2013, bk. 79)

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Metro.

3.7.2. Sampel

Teknik sampling merupakan cara yang digunakan untuk pengambilan sampel. Terdapat dua rumpun dalam teknik sampling, yaitu *non-probability sampling* dan *probability sampling*. *Probability sampling* terdiri atas *disproportionated stratified random sampling*, *simple random sampling*, *cluster sampling*, dan *proportionated stratified random sampling*. Dan *non-probability sampling* terdiri atas *sampling kuota*, *sampling purposif*, *sampling aksidental*, *snowball sampling* dan *sampling jenuh*.

Bila populasi besar, dan penulis tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka penulis dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi yang tidak pasti. Sehingga teknik pengambilan sampel untuk penelitian ini dilakukan dengan teknik *non-probability sampling* (pengambilan sampel secara tidak acak). (Sugiyono, 2015) menjelaskan teknik *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur maupun anggota populasi untuk nantinya dipilih menjadi sampel.

Penulis menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* yang merupakan pengambilan sampel responden dengan kriteria dan pertimbangan tertentu seperti sifat populasi ciri yang sudah diketahui sebelumnya (Notoatmodjo, 2010). Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah konsumen pengunjung Lokal Coffee Metro. Dikarenakan ukuran populasi dalam penelitian ini banyak dan tidak dapat dipastikan dikarenakan tidak memiliki data pengunjung, maka penulis akan menggunakan rumus yang dijelaskan oleh (Riduwan & Akdon, 2007) sebagai berikut :

$$N = \left\{ \frac{(Z_{\alpha/2}) \cdot \sigma}{e} \right\}^2$$

$$N = \left\{ \frac{1,96 \times 0,25}{5\%} \right\}^2$$

$$N = 96,04$$

Gambar 3. 1

Rumus Ridwan & Akdon 2007

N = total sampel

Z_α = nilai tabel distribusi normal, taraf keyakinan 95%

σ = standar deviasi

e = error

dari rumus di atas, besar ukuran sampel untuk penelitian ini sebesar 96,04 = 97, apabila dibulatkan menjadi 97 responden.

3.8. Operasional Variabel

Di dalam penelitian ini penulis akan menggunakan dua variabel bebas atau *independent variable*, yang terdiri dari harga (X1), kualitas produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) serta variabel terikat atau *dependent variable* dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Kedua variabel yang akan dibahas ini nantinya akan mempunyai pengaruh terhadap volume penjualan. Berikut adalah operasionalisasi variabel dalam penelitian ini :

Tabel 3. 1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala
Harga (X1)	Sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk barang ataupun produk jasa. (Kotler & Keller, 2010)	Nilai yang digunakan untuk menukarkan manfaat-manfaat yang diperoleh atas barang atau jasa yang didapatkan oleh konsumen	Data berbentuk skala <i>Likert</i> yang diperoleh dari Lokal Coffee: <ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harga yang ditawarkan. 2. Keterjangkauan harga yang ditawarkan 3. Daya saing harga Lokal Coffee dengan coffee shop di sekitar kota Metro 	Likert
Kualitas Produk (X2)	Suatu karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan – kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten (Kotler & Armstrong, 2008)	Dimensi produk berdasarkan kualitas diantaranya : <ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja (<i>performance</i>), yang berkaitan dengan karakteristik operasi dasar dari suatu produk 2. Konformasi (<i>conformance</i>) to <i>spesification</i>, artinya adalah karakteristik operasi dasar dari suatu produk dapat memenuhi spesifikasi tertentu yang 	Data berbentuk skala <i>Likert</i> yang diperoleh dari Lokal Coffee: <ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja <ol style="list-style-type: none"> a. Kebersihan produk b. Kebersihan lokasi 2. Konformasi <ol style="list-style-type: none"> a. Penampilan dari produk yang disajikan b. Kesesuaian kuantitas produk yang disajikan dengan harga yang tertera pada daftar menu 3. Kemampuan dalam melayani 	Likert

		<p>diinginkan konsumen atau bisa dikatakan tidak adanya kecatatan pada produk.</p> <p>3. Kemampuan dalam melayani (<i>serviceability</i>), yaitu kecepatan serta kemudahan untuk memperbaiki dan kompetensi juga keramahan dalam pelayanan</p> <p>4. Estetika (<i>aesthetics</i>), estetika berkaitan dengan penampilan dari suatu produk.</p> <p>(Tjiptono & Diana, 2002)</p>	<p>a. Kemampuan dalam melayani konsumen</p> <p>b. Keramahan pelayan dalam melayani konsumen</p> <p>4. Estetika</p> <p>a. Penampilan penyajian.</p> <p>b. Kenyamanan tempat</p>	
Kualitas Pelayanan (X3)	<p>perilaku atau aktivitas yang dapat diberikan satu pihak kepada pihak yang lain, yang pada dasarnya berwujud dan tidak dapat menghasilkan kepemilikan apapun. (Kotler & Keller, 2010)</p>	<p>Indikator dalam penilaian kualitas pelayanan, diantaranya:</p> <p>1. <i>Tangibles</i> (bukti langsung). Artinya, perusahaan menunjukkan kemampuan untuk eksistensinya kepada pihak luar</p> <p>2. <i>Reliability</i> (kehandalan). Merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan</p> <p>3. <i>Responsiveness</i> (daya tangap). Yaitu kemampuan perusahaan dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif)</p>	<p>Data berbentuk skala <i>Likert</i> yang diperoleh dari Contrast Coffee:</p> <p>1. Penampilan karyawan.</p> <p>2. Pelayanan terhadap konsumen</p> <p>3. Responsif terhadap kebutuhan konsumen</p> <p>4. Kemampuan dalam memberikan jaminan terhadap kualitas di Lokal Coffee Metro.</p>	Likert

		<p>dan tepat kepada pelanggan</p> <p>4. <i>Assurance</i> (jaminan). Terdapatnya kepastian yaitu pengetahuan dan kemampuan karyawan perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan para pelanggan kepada pelayanan yang diberikan oleh perusahaan</p> <p>5. <i>Empati</i> (<i>emphaty</i>) Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual serta pribadi dari perusahaan terhadap konsumen. Dengan tujuan untuk memahami keinginan dari konsumen</p> <p>(Tjiptono, 2011)</p>		
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian ialah membeli merek favorit dari berbagai pilihan yang ada (Kotler & Keller, 2010)	<p>Keputusan pembelian merupakan tindakan yang diambil konsumen berdasarkan pilihan alternatif yang tersedia</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Melakukan pembelian ulang 4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain <p>(Kotler & Keller, 2008)</p>	Data berbentuk skala <i>Likert</i> yang diperoleh dari Contrast Coffee: <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Melakukan pembelian ulang 4. Merekomendasikan kepada orang lain. 	Likert

Sumber: Peneliti (2020-2021)

3.9. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan dalam pengumpulan data untuk mengukur sebuah fenomena, baik itu fenomena alam maupun fenomena sosial yang sedang di amati (Sugiyono, 2016). Maka dari itu,

dalam pencarian informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial digunakanlah instrumen penelitian.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan angket (kuesioner), di mana di dalam kuesioner tersebut terdapat empat variabel di antaranya variabel harga, variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui data yang akurat. Skala Likert digunakan guna mengetahui sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini penggunaan skala Likert yang diterapkan di dalam kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut

Sangat Setuju	= dengan skor 5
Setuju	= dengan skor 4
Netral	= dengan skor 3
Tidak Setuju	= dengan skor 2
Sangat Tidak Setuju	= dengan skor 1

Guna mendapatkan hasil penelitian ini dapat memuaskan, dilakukanlah penyusunan rancangan kisi-kisi instrumen penelitian. Kisi-kisi instrumen penelitian digunakan untuk menunjukkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dengan sumber data atau teori yang digunakan (Suharsimi, 2010)

Setiap variabel dalam penelitian ini akan diberikan penjelasan, selanjutnya menentukan indikator yang akan diukur, sehingga menjadi item pernyataan, seperti yang terlihat pada tabel 3.2 berikut :

Tabel 3. 2
Kisi – kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pernyataan	No. pernyataan
Harga (X1)	Kesesuaian Harga	Harga yang ditawarkan Lokal Coffee sesuai dengan produk yang disajikan	1
	Keterjangkauan harga	Harga yang ditawarkan Lokal Coffee terjangkau	2

	Daya saing harga	Harga yang ditawarkan Lokal Coffee mampu bersaing dengan coffee shop lain yang ada di kota Metro	3	
Kualitas Produk (X2)	Kinerja (performance)	Rasa yang ditawarkan Lokal Coffee sesuai	4	
		Kebersihan produk yang ditawarkan Lokal Coffee baik	5	
	Konformasi (conformance)	Penampilan produk yang ditawarkan Lokal Coffee baik	6	
		Kuantitas produk yang diberikan Lokal Coffee sudah sesuai dengan harga yang ditawarkan	7	
	Kemampuan dalam melayani (service ability)	Lokasi Lokal Coffee Metro mudah dijangkau	8	
		Fasilitas Lokal Coffee Metro lengkap	9	
	Estetika (aesthetics)	Penampilan dari produk yang disajikan oleh Lokal Coffee bagus dan menarik (peralatan penyajian contoh; gelas, sendok, dan lain lain)	10	
		Suasana yang diberikan Lokal Coffee membuat nyaman	11	
	Kualitas Pelayanan (X3)	Berwujud (tangibles)	Penampilan karyawan Lokal Coffee menarik	12
			Lokal Coffee memiliki media promosi seperti sosial media	13
Keandalan (reliability)		Karyawan Lokal Coffee memberikan penjelasan dengan baik dan mudah dimengerti oleh pelanggan	14	
		Karyawan Lokal Coffee melakukan pengecekan kembali ketika ada kesalahan	15	
Cepat tanggap (responsiveness)		Karyawan Lokal Coffee cepat merespon ketika ada pelanggan datang	16	
		Kesiapan karyawan Lokal Coffee dalam melayani pelanggan	17	

	Jaminan (assurance)	pelanggan merasa aman dan nyaman ketika melakukan transaksi	18
		Karyawan melakukan interaksi yang baik dengan pelanggan	19
		Lokal Coffee memiliki citra yang baik dan positif di masyarakat	20
	Empati (empathy)	Karyawan Lokal Coffee memberikan saran produk kepada konsumen	21
		karyawan Lokal Coffee memberikan bantuan ketika konsumen kesulitan	22
Keputusan Pembelian (Y)	Kemantapan pada sebuah produk	Saya memilih membeli di Lokal Coffee daripada tempat lain	23
	Kebiasaan dalam membeli produk	Saya memprioritaskan Lokal Coffee untuk dikunjungi terlebih dahulu daripada tempat lain ketika memilih coffee shop	24
	Melakukan pembelian ulang	Saya sering melakukan pembelian di Lokal Coffee	25
	Merekomendasikan kepada orang lain	Saya memberikan penilaian yang baik terhadap Lokal Coffee sebagai pilihan coffee shop yang ada di kota Metro Lampung	26
		Saya merekomendasikan Lokal Coffee kepada teman, kerabat, keluarga saya	27

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020-2021)

Dengan demikian, responden yaitu konsumen bisa lebih leluasa dalam memberikan informasi. Sehingga dapat memperoleh informasi yang akurat dalam penelitian ini mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Lokal Coffee Metro Lampung.

3.10. Pengujian Validasi dan Reliabilitas

3.10.1. Uji Validasi

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat–tingkat ke- valid dan kesahihan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang dikatakan valid dan sah ialah yang memiliki tingkat validitas tinggi, dan sebaliknya instrumen yang kurang valid dan sah ialah yang memiliki validitas rendah (Suharsimi, 2010)

Uji validitas yang dilakukan memiliki tujuan untuk menguji seberapa jauh item dalam kuesioner yang valid dan mana yang tidak. Hal tersebut dilakukan dengan mencari korelasi setiap item pertanyaan dengan skor total pertanyaan untuk hasil dari jawaban responden yang memiliki skala interval, pada penelitian ini menggunakan skala Likert dengan skor poin dari 1 sampai dengan 5.

Maka persamaan rumus yang digunakan yaitu korelasi *pearson product moment* seperti yang dijabarkan (Sanusi, 2011)

$$r_{xy} = \frac{n (\sum xy - (\sum x) \cdot (\sum y))}{\sqrt{(n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2) \cdot (\sum y)^2}}$$

Gambar 3. 2

Rumus Korelasi *pearson product moment*

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan y
- n = Jumlah populasi
- $\sum x$ = Jumlah skor butir
- $\sum y$ = Jumlah skor butir y
- $\sum x^2$ = Jumlah skor butir kuadrat x
- $\sum y^2$ = Jumlah skor butir kuadrat y
- $\sum xy$ = Jumlah perkalian butir x dan skor butir y

Nilai r_{xy} menunjukkan korelasi antar dua variabel yang dikorelasikan. Uji validitas ditentukan melalui ketentuan yaitu jika $r_{xy} >$ dari r tabel, maka item

pernyataan dinyatakan tidak valid. Jika $r_{xy} <$ dari r tabel, maka item pernyataan dinyatakan tidak valid.

Selanjutnya dihitung dengan uji- t . (Ghozali, 2013) dengan rumus sebagai berikut:

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

Gambar 3. 3
Rumus uji t

Keterangan :

t hitung = nilai t

r = nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel

Distribusi (tabel t) untuk $\alpha = 0,5$ dengan derajat kebebasan ($dk=n-2$) kaidah keputusan : jika t hitung $>$ t tabel maka dapat dinyatakan valid, dan jika t hitung $<$ t tabel , maka dapat dinyatakan tidak valid. Jika Instrumen tersebut valid, bisa dilihat penafsiran mengenai interpretasi koefisien korelasi nilai (r) di antaranya sebagai berikut (Sunarto & Riduwan, 2013) :

- Antara 0,800 sampai dengan 1,000 : sangat tinggi
- Antara 0,600 sampai dengan 0,799 : tinggi
- Antara 0,400 sampai dengan 0,599 : cukup tinggi
- Antara 0,200 sampai dengan 0,399 : rendah
- Antara 0,000 sampai dengan 0,199 : sangat rendah (tidak valid)

Adapun uji validitas ini dilakukan dengan analisis item dengan mengorelasikan antara skor item instrumen dengan skor total. Perhitungan tersebut dilakukan dengan bantuan perangkat lunak atau *software SPSS 25 for windows*. Berikut ini adalah hasil perhitungan uji validitas setiap instrumen :

Tabel 3. 3
Hasil Uji Validitas Harga

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria
1	Q1	0,797	0,361	VALID
2	Q2	0,656	0,361	VALID
3	Q3	0,631	0,361	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020-2021)

Berdasarkan tabel 3. dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan kuesioner variabel Harga (X1) dinyatakan valid, karena setiap item dari pertanyaan memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga item pertanyaan tersebut dapat digunakan sebagai alat ukur variabel yang diteliti.

Tabel 3. 4
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria
1	Q1	0,622	0,361	VALID
2	Q2	0,633	0,361	VALID
3	Q3	0,710	0,361	VALID
4	Q4	0,670	0,361	VALID
5	Q5	0,576	0,361	VALID
6	Q6	0,735	0,361	VALID
7	Q7	0,587	0,361	VALID
8	Q8	0,637	0,361	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020-2021)

Berdasarkan tabel 3. dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan kuesioner variabel Kualitas Produk (X2) dinyatakan valid, karena setiap item dari pertanyaan memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga item pertanyaan tersebut dapat digunakan sebagai alat ukur variabel yang diteliti.

Tabel 3. 5
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria
1	Q1	0,373	0,361	VALID
2	Q2	0,470	0,361	VALID
3	Q3	0,733	0,361	VALID
4	Q4	0,659	0,361	VALID
5	Q5	0,560	0,361	VALID
6	Q6	0,775	0,361	VALID
7	Q7	0,726	0,361	VALID
8	Q8	0,856	0,361	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020-2021)

Berdasarkan tabel 3. dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan kuesioner variabel Kualitas Pelayanan (X3) dinyatakan valid, karena setiap item dari pertanyaan memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga item pertanyaan tersebut dapat digunakan sebagai alat ukur variabel yang diteliti.

Tabel 3. 6

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria
1	Q1	0,906	0,361	VALID
2	Q2	0,901	0,361	VALID
3	Q3	0,808	0,361	VALID
4	Q4	0,692	0,361	VALID
5	Q5	0,872	0,361	VALID

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020-2021)

Berdasarkan tabel 3. dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan kuesioner variabel Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan valid, karena setiap item dari pertanyaan memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Sehingga item pertanyaan tersebut dapat digunakan sebagai alat ukur variabel yang diteliti

3.10.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan metode untuk mendapatkan tingkat ketepatan (keterandalan) alat pengumpulan data (instrumen yang digunakan). Sugiyono

Lutfian Marfandi, 2020

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI LOKAL COFFEE METRO LAMPUNG

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

(2016) menjelaskan reliabilitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan sejauh manakah hasil pengukuran tetap konsistensi bila diukur beberapa kali dengan alat ukur yang sama.

Koefisien *Alpha Cronbach* ($C\alpha$) merupakan metode statistik yang sering digunakan untuk pengujian reliabilitas suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Alpha Cronbach* lebih pesat atau sama dengan 0,70 rumus untuk mengukur reliabilitas yaitu :

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

Gambar 3. 4
Rumus Reliabilitas

Keterangan :

- $C\alpha$ = Reliabilitas instrumen
 k = Banyaknya item pertanyaan
 $\sum \sigma^2$ = Jumlah varian item pertanyaan
 σ^2 = Varian total

Kuesioner dinyatakan reliabel jika mempunyai koefisien alpha lebih besar dari 0,65 seperti yang telah dikemukakan oleh Aiken (Purwanto, 2010, hlm. 197) bahwa instrumen dapat dikatakan reliabel apabila hasil perhitungan reliabilitas dengan rumus *Alpha Cornbach* menunjukkan minimal 0,65. Keputusan diambil dengan membandingkan r_{11} dan r_{12} dengan kaidah keputusan jika $r_{11} > r_{\text{tabel}}$ berarti data tersebut reliabel dan jika $r_{11} < r_{\text{tabel}}$ maka data tersebut tidak reliabel.

Pada penelitian ini perhitungan reliabilitas dengan menggunakan perangkat lunak atau *software* SPSS 25 *for windows*. Maka diperoleh hasil uji reliabilits sebagai berikut :

Tabel 3. 7
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	C_{hitung}	$C_{minimal}$	Keterangan
1	Harga	0,662	0,65	RELIABLE
2	Kualitas Produk	0,720	0,65	RELIABLE
3	Kualitas Pelayanan	0,808	0,65	RELIABLE
4	Keputusan Pembelian	0,887	0,65	RELIABLE

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2020-2021)

3.11. Teknik Analisis Data

Dijelaskan oleh (Sugiyono, 2016), analisis data adalah suatu proses penyusunan secara sistematis dari data yang telah diperoleh hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan cara menyusun data secara kategori, menjabarkan dalam unit–unit, melakukan secara sintesa, menyusun ke dalam pola dan memilih yang penting sehingga digunakan untuk dipelajari dan diberikan kesimpulan agar dapat dipahami.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner yang disusun berdasarkan dari variabel yang diteliti yaitu, pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Lokal Coffee Metro. Analisis data pada penelitian ini menggunakan tahapan–tahapan sebagai berikut:

1. Penyusunan data
2. Tabulasi data
3. Pengujian

3.11.1. Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif yang di jelaskan Sugiyono (2016) adalah penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan terhadap sampel ataupun populasi tertentu. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis verifikatif yaitu untuk melihat dan mengamati pengaruh harga (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Ketepatan data sangat perlu dilakukan, maka penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi

linier ganda karena menganalisis lebih dari dua variabel yaitu harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian. Analisis verifikatif ini menggunakan perangkat lunak atau *software* SPSS 25 for windows. analisis linear berganda dapat dilakukan dengan melakukan metode–metode berikut:

3.11.1.1. Uji Asumsi Klasik

3.11.1.1.1. Uji Normalitas

Dalam melakukan analisis regresi linear salah satunya adalah dengan melakukan pengujian uji normalitas. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel berkaitan untuk setiap variabel bebas tertentu ber-distribusi normal atau tidak dalam analisis regresi linear, dengan nilai eror yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik ialah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga bisa dilakukan pengujian secara statistik.

Uji normalitas ialah data yang dilakukan menggunakan Test Normality Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan program SPSS. Menurut Santosa (2012) dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significanted*) yaitu jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal dan jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal

3.11.1.1.2. Uji Linieritas

Uji linieritas ini bertujuan guna mengetahui hubungan linier atau tidak secara signifikan pada variabel penelitian, sehingga uji ini digunakan untuk persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linear. Dua variable dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi kurang dari 0,05. Adapun kriteria uji linieritas yaitu apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka data tersebut adalah linear dan sebaliknya apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka data tersebut tidak linear.

3.11.1.1.3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki fungsi untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2013). Uji multikolinieritas dilakukan dengan cara melihat nilai

tolerance dan *variance inflation factor* (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan program SPSS. Apabila $VIF > 10$, maka terjadi multikolinearitas yang tinggi. Jika sebaliknya $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolinearitas

3.11.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda karna menganalisis lebih dari dua variabel, yaitu variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak keluar dari induk yang sama sehingga tidak adanya hubungan antar variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Menurut (Sugiyono, 2016) analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (naik turunkan nilainya). Rumus analisis linier berganda yaitu:

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

(Sugiyono, 2016)

Keterangan :

Y	= Kinerja Karyawan
X ₁	= Harga
X ₂	= Kualitas Produk
X ₃	= Kualitas Pelayanan
b ₁ , b ₂ , b ₃	= Koefisien regresi
a	= Konstanta
e	= error

3.11.3. Koefisien Korelasi

Analisis korelasi adalah suatu analisis untuk mengetahui hubungan antara dua variable yaitu variable independen (X) dengan variabel dependen (Y) atau untuk mengetahui lemah atau kuatnya hubungan antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) (Sugiyono, 2016). Berikut dapat dilihat rumus teknik korelasi *product moment*:

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

(Suharsimi, 2010)

Keterangan:

- r = koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek seluruh item
- Y = Skor Total
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam distribusi Y
- n = Banyak responden

3.11.4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan kuadrat koefisien korelasi yang digunakan untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap variabel Y, sehingga dapat mengetahui besaran persentase pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Berikut ini rumus koefisien determinasi :

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

(Riduwan, 2013)

Keterangan :

- KD = Koefisien Determinasi
- r = Koefisien Korelasi
- 100% = Konstanta

Maka digunakanlah pedoman interpretasi koefisien dalam tabel untuk mengetahui sejauh manakah pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen. Nilai koefisien penentu yang berada di antara 0 hingga 100%. Jika nilai koefisien semakin mendekati angka 100% yang berarti semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Mendekati 0% semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

3.11.5. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis merupakan langkah terakhir yang digunakan dalam penelitian ini. Dari analisis data ini yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan yang jelas antara variabel independen dengan variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan

3.11.5.1. Uji T (Uji Hipotesis Parsial)

Ghozali (2013) menerangkan, uji t digunakan untuk menguji seberapa jauhkah pengaruh variabel independen yang digunakan yang digunakan dalam penelitian ini secara individual setiap variabel dengan dependen secara parsial. Berikut ini dasar dari pengambilan keputusan dalam uji t, yaitu :

1. Hipotesis ditolak, apabila nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$.
Hipotesis ditolak yang artinya variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen
2. Hipotesis diterima, apabila nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$.
Hipotesis diterima yang artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.11.5.2. Uji F (Hipotesis Simultan)

Uji hipotesis simultan merupakan pengujian signifikansi terhadap koefisien korelasi ganda dimaksudkan guna menguji hipotesis penelitian utama yang diperoleh menggunakan rumus uji F sebagai berikut :

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

(Sugiyono, 2016)

Gambar 3. 5
Rumus Uji F

Keterangan:

R = Koefisien Korelasi Ganda

k = Jumlah Variabel Independen

n = Jumlah anggota sampel

Maka koefisien korelasi ganda yang diuji signifikan dapat berlaku untuk seluruh populasi, jika F_h lebih besar dari F_t . Berikut kriteria penolakan hipotesisnya, yaitu:

1. Taraf signifikan 0,05 dengan derajat kebebasan $(dk) = (n-k-1)$
2. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_i diterima dan H_o ditolak
3. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_o diterima dan H_i ditolak