

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh Kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan CV. *Bonanza wedding organizer*. Selanjutnya penelitian ini akan meneliti dua variabel inti yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

Variabel bebas (*independent variable*) yang diteliti yaitu Kualitas Pelayanan yang terdiri dari lima sub variabel yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*. Variabel terikat (*dependent variable*) yang diteliti adalah keputusan pembelian yang meliputi: pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, waktu pembelian dan jumlah pembelian. Objek penelitian yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen CV. *Bonanza wedding organizer*.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

Berdasarkan tingkat kejelasan dan kedalaman, penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut William G. Zikmund (2003:51), “*Descriptive research is research designed to describe characteristics of a population or phenomenon.*” Riset deskriptif adalah riset yang dirancang untuk menguraikan karakteristik suatu populasi atau peristiwa.

Pendapat lainnya diungkapkan oleh Aaker et. al. (2004:755) sebagai berikut: “*Descriptive research is research that usually is designed to provide a summary of some aspects of the environment when the hypotheses are tentative and speculative in nature.*”

Artinya: Riset deskriptif adalah riset yang pada umumnya dirancang untuk menyediakan suatu ringkasan dari beberapa aspek lingkungan ketika hipotesis bersifat untung-untungan dan sementara secara alami.

Menurut Sugiyono (2006:11) menjelaskan bahwa, “Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain”.

Pendapat yang lebih jelas disampaikan oleh Asep Hermawan (2006:82) bahwa: Penelitian deskriptif dilakukan untuk menjelaskan karakteristik berbagai variabel penelitian dalam situasi tertentu. Penelitian ini dapat pula disebut sebagai penelitian yang menjelaskan fenomena apa adanya. Tujuan dari penelitian ini adalah menyajikan suatu profil atau menjelaskan aspek-aspek relevan dengan suatu fenomena yang diteliti dari perspektif individual organisasi, industri, dan aspek lainnya.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, maka penelitian deskriptif adalah penelitian yang dirancang untuk mendeskripsikan karakteristik dari sebuah populasi atau fenomena apa adanya. Melalui jenis penelitian deskriptif, selanjutnya secara terperinci dapat dianalisis sebagai berikut:

- 1) Tanggapan konsumen CV. Bonanza *wedding organizer* terhadap pelaksanaan yang Kualitas Pelayanan dilaksanakan oleh CV. Bonanza *wedding organizer*.
- 2) Tanggapan konsumen CV. Bonanza *wedding organizer* terhadap keputusan menggunakan CV. Bonanza *wedding organizer*.

Penelitian verifikatif diterangkan oleh Suharsimi Arikunto (2004:7) sebagai berikut: “Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran melalui pengumpulan data di lapangan.” Dalam penelitian ini akan diuji mengenai kebenaran

hipotesis melalui pengumpulan data di lapangan, dalam hal ini dilaksanakan melalui survei terhadap konsumen CV. Bonanza *wedding organizer* untuk mengetahui pengaruh:

1. *Tangible* terhadap keputusan menggunakan CV. Bonanza *wedding organizer*
2. *Reliability* terhadap keputusan menggunakan CV. Bonanza *wedding organizer*
3. *Resvonsiveness* terhadap keputusan menggunakan CV. Bonanza *wedding organizer*
4. *Asurance* terhadap keputusan menggunakan CV. Bonanza *wedding organizer*
5. *Emphaty* terhadap keputusan menggunakan CV. Bonanza *wedding organizer*
6. *Tangible, reliability, resvonsiveness, asurance, dan empaty* terhadap keputusan menggunakan CV. Bonanza *wedding organizer*

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian deskriptif dan verifikatif yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *descriptive survey* dan metode *explanatory survey*. Menurut Ker Linger yang dikutip oleh Sugiyono (2006:7), bahwa yang dimaksud dengan metode survei adalah:

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.

Aaker et. al. (2004:755) berpendapat bahwa metode survey adalah “*A method of data collection, such as a telephone or personal interview, a mail survey, or any combination there of.*” Artinya: Metode pengumpulan data seperti melalui telepon atau wawancara, survei melalui surat atau kombinasi di antaranya. Menurut Zikmund

(2003:123) metode survei adalah “*Experience survey is an explanatory research technique in which individuals who are knowledgeable about particular research problem are questioned.*” Artinya: Survei pengalaman merupakan teknik yang bersifat menjelaskan dari setiap individu yang mengetahui seputar permasalahan penelitian yang ditanyakan.

Descriptive survey merupakan metode penelitian survey yang memiliki tujuan untuk mempelajari secara umum karakteristik dari suatu fenomena tertentu. Sedangkan *explanatory survey* adalah metode survey yang memiliki tujuan menjelaskan hubungan antar variabel penelitian atau menjelaskan sebab-sebab terjadinya suatu fenomena (Masri Singarimbun, 1991:4)

Penelitian yang menggunakan *descriptive survey* dan metode *explanatory survey* dilakukan melalui kegiatan pengumpulan informasi dari sebagian populasi secara langsung di tempat kejadian (empirik) melalui alat kuesioner dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi yang diteliti terhadap permasalahan penelitian.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun, maka metode pengembangan yang dipergunakan adalah *cross-sectional*. Menurut Uma Sekaran (2006: 315), “Penelitian *cross-sectional* adalah penelitian dimana data dikumpulkan hanya sekali (yang dilakukan selama periode hari, minggu, atau bulan) untuk menjawab pertanyaan penelitian.”

Sebagaimana dikemukakan oleh Ronny Kountur (2007:109) bahwa “*Cross sectional survey* adalah metode pengumpulan data (yang juga merupakan salah satu

metode pengumpulan dari dari penelitian deskripsi) di mana informasi yang dikumpulkan hanya pada saat tertentu”.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini meliputi dua variabel inti, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sugiyono (2006:33), yang dimaksud dengan variabel bebas dan variabel terikat yaitu:

Variabel bebas (*independent variable/predictor variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel terikat (*dependent variable/criterion variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Variabel bebas dan variabel terikat yang diteliti selanjutnya dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel *Service quality* (X) yang terdiri dari unsur *tangible* (X₁), *reliability* (X₂), *resvonsiveness* (X₃), *asurance* (X₄), *emphaty* (X₅), Variabel-variabel tersebut merupakan variabel bebas.
2. Variabel keputusan pembelian disebut sebagai variabel terikat (Y) yang meliputi: pemilihan produk (Y₁), pemilihan merek (Y₂), pemilihan saluran pembelian (Y₃), waktu pembelian (Y₄) dan jumlah pembelian (Y₅).

Keseluruhan variabel, baik variabel X dan Y dalam kuesioner ini menggunakan skala ordinal. Penjabaran operasionalisasi dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
<i>Service Quality</i> (X)	<i>Service quality</i> yaitu menjelaskan secara positif perbedaan dari jenis-jenis layanan perusahaan jasa (Bloemer & Fajar laksana, 2008:187)	▪ <i>Tangible</i> adalah (Penampilan fasilitas fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi.	▪ Tingkat kelengkapan rias pengantin	Ordinal	C.1
			▪ Tingkat kelengkapan perhelatan alat pesta	Ordinal	C.2
			▪ Tingkat kelengkapan upacara	Ordinal	C.3
			▪ Tingkat kelengkapan peralatan makan	Ordinal	C.4
			▪ Tingkat kelengkapan dekorasi	Ordinal	C.5
			▪ Tingkat kemudahan dalam melakukan hubungan	Ordinal	C.6
		▪ <i>Emphaty</i> adalah (Perhatian kepada pelanggan), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikator yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.	▪ Tingkat perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan	Ordinal	C.7
		▪ <i>Reability</i> adalah memberikan kemampuan pelayanan yang dijanjikan dengan segera akurat dan memuaskan.	▪ Tingkat ketepatan <i>planning</i> (rencana) pernikahan	Ordinal	C.8
			▪ Tingkat ketepatan <i>schedulling</i> (penjadwalan) pernikahan	Ordinal	C.9

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item		
1	2	3	4	5	6		
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Responsiveness</i> adalah keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat keramahan pegawai ▪ Tingkat kecepatangan karyawan terhadap pelanggan 	Ordinal	C.10		
			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat Kecepatan penanganan keluhan pembeli 	Ordinal	C.11		
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Asurance</i> Kemampuan karyawan dalam dalam kompetensi, kesopanan dan kredibilitas) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat memberikan perhatian personal kepada pelanggan 	Ordinal	C.12		
			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat memberikan perhatian personal kepada pelanggan 	Ordinal	C.13		
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian adalah Tahapan dalam konsep pengambilan keputusan, pengambilan keputusan benar-benar mambeli produk <i>Philip Kotler & Gary Amstrong (2008:158)</i>	Pemilihan Produk	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kelengkapan peralatan makan 	Ordinal	D.1		
			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keberagaman teme dekorasi 			Ordinal	D.2
			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keberagaman menu makanan 			Ordinal	D.3
		Pemilihan Merek					

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepercayaan terhadap merek Cv. Bonanza <i>wedding organizer</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat keputusan pembelian (pertimbangan) berdasarkan kepercayaan terhadap merek 	Ordinal	D.4
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Manfaat yang diberikan oleh CV. Bonanza <i>wedding organizer</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat keputusan pembelian (pertimbangan) berdasarkan manfaat yang diberikan oleh CV. Bonanza <i>wedding organizer</i> 	Ordinal	D.5
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keinginan menggunakan CV. Bonanza <i>wedding organizer</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat keputusan pembelian (pertimbangan) berdasarkan keinginan menggunakan CV. Bonanza <i>wedding organizer</i> 	Ordinal	D.6
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penilaian <i>image</i> (citra) terhadap merek CV. Bonanza <i>wedding organizer</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat keputusan pembelian (pertimbangan) berdasarkan penilaian <i>image</i> (citra) merek CV. Bonanza <i>wedding organizer</i> 	Ordinal	D.7
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kesukaan terhadap merek 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat keputusan 	Ordinal	D.8

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
		CV. Bonanza <i>wedding organizer</i>	pembelian (pertimbangan) berdasarkan kesukaan terhadap merek CV. Bonanza <i>wdding organizer</i>		
		Pemilihan Saluran Pembelian <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kemudahan mendapatkan produk 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat keputusan pembelian berdasarkan kemudahan mendapatkan merek CV. Bonanza <i>wedding organizer</i> 	Ordinal	D.9
		Waktu Pembelian <ul style="list-style-type: none"> ▪ Keseringan menggunakan CV. Bonanza <i>wedding organizer</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat keputusan pembelian berdasarkan Keseringan menggunakan CV. Bonanza <i>wedding organizer</i> 	Ordinal	D.10
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Keteraturan menggunakan CV. Bonanza <i>wedding organizer</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tingkat keputusan pembelian berdasarkan Keteraturan menggunakan CV. Bonanza <i>wedding organizer</i> 	Ordinal	D.11
		Jumlah Pembelian Banyaknya produk yang digunakan CV.	Tingkat keputusan pembelian (pertimbangan) berdasarkan	Ordinal	D.12

Variabel/Sub Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
1	2	3	4	5	6
		Bonanza <i>wedding organizer</i>	banyaknya produk yang digunakan CV. Bonanza <i>wedding organizer</i>		

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh (Suharsimi Arikunto, 2006:129). Berdasarkan jenis dan sumbernya data dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Husain Umar (2002: 64) “Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu” atau data primer diperoleh secara langsung. Menurut Uma Sekaran (2006: 60), “Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik studi. Sedangkan data sekunder menurut Husain Umar (2002: 84) adalah “data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain atau data yang sudah tersedia sebelumnya diperoleh dari pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel dan ilmiah-ilmiah”

Secara lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.2 berikut ini.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

No	Data	Jenis Data	Sumber Data
1	<i>Market Share wedding organizer di Cimahi Utara</i>	Sekunder	Bonanza 2009 dan data diolah
2	<i>Wedding organizer yang paling diminati di kota Cimahi Utara</i>	Sekunder	Bonanza 2009 dan data diolah
3	<i>Pertumbuhan wedding organizer Bonanza di kota Cimahi Utara</i>	Sekunder	Bonanza 2009 dan data diolah
4	<i>Pertumbuhan CV. Bonanza wedding organizer</i>	Primer	Bonanza 2009 dan data diolah
5	<i>Faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan wedding organizer</i>	Primer	Bonanza 2009 dan data diolah

Sumber: Berdasarkan hasil pengolahan data.

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.2.4.1 Populasi

Menurut Rony Kountur (2007:145) “populasi adalah suatu kumpulan menyeluruh dari suatu obyek yang merupakan perhatian peneliti”. Menurut Sugiyono (2006:72) bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam mengumpulkan dan menganalisa suatu data menentukan populasi merupakan langkah yang penting. Populasi bukan hanya sekedar orang, tetapi juga benda, sistem dan prosedur, fenomena atau yang lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek itu, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki objek atau subjek itu” (Uma Sekaran, 2006:121).

Langkah awal, seorang peneliti harus menentukan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitiannya yang disebut dengan populasi sasaran (*target population*) yaitu populasi yang nantinya 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 dalam penelitian ini adalah konsumen CV. Bonanza *wedding organizer*. Pada Tabel 3.3 yang disajikan pada halaman selanjutnya memberikan keterangan yang lebih rinci mengenai jumlah konsumen CV. Bonanza *wedding organizer* di kota Cimahi Utara pada tahun 2004-2008.

TABEL 3.3
JUMLAH KONSUMEN CV BONANZA WEDING ORGANIZER
DI KOTA CIMAHI UTARA TAHUN 2004-2008

No	Tahun	Jumlah Konsumen
1	2004	260
2	2005	280
3	2006	270
4	2007	300
5	2008	270
	Total	1380

Sumber: Bonanza Januari 2009

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2006:73). Menurut Suharsimi Arikunto (2006:131), "Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti".

Asep Hermawan (2004:47) memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai pengertian sampel.

Sampel merupakan suatu bagian (subset) dari populasi. Hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel. Dengan mengambil sampel peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan digeneralisasi terhadap populasi.

Berdasarkan beberapa definisi sampel di atas dapat disimpulkan bahwa sampel merupakan sub kelompok atau sebagian dari populasi. Dengan mempelajari sampel, peneliti akan mampu menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap populasi penelitian. Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan beberapa faktor antara lain faktor keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Oleh karena itu peneliti diperkenankan untuk mengambil sebagian saja dari objek populasi yang ditentukan.

Penggunaan sampel disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu keterbatasan tenaga, keterbatasan biaya dan keterbatasan waktu yang tersedia. Oleh karena itu, peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti. Teknik yang digunakan dalam menentukan besarnya ukuran sampel yang diteliti salah satunya adalah dengan menggunakan cara Slovin yaitu ukuran sampel merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan persentase kelonggaran ketidaktelitian, karena kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih ditolerir atau diinginkan, maka taraf kesalahan yang ditetapkan adalah sebesar 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (\text{Husein Umar, 2002:141})$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = taraf kesalahan

Adapun perhitungan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$N = 1.380 \quad e = 0.1$$

Maka :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = n = \frac{1380}{1 + 1380(0,1)^2} = \frac{1380}{13,81} = 99,93 \approx 100 \text{ orang.}$$

Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) menyatakan bahwa untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik. Untuk keperluan penelitian ukuran sampel oleh penulis ditambah 5, sehingga sampel dalam penelitian berukuran 105 responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel atau sebagian elemen populasi untuk memahami karakteristik dari keseluruhan populasi. Menurut Ulber Silalahi (2006:236) "Pemilihan sampel atau penarikan sampel (sampling) dapat diartikan sebagai proses memilih sejumlah unit atau elemen atau subjek dari dan yang mewakili populasi untuk dipelajari yang dengannya dapat dibuat generalisasi atau inferensi tentang karakteristik dari satu populasi yang diwakili".

Setelah memperoleh data dari responden yang merupakan populasi penelitian, selanjutnya peneliti mengambil sampel berdasarkan teknik probability sampling atau pemilihan sampel acak. Dalam probability sampling, setiap unsur populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Alasan mengapa menggunakan probability sampling dikemukakan oleh Ulber silalahi (2006:237) sebagai berikut:

Peneliti kuantitatif memiliki dua motivasi untuk menggunakan pemilihan sampel probabilitas atau acak. Motivasi pertama adalah waktu dan biaya. Tujuan kedua dari pemilihan sampel probabilitas adalah akurasi. (tingkat sejauhmana bias mangkir dari sampel).

Berdasarkan teknik probability sampling, selanjutnya digunakan teknik simple random sampling atau pemilihan sampel acak sederhana karena populasi dalam penelitian dianggap homogen. William G. Zikmund (2003:428) memberikan defenisi mengenai simple random sampling sebagai berikut:

Simple random sampling is a sampling procedure that assures each elements in the population of an equal chance of being included in the sample.” (Artinya: Pemilihan acak sederhana adalah suatu prosedur sampling yang meyakinkan bahwa setiap unsur-unsur dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk tercakup dalam sampel.).

Pendapat lebih jelas diungkapkan oleh Ulber Silalahi (2006:241) sebagai berikut:

Pemilihan sampel acak sederhana adalah proses pemilihan sampel dalam cara tertentu yang di dalamnya semua elemen dalam populasi didefenisikan mempunyai kesempatan yang sama, bebas dan seimbang dipilih menjadi sampel. Ini berarti sampel acak sederhana adalah sejumlah elemen sampel yang secara random dipilih dari elemen-elemen pupolasi yang didaftar.

Sampel yang didapatkan harus representatif (mewakili), untuk itu perlu dilakukan langkah-langkah yang sistematis untuk mendapatkan sampel yang representatif. Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1) Menentukan dengan tegas pelanggan yang akan disurvei, yaitu konsumen CV. Bonanza *wedding organizer* di kota Cimahi Utara. Menurut hasil perhitungan sampel, maka yang akan diambil sebagai sampel sebanyak 105 orang.

- 2) Menentukan dengan tegas dari jam berapa sampai jam berapa penelitian akan dilaksanakan. Dalam hal ini penelitian dilakukan dari jam 11.00 WIB sampai 20.00 WIB sesuai dengan jam kerja. Waktu penelitian untuk mengumpulkan data di lapangan dilakukan selama 6 hari pada hari week day dan week end.
- 3) Menentukan dengan tegas sebuah check point (tempat menghitung) pada objek yang akan diteliti. Ditentukan check point-nya adalah pintu masuk. Dari perhitungan diperoleh bahwa rata-rata pelanggan yang akan diteliti adalah sebanyak 9 orang/per hari.
- 4) Kemudian menentukan interval yaitu perbandingan antara jumlah jam kerja dengan rata-rata pelanggan yang diteliti per hari. 12 hari penelitian . Jadi intervalnya adalah $105 \text{ orang}/12 \text{ hari} = 9 \text{ orang}$.
- 5) Starting point-nya orang ke 9, setiap orang ke 9 konsumen CV. Bonanza *wedding organizer* yang datang diberikan kuesioner atau angket untuk diisi. Hal ini dilakukan pada jarak waktu yang telah ditentukan.
- 6) Hari Sabtu dan Minggu jumlah pemberian angket lebih besar dibandingkan hari lainnya.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengacu pada cara yang dilakukan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Kaitannya dalam hal tersebut, serta dengan melihat konsep analitis dari penelitian ini, maka teknik pengumpulan data yang digunakan dapat dengan cara langsung maupun tidak langsung.

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Studi literatur, yaitu suatu teknik untuk mendapatkan data teoritis dari para ahli melalui sumber bacaan yang berhubungan dan menunjang terhadap variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini, antara lain mengenai *service quality* dan keputusan pembelian.
2. Wawancara, sebagai teknik komunikasi langsung dengan pemilik CV. Bonanza *wedding organizer* untuk memperoleh data mengenai volume penjualan sepatu Bata.
3. Observasi, yaitu pengamatan dan peninjauan langsung terhadap objek yang sedang diteliti yaitu konsumen CV. Bonanza *wedding organizer*.
4. Angket (kuesioner) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket berisi pertanyaan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden, penilaian responden, serta tanggapan responden terhadap pelaksanaan *service quality* yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap keputusan menggunakan CV. Bonanza *wedding organizer*.

3.2.6 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Data mempunyai kedudukan paling tinggi dalam penelitian karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Uji validitas dilakukan berkenaan dengan ketepatan alat ukur terhadap konsep yang diukur sehingga benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Berkaitan dengan pengujian validitas instrumen menurut Riduwan (2004:109-110) menjelaskan bahwa “validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan alat ukur”. Menurut Suharsimi Arikunto (2006:145), yang dimaksud dengan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah.

Masri Singarimbun (2006:124) mengemukakan bahwa, “Validitas merupakan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur”. Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa validitas merupakan kemampuan alat ukur untuk mengukur secara benar (bebas dari bias).

Instrumen yang sah memiliki validitas yang tinggi. Untuk memperoleh instrumen yang valid harus diperhatikan langkah-langkah dalam menyusun instrumen, yaitu memecah variabel menjadi sub variabel dan indikator, setelah itu memasukannya ke dalam butir-butir pertanyaan. Apabila langkah tersebut dilakukan, maka dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas yang logis. Dikatakan logis karena validitas ini diperoleh dengan suatu usaha hati-hati melalui cara-cara yang benar sehingga menurut logika akan dicapai suatu tingkat validitas yang dikehendaki.

Untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Untuk menghitung validitas alat ukur digunakan rumus *Pearson Product Moment*, yaitu:

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

(Riduwan, 2008:217)

Keterangan:

t = Nilai t_{hitung} r = Koefisien korelasi hasil r_{hitung}

n = Jumlah responden

Distribusi (Tabel t) untuk $\alpha = 0.05$ dan derajat kebebasan ($dk = n-2$)

Kaidah keputusan Jika:

Dari hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel *servie quality* berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 13 *for windows*. menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai **0,284**.

Dari hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel keputusan pembelian berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 13 *for windows*. menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,284.

TABEL 3.4
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL SERVICE QUALITY (X)

No	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
TANGIBLE				
1	Kelengkapan rias pengantin CV.Bonanza <i>wedding organizer</i>	0.624	0.284	Valid
2	Kelengkapan costum pengantin CV.Bonanza <i>wedding organizer</i>	0.662	0.284	Valid
3	Kelengkapan perhelatan pesta (karpet) CV.Bonanza <i>wedding organizer</i>	0.608	0.284	Valid
4	Kelengkapan perhelatan pesta (kursi) CV.Bonanza <i>wedding organizer</i>	0.359	0.284	Valid

No	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
5	Kelengkapan upacara adat CV.Bonanza <i>wedding organizer</i>	0.585	0.284	Valid
6	Kelengkapan upacara siraman CV.Bonanza <i>wedding organizer</i>	0.536	0.284	Valid
7	Kelengkapan peralatan makan sendok garpu CV.Bonanza <i>wedding organizer</i>	0.428	0.284	Valid
8	Kelengkapan peralatan makan piring gelas CV.Bonanza <i>wedding organizer</i>	0.493	0.284	Valid
9	Kelengkapan dekorasi pelaminan CV.Bonanza <i>wedding organizer</i>	0.459	0.284	Valid
10	Kelengkapan dekorasi taman CV.Bonanza <i>wedding organizer</i>	0.469	0.284	Valid
	EMPHATY			
1	Kemudahan dalam melakukan hubungan kerja	0.637	0.284	Valid
2	Kemudahan dalam melakukan hubungan dengan konsumen	0.763	0.284	Valid
3	Kemudahan memahami keluhan dari konsumen CV.Bonanza <i>wedding organizer</i>	0.526	0.284	Valid
4	Kemudahan menarik simpati dari konsumen CV.Bonanza <i>wedding organizer</i>	0.649	0.284	Valid
	REABILITY			
1	Kesesuaian perencanaan CV. Bonanza <i>wedding organizer</i> sesuai dengan yang di rencanakan	0.713	0.284	Valid
2	Kesesuaian penjadwalan CV.Bonanza <i>wedding organizer</i> sesuai dengan yang dijadwalkan	0.621	0.284	Valid
	RESVONSIVENESS			
1	Keramahan kayawan terhadap konsumen	0.610	0.284	Valid
2	Kecepatangapan karyawan terhadap konsumen	0.500	0.284	Valid
3	Kecepatan penanganan keluhan konsumen	0.704	0.284	Valid
	ASSURANCE			
1	Memberikan perhatian personal kepada pelanggan	0.797	0.284	Valid
2	Memberikan kenyamanan kepada pelanggan	0.680	0.284	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

3.2.6.2 Reliabilitas

Pada analisis jalur, memiliki syarat sekurang-kurangnya data berskala interval. Untuk itu, karena penelitian ini menggunakan data ordinal seperti 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 yaitu:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
3. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

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

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel independen dengan variabel dependen serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Peneliti menggunakan bantuan program *software SUCC'97* pada *Microsoft Office Exel* untuk proses pengolahan data MSI tersebut.

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah

baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. *Reliabel* artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Yang dimaksud dengan *reabilitas* adalah menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. *Reliabilitas* menunjukkan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2002:247)

Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor antara 1-5 menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

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

(Husain Umar), 2002:146)

Keterangan:

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

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

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

(Husain Umar, 2002:147)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika koefisien internal seluruh item ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.

- 2) Jika koefisien internal seluruh item ($r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

TABEL 3.8
HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No	VARIABEL	r_{hitung}	r_{tabel}	KETERANGAN
1.	<i>Service Quality</i>	0.811	0.284	Reliabel
2.	Keputusan pembelian	0.746	0.284	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2009

3.2.7 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal untuk variabel X dan Y.

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan tanggapan konsumen terhadap *service quality* yang diterapkan oleh perusahaan, dan gambaran keputusan menggunakan CV. Bonanza *wedding organizer*. Sedangkan tehnik analisis data secara kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap keputusan menggunakan CV. Bonanza *wedding organizer* di kota Cimahi Utara.

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah seluruh data responden terkumpul. Kegiatan analisis data dilakukan melalui tiga tahap sebagai berikut:

- 1) Menyusun data

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

- 2) Tabulasi data

Penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Memberi skor pada tiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

Dalam penelitian ini, setiap pendapat pengguna atas pernyataan diberi nilai dengan skala likert. Untuk mengkategorikan hasil perhitungan, digunakan kriteria penafsiran yang diambil dari 0% sampai 100%. Penafsiran pengolahan data berdasarkan batas-batas adalah sebagai berikut:

TABEL 3.6
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN PENGGUNA

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

Sumber: Moch. Ali (1985:184)

3) Pengujian

Untuk menguji hipotesis dimana metode analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini adalah metode analisis verifikatif, maka dilakukan regresi sederhana . Dalam hal ini regresi sederhana digunakan untuk menentukan besarnya variabel X terhadap Y baik secara langsung maupun tidak langsung.

3.2.7.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif, bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas. Analisis deskriptif dapat digunakan untuk mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi dan membuat

perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi tanpa perlu diuji signifikansinya (Sugiyono, 2006:144). Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendiskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis Deskriptif *service quality*

Service quality yang diteliti terfokus pada sub variabel yaitu menyangkut lima dimensi berikut: *tangible*, *emphaty*, *reability*, *resvonsiveness* dan *assurance* (Zeithaml et.al 2008:94)

2. Analisis Deskriptif Keputusan pembelian

Keputusan pembelian yang diteliti terfokus pada pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, waktu pembelian dan jumlah pembelian. (Philip Kotler & Gary Amstrong, 2008:158)

Melalui analisis deskriptif, maka dapat diketahui:

1. Tanggapan responden terhadap *tangible* CV. Bonanza wedding organizer
2. Tanggapan responden terhadap *emphaty* CV. Bonanza wedding organizer
3. Tanggapan responden terhadap *reability* CV. Bonanza wedding organizer
4. Tanggapan responden terhadap *resvonsiveness* CV. Bonanza wedding organizer
5. Tanggapan responden terhadap *asurance* CV. Bonanza wedding organizer
6. Keputusan menggunakan CV. Bonanza wedding organizer. Menggunakan teori Philips Kotler dan Gary Amstrong 2008:158 yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, waktu pembelian dan jumlah pembelian.

3.2.7.2 Rancangan Analisis Regresi Linier Sederhana

a. Regresi Linier Sederhana

Teknik analisis data yang dipergunakan untuk mengetahui hubungan kausal dalam penelitian ini yaitu teknik analisis regresi. Analisis ini digunakan untuk menentukan seberapa kuatnya pengaruh variabel bebas (X) yaitu *service quality* terhadap variabel terikat (Y) yaitu keputusan menggunakan CV. *Bonanza wedding organizer*. Analisis regresi digunakan bila peneliti bermaksud ingin mengetahui kondisi di waktu yang akan datang dengan suatu dasar keadaan sekarang atau ingin melihat kondisi di waktu lalu dengan dasar keadaan sekarang, di mana sifat ini merupakan prediksi atau taksiran. Arti kata prediksi bukanlah merupakan hal yang pasti, tetapi merupakan suatu keadaan yang mendekati kebenaran.

Peneliti menggunakan analisis regresi bila bermaksud ingin mengetahui bagaimana variabel dependen/kriteria dapat diprediksikan melalui variabel independen atau prediktor, secara individual. Dampak dari penggunaan analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik dan menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen, atau untuk meningkatkan keadaan variabel dependen dapat dilakukan dengan meningkatkan variabel independen/dan sebaliknya (Sugiyono, 2004: 204).

Analisis ini didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen, yaitu *service quality* sebagai independen (X) dan keputusan menggunakan CV. *Bonanza wedding organizer* sebagai variabel dependen (Y).

Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia. Selanjutnya berdasarkan data itu peneliti harus dapat menemukan persamaan regresi linier sederhana melalui perhitungan.

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

$$\hat{Y} = a + bX + \epsilon$$

(Sudjana, 1996: 315)

Keterangan :

\hat{Y} = Subjek/nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

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

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

ϵ = Faktor lain yang mempengaruhi

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi adalah sebagai berikut:

- a. Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu: $\sum X_i$, $\sum Y_i$, $\sum X_i Y_i$, $\sum X_i^2$, $\sum Y_i^2$, dan

- b. Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sugiyono (2006: 206) sebagai berikut:

Nilai dari a dan b pada persamaan regresi linier dapat dihitung dengan rumus

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \quad \text{atau } a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

- c. Menyusun persamaan regresi linier sederhana setelah menemukan harga koefisien a dan b. Persamaan regresi yang telah ditemukan dapat digunakan untuk melakukan prediksi (ramalan) bagaimana individu dalam variabel tergantung akan terjadi bila individu dalam variabel bebas ditetapkan.
- d. Mengetahui garis regresi berdasarkan persamaan yang telah ditemukan.
- e. Untuk mengetahui besarnya kontribusi X terhadap naik turunnya nilai Y dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi.

b. Uji Linieritas Data

Pengujian linieritas data dapat dibuktikan melalui F_{test} (Husaini dan R. Purnomo, 2008:113). Berdasarkan tabel ANOVA, dapat diketahui besarnya F_{hitung} melalui uji ANOVA atau F_{test} , sedangkan besarnya F_{tabel} diperoleh dengan melihat tabel F melalui dk pembilang (dk tuna cocok, $k - 2$) dan dk penyebut (dk kesalahan, $n - k$) dengan taraf kesalahan (α) = 0,05.

Keterangan : k = jumlah kelompok untuk data yang sama

n = jumlah sampel

Kriteria pengambilan keputusan pengujian linieritas (Wibowo, 2005:11) :

H_0 = Data tidak berpola linier

H_a = Data berpola linier

c. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan teknik analisis yang akan digunakan dalam mengolah data penelitian. Adapun analisis uji normalitas yang digunakan adalah dengan Pengujian kenormalan data dilakukan menggunakan uji Liliefors yang diolah menggunakan SPSS. Kriteria pengujian adalah jika signifikansi $> 0,05$ maka data dikatakan berdistribusi normal.

d. Diagram Pencar

Diagram pencar merupakan gambaran secara kasar mengenai pola hubungan variabel Y (optimalisasi kapasitas mesin) atas variabel X (*prefentive maintenance*) adalah pola hubungan linier atau tidak linier, jika pola hubungannya linier model hubungan ini adalah model regresi linier sederhana, yaitu: $Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$. Dari sampel model yang dipergunakan adalah: $Y = b_0 + b_1 X + e$. Dalam diagram pencar terdapat kovariansi yang bersifat searah dan tidak searah. Kovariansi antara X dan Y sifatnya searah, dalam arti bahwa apabila X berubah makin besar maka Y pun berubah makin besar atau apabila X berubah makin kecil, maka Y pun berubah makin kecil. Kovariansi antara kedua variabel itu disebut kovariansi positif, ini mengisyaratkan hubungan positif. Dan jika Kovariansi antara X dan Y sifatnya tidak searah, dalam arti bahwa apabila X berubah makin besar maka Y berubah makin kecil atau apabila X berubah makin kecil, maka Y pun berubah makin besar. Kovariansi antara kedua variabel itu disebut kovariansi negatif, ini mengisyaratkan hubungan negatif.

e. Uji Titik Terpencil

Setelah menggambarkan hasil pengamatan dalam diagram pencar dan sudah bisa menentukan pola garis lurus, maka langkah selanjutnya adalah memperhatikan apakah pada diagram pencar ada titik yang letaknya terpencil. Statistik uji yang digunakan adalah:

$$t = \frac{Y - \hat{Y}}{s_{Y - \hat{Y}}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:19)

4) Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel bebas terhadap variable (naik/turunnya) variable terikat maka digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus berikut :

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

(Sugiyono. 2004:210)

Keterangan :

KD : Nilai koefisien Determinan

r : Nilai koefisien korelasi

3.2.8 Rancangan Pengujian Hipotesis

Untuk menguji signifikansi koefisien korelasi antara variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student ($t_{student}$). Rumus dari *distribusi student* adalah:

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad (\text{Sudjana, 2000: 62})$$

Keterangan :

t = distribusi student

r = koefisien korelasi

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan pengujian hipotesis yang diajukan adalah:

Rumus 1 :

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

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Rumus 2 :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

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

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara pengaruh *service quality* terhadap keputusan menggunakan CV. Bonanza *wedding organizer* di kota Cimahi Utara.

$H_0 : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara pengaruh *service quality* terhadap keputusan menggunakan CV. Bonanza *wedding organizer* di kota Cimahi Utara.