

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai bauran produk dan keputusan pembelian konsumen. Variabel yang diteliti terdiri dari dua variabel yaitu: variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah kualitas produk ( $X_1$ ) dan saluran pemasaran ( $X_2$ ). Sedangkan Variabel terikat (*dependent variable*) dari penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Berdasarkan kualitas produk ( $X_1$ ), saluran pemasaran ( $X_2$ ) dan keputusan pembelian (Y) dapat dianalisis sebagai berikut: tanggapan konsumen terhadap kualitas produk, tanggapan konsumen terhadap distribusi, tanggapan konsumen terhadap keputusan pembelian, dan seberapa pengaruhnya kualitas produk, dan distribusi terhadap keputusan pembelian cabai paprika.

Pada penelitian ini subjek yang dijadikan penelitian adalah responden yaitu konsumen bisnis yang melakukan pembelian cabai paprika pada hotel berbintang di Bandung. Waktu penelitian akan dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*, karena penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu yang tidak berkesinambungan dan panjang. Husein Umar (2002:45) mengemukakan bahwa "*Cross sectional method* adalah metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam waktu panjang)". Berdasarkan objek penelitian diatas, maka akan dianalisis mengenai

pengaruh kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian Cabai Paprika Hade Farm (Survei terhadap Hotel yang menggunakan cabai paprika Hade Farm di Kota Bandung).

## **3.2 Metode dan Desain Penelitian**

### **3.2.1 Metode Penelitian**

Penetapan metode yang digunakan dalam penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting, karena dengan pemilihan metode yang tepat akan mempermudah langkah-langkah penelitian yang akan dilakukan dan untuk memperoleh data yang dapat dipercaya sehingga dapat mencapai tujuan atau kegunaan tertentu.

Berdasarkan tingkat dan bidang penelitian, maka jenis penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2008:29), penelitian deskriptif adalah penelitian yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Penelitian deskriptif dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai kualitas produk, distribusi dan keputusan pembelian konsumen pada produk paprika, sedangkan sifat penelitian verifikatif menurut Suharsimi Arikunto (2006:8) pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan.

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory survey*.

*Explanatory Survey* adalah suatu survei yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel melalui pengujian hipotesis, survei dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2008:7):

Metode survei yaitu Metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti.

Penelitian dengan metode *descriptive survey* dan *explanatory survey* dilakukan dengan melihat pada populasi besar atau kecil dan data yang dipelajari adalah data data sampel yang diambil dari populasi.

### **3.2.2 Desain Penelitian**

Penetapan metode yang digunakan merupakan suatu hal yang sangat penting, karena dengan pemilihan dan penentuan metode yang tepat akan memudahkan langkah-langkah penelitian yang akan dilakukan dan untuk memperoleh data yang dapat dipercaya sehingga dapat mencapai tujuan dan kegunaan tertentu.

Berdasarkan metode penelitian yang digunakan maka disusun desain penelitian. Istijanto (2009:30) mengungkapkan bahwa desain riset dapat dibagi menjadi tiga macam. Pertama, riset eksplanatori yaitu desain riset yang digunakan untuk mengetahui permasalahan dasar. Kedua, riset deskriptif yaitu desain riset yang digunakan untuk menggambarkan sesuatu, dan ketiga, riset kausal yaitu untuk menguji hubungan sebab akibat.

Berdasarkan tujuan dalam penelitian ini, maka desain penelitian yang digunakan adalah riset kausal karena metode penelitian yang digunakan menjelaskan tentang pengaruh antara kualitas produk dan distribusi cabai paprika dengan keputusan pembelian konsumen.

### **3.4 Operasionalisasi Variabel**

Variabel dalam penelitian ini yang variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah kualitas produk ( $X_1$ ) dan distribusi ( $X_2$ ),. Sedangkan variabel terikat (*dependent variable*) dari penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Skala yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal. Untuk menghindari penafsiran dan kekeliruan terhadap istilah-istilah yang dipergunakan sehingga masalah yang diteliti ini akan lebih terarah, maka perlu adanya penjelasan definisi operasional dari variabel penelitian. Operasionalisasi dari masing-masing variabel dapat terlihat dalam Tabel 3.1.

**Tabel 3.1**  
**Operasionaliasasi Variabel**

Variabel / Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. Item
<b>Kualitas produk (X<sub>1</sub>)</b>	“Definisi konvensional dari kualitas adalah sebagai gambaran langsung dari suatu produk seperti performasi, keandalan, mudah dalam penggunaan, estetika dan sebagainya. Dalam definisi strategik, kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan ( <i>meeting the needs of customer</i> )”. (Fandy Tjiptono (2005:2))				
<b>Kinerja produk (X<sub>1.1</sub>)</b>	Karakteristik operasi pokok pada produk inti ( <i>core product</i> ) yang dibeli	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manfaat penggunaan produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat manfaat penggunaan produk</li> </ul>	Ordinal	X <sub>1.1</sub>
<b>Daya tahan (X<sub>1.2</sub>)</b>	Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mudah busuk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat mudah busuk produk</li> </ul>	Ordinal	X <sub>1.2</sub>
<b>Ciri-Ciri atau Keistimewaan Tambahan (X<sub>1.3</sub>)</b>	Ciri-ciri tambahan produk, yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variasi warna produk cabai paprika</li> <li>• Mengandung vitamin A, C dan K</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat variasi warna produk cabai paprika</li> <li>• Tingkat mengandung vitamin A, C dan K</li> </ul>	Ordinal	X <sub>1.3</sub> X <sub>1.4</sub>
<b>Keandalan (X<sub>1.4</sub>)</b>	Kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kualitas produk cabai paprika</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingka kualitas produk cabai paprika</li> </ul>	Ordinal	X <sub>1.5</sub>
<b>Kesesuaian dengan Spesifikasi (X<sub>1.5</sub>)</b>	Sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan dalam memenuhi grade Hotel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kemampuan dalam memenuhi grade Hotel</li> </ul>	Ordinal	X <sub>1.6</sub>
<b>Serviceability (X<sub>1.6</sub>)</b>	Meliputi kecepatan, kompetensi, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Layanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang juga mencakup layanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya pelayanan tentang suara konsumen</li> <li>• Adanya kecepatan menangani keluhan konsumen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat tersedianya pelayanan tentang suara konsumen</li> <li>• Tingkat kecepatan menangani keluhan konsumen</li> </ul>	Ordinal	X <sub>1.7</sub> X <sub>1.8</sub>

Variabel / Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
<b>Estetika</b> (X <sub>1.7</sub> )	Daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik yang menarik, model/desain yang artistik, warna, dan sebagainya	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Daya tarik bentuk produk</li> <li>• Daya tarik warna produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat daya tarik bentuk produk</li> <li>• Tingkat daya tarik warna</li> </ul>	Ordinal	X <sub>1.9</sub> X <sub>1.10</sub>
<b>Kualitas yang Dipersepsikan</b> (X <sub>1.8</sub> )	Citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Citra produk</li> <li>• Tanggung jawab perusahaan terhadap produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat citra produk</li> <li>• Tingkat tanggung jawab perusahaan terhadap produk</li> </ul>	Ordinal	X <sub>1.11</sub> X <sub>1.12</sub>
<b>Saluran Pemasaran</b> (X <sub>2</sub> )	Saluran Pemasaran adalah serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadi produk atau jasa siap digunakan atau dikonsumsi (Kotler dan Keller (2009:326))				
<b>Ukuran Lot</b> (X <sub>2.1</sub> )		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jumlah produk cabai paprika yang dipesan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat jumlah produk cabai paprika yang dipesan</li> </ul>	Ordinal	X <sub>2.1</sub>
<b>Waktu tunggu</b> (X <sub>2.2</sub> )		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lama waktu menunggu konsumen untuk menerima cabai paprika</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat waktu menunggu konsumen untuk menerima cabai paprika</li> </ul>	Ordinal	X <sub>2.2</sub>
<b>Kenyamanan tempat</b> (X <sub>2.3</sub> )	Kenyamanan tempat menyatakan tingkat kemudahan yang disediakan saluran pemasaran bagi pelanggan untuk membeli produk tersebut	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenyamanan tempat untuk konsumen</li> <li>• Kemudahan mendapatkan cabai paprika</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat kenyamanan tempat untuk konsumen</li> <li>• Tingkat kemudahan mendapatkan cabai paprika</li> </ul>	Ordinal	X <sub>2.3</sub> X <sub>2.4</sub>
<b>Variasi Produk</b> (X <sub>2.4</sub> )	Variasi produk menyatakan luasnya keragaman yang dibelikan oleh saluran pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variasi warna cabai paprika</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat Variasi warna cabai paprika</li> </ul>	Ordinal	X <sub>2.5</sub>
<b>Pelayanan pendukung</b> (X <sub>2.5</sub> )	Pelanggan pendukung merupakan pelayanan tambahan (kredit, pengiriman, instalasi, perbaikan) yang disediakan oleh saluran tersebut	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengiriman cabai paprika langsung ke tempat</li> <li>• Volume pembelian besar mendapatkan diskon</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tingkat pengiriman cabai paprika langsung ke tempat</li> <li>• Tingkat volume pembelian besar mendapatkan diskon</li> </ul>	Ordinal	X <sub>2.6</sub> X <sub>2.7</sub>
<b>Keputusan Pembelian</b> (Y)	<i>consumer behavior is the study how individual, group, and organization select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants". (Kotler dan Keller (2009:190))</i>				

Variabel / Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
	Keputusan konsumen menyangkut bentuk, ukuran, mutu, corak, dan sebagainya dari produk bersangkutan.	Pilihan Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keputusan pembelian berdasarkan penilaian kualitas produk</li> </ul>	Ordinal	Y.1
	Keputusan konsumen tentang persyaratan pelayanan Hade Farm	Persyaratan Pelayanan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keputusan pembelian berdasarkan persyaratan pelayanan</li> </ul>	Ordinal	Y.2
	Keputusan konsumen tentang penyalur Hade Farm	Pilihan Pemasok	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kedekatan lokasi pembelian</li> <li>Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kelengkapan persediaan produk</li> </ul>	Ordinal	Y.3 Y.4
	Keputusan konsumen tentang kapan harus melakukan pembelian dan frekuensi pembelian	Waktu Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keputusan pembelian berdasarkan waktu kebutuhan</li> </ul>	Ordinal	Y.5
	Keputusan konsumen tentang seberapa banyak produk yang akan dibeli pada suatu saat tertentu.	Jumlah Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tingkat keputusan pembelian berdasarkan jumlah kebutuhan produk</li> </ul>	Ordinal	Y.6
	Keragaman metode pembayaran	Metode pembayaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keputusan pembelian berdasarkan metode pembayaran</li> </ul>	Ordinal	Y.7

### 3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data / Informasi

Sumber data penelitian adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Adapun data yang diperlukan adalah:

#### 1. Sumber data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu.

## 2. Sumber data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain dan sumber umum (buku, internet, majalah, surat kabar dan jurnal). Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber yang subjeknya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian, namun mempunyai hubungan dan dapat membantu dalam memberikan informasi bagi pelaksanaan penelitian.

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan keterangan tentang data.

Menurut Kusnendi-Edi Suryadi (2005:51) mengungkapkan definisi-definisi tersebut antara lain:

- a. Data primer yaitu data yang dikumpulkan secara khusus oleh seorang peneliti dari sumber aslinya.
- b. Data Sekunder yaitu data yang telah tersedia yang dikumpulkan oleh pihak lain.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah terdiri dari 3 data yaitu:

- 1) Data primer data yang diperoleh dari responden, pemilik dan pengurus perusahaan Gade Farm.
- 2) Data sekunder yang diperoleh dari laporan bulanan (RAB) perusahaan Hade Farm, laporan dinas pariwisata dan kebudayaan kota Bandung dan Dokumen lainnya.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data. Cara pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Studi literatur, yaitu pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, internet, majalah ilmiah, dan lain-lain, guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang

berkaitan dengan masalah kualitas produk saluran pemasaran dan keputusan pembelian.

2. Observasi, yaitu pengamatan langsung terhadap objek penelitian yang berkaitan dengan kualitas produk, saluran pemasaran, keputusan pembelian, dan data yang diperlukan dalam penelitian, yang diteliti adalah ada atau tidaknya unsur produk terhadap keputusan pembelian cabai paprika Hade Farm.
3. Wawancara (*interview*), yaitu teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan wawancara kepada pemilik perusahaan dan bagian *marketing* tentang kualitas produk, saluran pemasaran, keputusan pembelian dan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.
4. Kuesioner, yaitu melakukan penyebaran kuesioner yang didalamnya terdapat seperangkat daftar pertanyaan tentang kualitas produk, saluran pemasaran, keputusan pembelian tertulis kepada Hotel (sampel penelitian).

Dalam menyusun kuesioner, dilakukan beberapa prosedur sebagai berikut :

1. Menyusun kisi-kisi kuesioner atau daftar pertanyaan.
2. Merumuskan item-item pertanyaan dan alternatif jawabannya. Jenis instrumen yang digunakan dalam kuesioner merupakan instrumen yang bersifat tertutup, yaitu seperangkat daftar pertanyaan tertulis dan disertai dengan alternatif jawaban yang telah disediakan, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tersedia.

Menetapkan pemberian skor untuk setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini setiap pendapat responden atas pernyataan diberi nilai dengan skala *likert*.

### **3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel**

#### **3.6.1 Populasi**

Proses pengumpulan data akan selalu dihadapkan dengan objek yang akan diteliti baik itu berupa benda, manusia, dan aktivitasnya atau peristiwa yang terjadi. Sugiyono (2005:72) mengemukakan definisi populasi, yaitu sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sedangkan menurut Suharsimi (2006:130) menyatakan bahwa “populasi adalah seluruh objek penelitian”.

Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan yang jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan.

Populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah 76 Hotel yang memakai cabai paprika Hade Farm berada di kota Bandung yang diambil berdasarkan laporan Perusahaan Hade Farm.

#### **3.6.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan dijadikan bahan penelitian. Menurut Sugiyono, bahwa yang dimaksud dengan sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (2008:116). Bila

populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua populasi yang ada (karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga), maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari populasi itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi.

Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan, perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah  $n$ . Husain Umar (2003:59), mengemukakan bahwa ukuran sampel dari suatu populasi dapat menggunakan bermacam-macam cara, salah satunya adalah dengan menggunakan teknik slovin dengan rumus:

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

Keterangan:

$n$  = Ukuran sampel

$N$  = Ukuran populasi

$e$  = presentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang maiz dapat ditolelir ( $e=0,10$ )

$$n = \frac{76}{1 + 76(0,1)^2}$$

$$n = 43,18$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 45 Hotel yang ada di Kota Bandung.

### 3.6.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (Sugiyono.2008:116).

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling*. Cara ini dilakukan karena anggota populasi berada dalam suatu wilayah atau daerah.

Pada penelitian ini penulis mengambil teknik *Simple Random Sampling* yaitu penarikan sampel secara acak jadi tidak di batasi tetapi dapat mewakili seluruh populasi.

Menurut Suharsimin Arikunto (2006:110) teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau dapat menggambarkan populasi yang sebenarnya.

### **3.7.2 Validitas, Reliabilitas dan Hasil Pengujian**

#### **3.7.2.1 Pengujian Validitas**

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keshahihan suatu instrument. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Menurut Sugiyono (2008:172), “Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Untuk menghitung tingkat validitas dapat digunakan rumus korelasi *Product Moment Pearson* sebagai berikut:

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

(Suharsimi Arikunto, 2006:170)

Keterangan :

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

Langkah-langkah yang dilakukan dalam uji validitas instrumen angket tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Memberikan nomor pada angket yang masuk.
- 2) Memberikan skor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan, yakni dengan menggunakan kategori 5 Skala Likert.
- 3) Membuat tabel untuk mendapatkan harga  $\sum xy$ ,  $\sum x^2$ , dan  $\sum y^2$ , sesuai dengan rumus diatas, dengan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut :
  - a) Meng-*input* data skor setiap item angket
  - b) Menghitung harga  $\sum x^2$ , dengan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:
    - (1) Menghitung mean untuk setiap item angket.
    - (2) Mengurangkan skor tiap item dengan mean tiap item, sehingga diperoleh harga x.
    - (3) Mengkuadratkan harga x untuk tiap-tiap item, sehingga mendapatkan harga  $x^2$ .
    - (4) Menjumlahkan harga  $x^2$ , sehingga diperoleh harga  $\sum x^2$ .
  - c) Menghitung harga  $\sum y^2$ , dengan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:
    - (1) Menjumlahkan skor setiap responden, sehingga mendapatkan skor total untuk tiap responden.
    - (2) Menghitung mean skor total.
    - (3) Mengurangkan skor total tiap-tiap responden dengan mean skor total, sehingga diperoleh harga y.
    - (4) Mengkuadratkan harga y tiap-tiap responden sehingga mendapatkan harga  $y^2$ .
    - (5) Menjumlahkan harga  $y^2$ , sehingga diperoleh harga  $\sum y^2$ .
  - d) Menghitung harga  $\sum xy$ , dengan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:
    - (1) Mengalikan harga x untuk setiap item angket dengan harga y, sehingga mendapatkan harga xy.

- (2) Menjumlahkan harga  $xy$ , sehingga mendapatkan harga  $\sum xy$ .
  - (3) Mensubstitusikan harga-harga  $\sum xy$ ,  $\sum x^2$ , dan  $\sum y^2$  ke dalam rumus, sehingga diperoleh harga  $r_{xy}$  untuk tiap-tiap item angket.
  - (4) Mengkonsultasikan harga  $r_{xy}$  dengan kriteria pengujian validitas.
- 4) Menghitung Uji-t dengan rumus :

$$t = r_s \sqrt{\frac{N-2}{1-r_s^2}} \quad (\text{Riduwan, 2008:110})$$

Keterangan :

t = Nilai  $t_{hitung}$

r = Koefisien Korelasi hasil  $r_{hitung}$

n = Jumlah Responden

distribusi (Tabel t) untuk  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan ( $dk = n-2$ ).

- 5) Keputusan pengujian validitas instrumen :

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , berarti item instrumen penelitian dianggap layak (valid)

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , berarti item instrumen penelitian dianggap tidak valid.

Untuk mempermudah dan mempercepat dalam pengolahan data, maka penulis menggunakan program SPSS 13.0. Berikut Tabel 3.2 menyajikan hasil uji validitas :

**Tabel 3.2**  
**Hasil Pengujian Validitas**  
**Kualitas Produk dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian**

Variabel	No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Ket
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	1	Tingkat manfaat produk	0.621	0.374	valid
	2	Tingkat budah busuk produk	0.536	0.374	valid
	3	Tingkat variasi warna produk	0.569	0.374	valid
	4	Tingkat mengandung vitamin A, C, dan K	0.421	0.374	valid
	5	Tingkat kualitas produk cabai paprika	0.543	0.374	valid
	6	Tingkat kemampuan dalam memenuhi grade hotel	0.524	0.374	valid
	7	Tingkat tersedianya pelayanan konsumen	0.709	0.374	valid
	8	Tingkat kecepatan melayani konsumen	0.640	0.374	valid
	9	Tingkat daya tarik bentuk produk	0.375	0.374	valid
	10	Tingkat daya tarik warna produk	0.387	0.374	valid

	11	Tingkat citra produk	0.377	0.374	valid
	12	Tingkat tanggung jawab perusahaan terhadap produk	0.484	0.374	valid
Variabel	No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Ket
Distribusi (X <sub>2</sub> )	1	Tingkat jumlah produk cabai paprika sesuai dengan pesanan	0.678	0.374	valid
	2	Tingkat waktu menunggu konsumen untuk menerima cabai paprika	0.772	0.374	valid
	3	Tingkat kenyamanan tempat untuk konsumen	0.450	0.374	valid
	4	Tingkat kemudahan mendapatkan cabai paprika	0.516	0.374	valid
	5	Tingkat variasi warna cabai paprika	0.441	0.374	valid
	6	Tingkat pengiriman cabai paprika langsung ke tempat	0.778	0.374	valid
	7	Tingkat pembelian volume besar mendapatkan diskon	0.554	0.374	valid
Variabel	No	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Ket
Keputusan Pembelian (Y)	1	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan penilaian kualitas produk	0.788	0.374	valid
	2	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kepercayaan terhadap merek Hade Farm	0.566	0.374	valid
	3	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kedekatan lokasi pembelian	0.657	0.374	valid
	4	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kelengkapan persediaan produk	0.482	0.374	valid
	5	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan waktu kebutuhan	0.692	0.374	valid
	6	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan jumlah kebutuhan produk	0.682	0.374	valid
	7	Keputusan pembelian berdasarkan metode pembayaran	0.481	0.374	valid

Sumber : Hasil pengolahan data Mei 2010

Berdasarkan pengujian kuesioner terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df)  $n-2$  atau  $(30-2=28)$ , maka di dapat nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,374. Sehingga dapat diketahui bahwa semua item pernyataan dari

instrumen dinyatakan valid karena skor  $r_{hitung}$  lebih besar dari skor  $r_{tabel}$ , sehingga item-item pernyataan tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur dari variabel yang akan diteliti.

### 3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabel artinya dapat dipercaya. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (*reliabel*). Reliable adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2004:267).

Koefisien *Alpha Cronbach* ( $\alpha$ ) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,70.

Berikut adalah langkah-langkah untuk menguji reliabilitas:

1. Membuat tabel analisis butir soal,
2. Mencari varian tiap butir soal lalu jumlahkan,
3. Mencari varian total,
4. Masukkan ke dalam rumus *alpha* yaitu:

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

(Suharsimi Arikunto, 2006:196)

Keterangan:

- $r_{11}$  = reliabilitas instrumen
- $k$  = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal
- $\sum \sigma_b^2$  = jumlah varian butir pertanyaan
- $\sigma^2_t$  = varians total

Rumus variansnya adalah:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n} \dots\dots\dots (\text{Arikunto. 2002:160})$$

Dimana :

- $\sigma^2$  = Varians
- $\sum x$  = Jumlah skor
- $N$  = Jumlah responden

5. Keputusan uji reliabilitas instrument berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

$r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen dikatakan reliabel

$r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen dikatakan tidak reliabel

Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *alpha cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,70 (Gujarati, 2003:88). Hal tersebut dapat diartikan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner kapanpun dan dimanapun ditanyakan responden akan memberikan hasil ukur yang sama.

Perhitungan reliabilitas item pada penelitian ini menggunakan bantuan dari program SPSS 13.00 Hasil pengujian reliabilitas disajikan pada Tabel 3.3 berikut :

**Tabel 3.3**  
**Hasil Pengujian Reabilitas**  
**Kualitas Produk dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian**

No	Variabel	$C \alpha_{hitung}$	$C \alpha_{nominal}$	Keterangan
1	Kualitas Produk ( $X_1$ )	0.752	0.70	Reliabel
2	Distribusi ( $X_2$ )	0.709	0.70	Reliabel
3	Keputusan Pembelian ( $Y$ )	0.730	0.70	Reliabel

Sumber : Hasil pengolahan data Mei 2010

Pengujian reliabilitas kuesioner dilakukan terhadap 30 responden, dari hasil pengujian reliabilitas tersebut diketahui bahwa nilai dari setiap pernyataan sub variabel dikatakan reliabel, karena  $C\alpha_{hitung} \geq C\alpha_{minimal}$ . Sehingga pernyataan-pernyataan tersebut kapanpun dan dimanapun ditanyakan terhadap responden akan memberikan hasil ukur yang sama.

### 3.7.3 Teknik Analisis Data

Kegiatan analisis data dilakukan melalui tiga langkah, dimana dalam penelitian ini langkah-langkah tersebut diaplikasikan sebagai berikut:

#### 1. Menyusun data

Menyusun data dilakukan untuk mengecek kelengkapan dan identitas reponden, kelengkapan data-data yang lainnya serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian yang penulis lakukan

#### 2. Tabulasi data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut :

- Memberi skor pada setiap item.
- Menjumlahkan item pada setiap item.
- Menyusun rangking skor pada setiap variabel penelitian

Untuk mengkategorikan hasil perhitungan diatas digunakan kriteria penafsiran dari 0% sampai 100%.

### 3. Pengujian

Mengingat skala pengukuran dalam menjaring data penelitian ini seluruhnya diukur dalam skala ordinal, yaitu skala yang berjenjang dimana sesuatu “lebih” atau “kurang” dari yang lain. Maka skala ordinal tersebut harus dirubah kedalam bentuk skala interval, karena merupakan syarat pengolahan data dengan penerapan *statistic parametric* dengan menggunakan *Method Successive Interval* (MSI).

#### 1. *Method Successive Interval* (MSI).

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Perhatikan setiap item pertanyaan
- b. Untuk setiap item hitung frekuensi (F), berapa responden yang mendapat skor 1, 2, 3, 4, 5.
- c. Tentukan populasi (P) dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- d. Hitung populasi kumulatif.
- e. Hitung nilai Z untuk setiap populasi kumulatif yang diperoleh.
- f. Tentukan nilai skala (*scale value*) untuk setiap nilai Z dengan rumus :

$$Scale\ value = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ below\ Upper\ Limit) - (area\ below\ Lower\ Limit)}$$

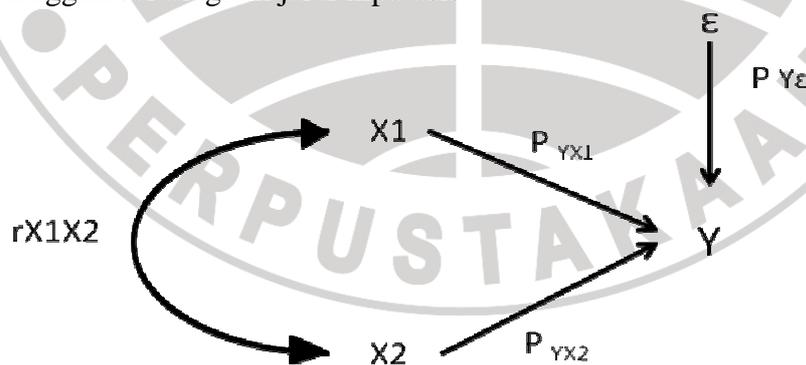
Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut.

## 2. Analisis Jalur (*path analysis*)

Berdasarkan tipe desain penelitian yang merupakan riset kausal, maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur. Penelitian ini menggunakan analisis jalur untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen yakni variabel  $X_1$  adalah kualitas produk dan variabel  $X_2$  adalah distribusi terhadap variabel  $Y$  yaitu keputusan pembelian baik secara langsung maupun tidak langsung. Perhitungan analisis jalur dapat dilakukan dengan bantuan program *software* SPSS 13.0.

Struktur hubungan antara  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $Y$  diuji melalui analisis jalur dengan hipotesis berbunyi terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan distribusi terhadap keputusan pembelian, melalui analisis jalur diuji dengan cara menghitung  $R^2_{YX1,2} = \sum P_{YX1,2} \cdot r_{YX1,2}$ . Hasil  $R^2_{YX1,2}$  menunjukkan pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) dan distribusi ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) Pengujian hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Menggambar diagram jalur hipotesis



**Gambar 3.1**  
**Diagram Jalur Hipotesis**

b. Menghitung matriks korelasi antar variabel

$$R_1 = \begin{matrix} & \begin{matrix} X_1 & X_2 & Y \end{matrix} \\ \begin{matrix} 1 \\ r_{X_1X_2} \\ r_{X_1Y} \\ 1 \\ r_{X_2Y} \\ 1 \end{matrix} & \begin{vmatrix} 1 & r_{X_1X_2} & r_{X_1Y} \\ & 1 & r_{X_2Y} \\ & & 1 \end{vmatrix} \end{matrix} \dots\dots\dots(1)$$

c. Menghitung matriks invers korelasi

$$R_1^{-1} = \begin{matrix} & \begin{matrix} X_1 & X_2 \end{matrix} \\ \begin{matrix} c_{11} \\ c_{12} \\ c_{22} \end{matrix} & \begin{bmatrix} & \\ c_{11} & c_{12} \\ & c_{22} \end{bmatrix} \end{matrix} \dots\dots\dots(2)$$

d. Menghitung jalur koefisien  $P_{YX_i}$  ;  $i = 1$  dan  $2$

$$\begin{bmatrix} P_{YX_1} \\ P_{YX_2} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} c_{11} & c_{12} \\ & c_{22} \end{bmatrix} \begin{bmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \end{bmatrix} \dots\dots\dots(3)$$

e. Hitung  $R^2_{Y(X_1, X_2)}$  yaitu koefisien yang menyatakan determinasi total  $X_1, X_2$  terhadap  $Y$  dengan rumus sebagai berikut :

$$R^2_{Y(X_1, X_2)} = [P_{YX_1} \ P_{YX_2}] \begin{bmatrix} r_{YX_1} \\ r_{YX_2} \end{bmatrix} \dots\dots\dots(4)$$

f. Menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung pada setiap variabel.

Pengaruh  $X$  terhadap  $Y$  :

1) Pengaruh ( $X_1$ ) terhadap Y

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= P_{YX1} \cdot P_{YX1} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_2) &= \frac{P_{YX1} \cdot r_{X1X2} \cdot P_{YX2}}{+} \\ \text{Pengaruh total } (X_1) \text{ terhadap Y} &= \dots\dots\dots(5) \end{aligned}$$

2) Pengaruh ( $X_2$ ) terhadap Y

$$\begin{aligned} \text{Pengaruh langsung} &= P_{YX2} \cdot P_{YX2} \\ \text{Pengaruh tidak langsung melalui } (X_1) &= \frac{P_{YX2} \cdot r_{X1X2} \cdot P_{YX1}}{+} \\ \text{Pengaruh total } (X_2) \text{ terhadap Y} &= \dots\dots\dots(6) \\ \text{Total keseluruhan X terhadap Y} &= \dots\dots\dots(7) \end{aligned}$$

g. Menghitung pengaruh variabel lain ( $\square$ ) dengan rumus sebagai berikut :

$$P_{Y\epsilon} = \sqrt{1 - R^2_{Y(X1X2)}} \dots\dots\dots(9)$$

h. Pengujian secara keseluruhan dengan uji F

Hipotesis statistik uji koefisien jalur secara keseluruhan dirumuskan sebagai berikut :

$$H_0: P_{YX1} = P_{YX2} = 0$$

H1 : sekurang-kurangnya ada sebuah  $P_{YX1} \neq 0$

Statistik uji yang digunakan adalah uji F dengan rumus

$$F = \frac{(n - k - 1) \sum_{k=1}^i P_{YX1,2} r_{YX1,2}}{k(1 - \sum_{k=1}^i P_{YX1,2} r_{YX1,2})} = \frac{(n - k - 1) R^2_{YX1,2}}{k(1 - R^2_{YX1,2})} \dots\dots\dots(10)$$

Keterangan:

- n = Ukuran sampel
- k = Variabel bebas
- $R^2_{YXi}$  = Pengaruh langsung

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan ialah:

Jika F hitung > dari F tabel,  $H_0$  ditolak artinya X berpengaruh terhadap Y

Jika F hitung < dari F tabel,  $H_0$  diterima artinya X tidak berpengaruh terhadap Y

i. Pengujian secara individual dengan uji t

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

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

$$t = \frac{P_{YXi} - P_{YXi}}{\sqrt{\frac{(1 - R^2_{Y(X1,X2)})(C_{ii} + C_{ii} + 2C_{ii})}{(n - k - 1)}}} \dots\dots\dots(11)$$

Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan menurut Sugiyono (2009:185).

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji dua pihak.

**Tabel 3.4**  
**Interpretasi Nilai Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sugiyono (2008:250)

