

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan manajemen pemasaran khususnya mengenai pelaksanaan kualitas pelayanan serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas yang akan diteliti adalah kualitas pelayanan (X). Sedangkan variabel terikat yang akan diteliti adalah keputusan pembelian (Y).

Penelitian ini dilakukan terhadap para *Retailer* Air Minum Dalam Kemasan Merek Quelle pada Daerah Cilegon, maka hal-hal yang akan dianalisis adalah yang berhubungan dengan pengaruh Kualitas Pelayanan Distributor terhadap keputusan pembelian bisnis Air Minum Dalam Kemasan Merek Quelle.

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun yaitu bulan September 2010 sampai februari 2011, maka pendekatan yang digunakan menurut Husein Umar (2008:45) adalah pendekatan *cross sectional method*, yaitu “Metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam satu kurun waktu tertentu/tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang”.

3.2. Metode Penelitian

3. 2. 1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan

3.2.1.1. Jenis Penelitian

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut Husein Umar (2002:29) “Penelitian deskriptif bertujuan untuk

menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan untuk memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu”. Sumber data diperoleh berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden untuk memperoleh fakta yang relevan dan *up to date*. Data sekunder adalah data data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain atau lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Penelitian *deskriptif* ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan pelanggan mengenai objek yang sedang diteliti.

Deskriptif menurut Travers dalam Husein Umar (2008:21) ”Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”

Suharsimi Arikunto (2006:8) mengemukakan bahwa “Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran pengumpulan data di lapangan” Dalam penelitian ini diuji mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan AMDK Merek Quelle.

3.2.1.2. Metode yang Digunakan

Metode penelitian menurut (Sugiyono, 2005:1), yaitu:

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan cara-cara yang logis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanatory*. Menurut Kerlinger yang dikutip oleh Sugiyono (2006:7), bahwa yang dimaksud dengan metode *survey* 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”.

Menurut Sugiyono (2008:6) “Metode *survey* digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur, dan sebagainya.

Penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun maka metode penelitian yang digunakan adalah *cross*

sectional method, yaitu metode penelitian dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang (Husain Umar, 2008:45). Penelitian yang menggunakan metode ini, informasi dari sebagian populasi dikumpulkan langsung di tempat kejadian secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang sedang diteliti di lapangan.

3. 2. 2 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan objek penelitian yang telah dikemukakan di atas diketahui bahwa variabel yang dikaji dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan distributor sebagai variabel *independent*/variabel bebas (X) dengan indikator *Tangible*, *Emphathy*, *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Assurance*. Variabel tersebut dicari bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan pembelian bisnis air minum dalam kemasan merek Quelle sebagai variabel *dependent*/variabel terikat (Y) dengan indikator pilihan merek, pilihan produk, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian

Menurut Sugiyono (2008:59), yang dimaksud dengan variabel bebas dan variabel terikat yaitu:

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

Variabel X dan Y dalam kuesioner menggunakan *semantic differential*. Menurut Sugiyono (2008:138-139):

Skala *semantic differential* digunakan untuk mengukur sikap hanya bentuknya tidak pilihan ganda atau *checklist*, tetapi tersusun dalam garis kontinum yang jawabannya sangat positifnya terletak pada bagian kanan garis dan jawaban yang sangat negatif terletak pada kiri garis atau sebaliknya. Data yang di peroleh adalah data interval. Responden yang memberi penilaian dengan angka 5, berarti sangat positif, sedangkan bila memberi jawaban angka 3 berarti netral bila memberi angka 1 berarti persepsi responden terhadap pertanyaan itu sangat negatif.

Dari pengertian di atas jelasnya bahwa data yang di peroleh adalah data dengan skala interval. Penjabaran oprasional dan variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ sub variabel	Konsep Variabel/sub variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No item
Kualitas Pelayanan (X)	Aspek dari kualitas pelayanan atau sering disebut dengan <i>service quality</i> menurut Zeithaml Et.Al meliputi : <i>Tangible, Emphathy, Reliability, Responsiveness, dan Assurance</i> Zeithaml Et.Al (2008:94)	• <i>Tangible</i>	• Tingkat ketersediaan produk	Interval	B.1
			• Tingkat ketersediaan alat transportasi untuk pengiriman produk	Interval	B.2
			• Tingkat ketersediaan layanan <i>telephone customer service</i>	Interval	B.3,
		• <i>Emphathy</i>	• Tingkat Kemudahan pemesanan	Interval	B.4
			• Tingkat Kecepatan dalam memproses pemesanan produk pada tiap distributor	Interval	B.5

			•Tingkat Kemudahan bertransaksi	Interval	B.6, B.7
		• <i>Reliability</i>	•Tingkat Kemampuan distributor dalam memenuhi pesanan produk	Interval	B.8
			•Tingkat Kemampuan distributor dalam memberikan pemeliharaan produk agar terjaga kualitasnya	Interval	B.9
			•Tingkat Ketepatan dalam pemeliharaan terhadap produk yang diberikan oleh distributor	Interval	B.10
			•Tingkat Kemampuan distributor dalam melaksanakan ketepatan jumlah produk yang dipesan dengan yang dikirim	Interval	B.11
			•Tingkat Kemampuan distributor dalam melaksanakan ketepatan waktu pengiriman barang	Interval	B.12
		• <i>Responsiveness</i>	•Tingkat Kemampuan distributor dalam menangani keluhan	Interval	B.13
			•Ketepatan distributor dalam menangani keluhan	Interval	B.14
			•Tingkat Kecepatanggapan distributor terhadap keluhan pembeli	Interval	B.15
		• <i>Assurance</i>	•Tingkat Keramahan pegawai dalam melayani pembeli	Interval	B.16 B.17
			•Tingkat Kerapihan pegawai dalam berpenampilan	Interval	B.18 B.19
			•Tingkat Kesopanan pegawai ketika berbicara dalam melayani para pembeli	Interval	B.20 B.21
Keputusan pembelian bisnis (Y)	keputusan dalam arti umum adalah pemilihan satu aktivitas dari dua atau lebih pilihan Schiffman, dan Kanuk (2003:558)	• Pilihan produk	•Tingkat keputusan pembelian <i>retailer</i> dalam memilih produk dilihat dari ketersediaan produk yang ada di distributor	Interval	C.22

			<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat keputusan pembelian <i>retailer</i> dalam memilih produk dilihat dari kelengkapan produk yang ada di distributor 	Interval	C.23
			<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat keputusan pembelian <i>retailer</i> dalam memilih produk dilihat dari Kemudahan bertransaksi 	Interval	C.24 C.25
		<ul style="list-style-type: none"> • Pilihan merek 	<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat keputusan membeli produk berdasarkan Kepercayaan terhadap merek AMDK Quelle 	Interval	C.26
			<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat keputusan pembelian <i>retailer</i> dalam memilih merek produk dilihat dari kualitasnya 	Interval	C.27
		<ul style="list-style-type: none"> •Pilihan penyalur (dalam penelitian ini distributor) 	<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat keputusan pembelian <i>retailer</i> berdasarkan lokasi distributor 	Interval	C.28
			<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat keputusan pembelian <i>retailer</i> berdasarkan pilihan distributor dilihat dari keramahan pegawai dalam melayani pembeli 	Interval	C.29
			<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat keputusan pembelian <i>retailer</i> berdasarkan pilihan distributor dilihat dari kecepat tanggapan distributor terhadap keluhan pembeli 	Interval	C.30
			<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat keputusan pembelian <i>retailer</i> berdasarkan pilihan distributor dilihat dari kesopanan pegawai ketika melayani para pembeli pada distributor 	Interval	C.31
			<ul style="list-style-type: none"> •Tingkat keputusan pembelian <i>retailer</i> berdasarkan pilihan distributor dilihat dari ketersediaan alat transportasi untuk pengiriman produk 	Interval	C.32

		<ul style="list-style-type: none"> • Waktu pembelian 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat Intensitas pembelian produk di distributor yang dilakukan oleh retailer 	Interval	C.33
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keputusan pembelian <i>retailer</i> berdasarkan waktu pembelian dilihat dari kemampuan distributor dalam melaksanakan ketepatan waktu pengiriman barang 	Interval	C.34
		<ul style="list-style-type: none"> • Jumlah pembelian 	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keputusan pembelian <i>retailer</i> berdasarkan banyaknya jumlah produk yang ingin di beli dilihat dari ketersediaan produk yang ada. 	Interval	C.35
			<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat keputusan pembelian <i>retailer</i> berdasarkan banyaknya jumlah produk yang ingin di beli dilihat dari kemudahan bertransaksi di distributor 	Interval	C.36 C.37

Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data dan Berbagai Referensi Buku 2010

3. 2. 3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data yang diperoleh (Suharsimi Arikunto, 2006:129). Berdasarkan jenis dan sumbernya dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan sekunder. Menurut Asep Hermawan (2006:168) mengatakan bahwa:

Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data beberapa survei ataupun observasi.

Sedangkan menurut Husein Umar (2002:64) “ Data Primer adalah data yang diperoleh dari hasil peneltian langsung secara empirik kepada pelaku langsung atau yang terlibat langsung dengan menggunakan teknik pengumpulan data tertentu”

Data Sekunder menurut Husein Umar (2002:84), “Data yang diperoleh dari pihak lain atau hasil penelitian pihak lain atau data yang sudah tersedia sebelumnya yang diperoleh dari pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel dan jurnal ilmiah.”

Sedangkan menurut Asep Hermawan (2006:168) Data Sekunder adalah ”struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain”. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Untuk mengetahui jenis dan sumber data yang digunakan dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut:

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

Data Penelitian	Jenis Data	Sumber data
Pertumbuhan market size industri minum	Sekunder	Data reksa reseach institute-SWA 04/XXV/19 januari-4 maret 2009
Pertumbuhan market size AMDK di Cilegon	Sekunder	Data internal dari Perusahaan Krakatau Daya Tirta
Luas daerah dan tingkat kepadatan penduduk propinsi banten	Sekunder	www//banten.bps.go.id
Nama dan jumlah distributor yang bekerjasama dengan perusahaan Krakatau Daya Tirta	Sekunder	Data internal dari Perusahaan Krakatau Daya Tirta
Volume penjualan AMDK Quelle tahun 2001-2009	Sekunder	Data internal dari Perusahaan Krakatau Daya Tirta
Tanggapan <i>retailer</i> mengenai pelayanan yang dilakukan oleh distributor AMDK Quelle	Primer	<i>Retail</i> yang bekerjasama dengan Distributor Krakatau Daya Tirta di Daerah Cilegon
Tanggapan <i>retailer</i> mengenai keputusan pembelian AMDK Quelle	Primer	<i>Retail</i> yang bekerjasama dengan Distributor Krakatau Daya Tirta di Daerah Cilegon

Sumber: Hasil pengolahan data 2010

3. 2. 4 Populasi sampel dan teknik sampling.

3.2.4.1 Populasi

Menurut Asep Hermawan (2006:143), menyatakan bahwa populasi berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa atau benda yang menjadi pusat perhatian peneliti untuk diteliti. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2006:130) yang dimaksud dengan populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Pendapat lebih spesifik dikemukakan oleh Sugiyono (2008:115), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik

tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

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 dalam penelitian ini para *retailer* yang membeli AMDK Merek Quelle pada distributor AMDK Merek Quelle yang berada di daerah Cilegon. Pada Tabel 3.3 memberikan keterangan yang lebih rinci mengenai jumlah pengecer/*retailer* yang bekerjasama dengan distributor AMDK Quelle yang berada didaerah Cilegon.

TABEL 3.3
JUMLAH *RETAILER* AMDK QUELLE.

No	Nama Distributor	Jumlah pengecer/ <i>retailer</i>
1	Kecamatan Cilegon	32
2	Kecamatan Ciwandan	10
3	Kecamatan Pulomerak	11
4	Kecamatan Cibeber	21
5	Kecamatan Grogol	17
6	Kecamatan Purwakarta	13
7	Kecamatan Citangkil	12
8	Kecamatan Jombang	15
Jumlah		131

Sumber : Pra penelitian ke berbagai distributor 2010.

3.2.4.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2008:73) adalah: "Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi". Dari populasi yang telah ditentukan di atas, maka dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar dalam artian sampel tersebut harus representatif atau mewakili dari populasi tersebut. Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau mewakili, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Dalam penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, hal ini disebabkan karena keterbatasan waktu, dana, dan tenaga. Maka penelitian diperkenankan mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili bagian lain yang diteliti.

Penentuan sampel dari populasi yang telah ditetapkan, perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah n atau jumlah sampel. Menurut Triton (2005:76) "data sampel hendaknya memenuhi prasyarat distribusi normal." Data yang mengandung data ekstrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika sebaran data mengikuti sebaran normal, maka populasi dari mana data diambil berdistribusi normal dan akan dianalisis menggunakan analisis parametrik. Pada penelitian ini, untuk mendeteksi apakah data yang

digunakan berdistribusi normal atau tidak dilakukan dengan menggunakan *Normal Probability Plot* pada lampiran 10.

Husein Umar (2008:141), mengemukakan bahwa ukuran sampel dari suatu populasi dapat menggunakan bermacam-macam cara, pengambilan sampel yang baik jika taraf ketidakteelitian karena kesahan sampel kecil sehingga dapat di tolerir, maka dapat menggunakan teknik Slovin untuk teknik pengambilan sampel dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir (e = 0,05)

Adapun perhitungan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$N = 131 \quad e = 0.05$$

Maka :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{131}{1 + 131(0,05)^2} = \frac{131}{1,33} = 98,49 \approx 98 \text{ retailer.}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini dengan $\alpha = 0,05$ dan derajat kepercayaan 95% adalah sebesar 98 *Retailer*.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2008:81) pengertian teknik sampling adalah "Merupakan teknik pengambilan sampel." Teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-

benar dapat berfungsi sebagai contoh atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. 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.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*, dimana peneliti memberikan hak yang sama kepada responden untuk mengisi kuesioner. Menurut Suharsimi (2002:11) teknik *sampling* jenis *simple random sampling*, peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan (*chance*) dipilih menjadi sampel.

Setelah memperoleh data dari responden yang merupakan populasi penelitian, penulis mengambil sampel berdasarkan teknik *simple random sampling*. Menurut Suharsimi Arikunto (2009:134) teknik ini digunakan apabila populasi yang diteliti dianggap homogen. Peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan (*chance*) dipilih menjadi sampel. Oleh karena itu hak setiap subjek sama, maka peneliti terlepas dari perasaan ingin mengistimewakan satu atau beberapa subjek untuk dijadikan sampel.

Ukuran sampel yang representatif digunakan langkah penelitian sebagai berikut :

1. Menginventarisasi jumlah *Retailer* yang membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek Quelle
2. Menentukan ukuran sampel dari besarnya populasi yaitu sebagian *Retailer* yang membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek Quelle.

Dalam menentukan sampel pada penelitian ini, dapat ditentukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

Populasi (N) dibagi-bagi ke dalam Satuan Sampling Primer (SSP), dalam penelitian ini terdiri dari 8 buah SSP pada tingkat kecamatan di Daerah Cilegon yaitu Kecamatan Cilegon, Kecamatan Ciwandan, Kecamatan Pulomerak, Kecamatan Cibeber, Kecamatan Grogol, Kecamatan Purwakarta, Kecamatan Citangkil, dan Kecamatan Jombang.

Jumlah sampel sebanyak 98 responden diberikan kepada *Retailer* yang membeli Air Minum Dalam Kemasan Merek Quelle., maka peneliti melakukan penarikan sampel pada 98 orang *Retailer* di 8 kecamatan di Daerah Cilegon. Berikut adalah perhitungannya:

TABEL 3.4
PENARIKAN SAMPEL PADA TIAP KECAMATAN

No	Nama Kecamatan	N	n	Jumlah Retailer
1	Kecamatan Cilegon	32	$\frac{32}{131} \times 98 = 13,92 \approx 24$	24
2	Kecamatan Ciwandan	10	$\frac{10}{131} \times 98 = 7,48 \approx 7$	7
3	Kecamatan Pulomerak	11	$\frac{11}{131} \times 98 = 8,22 \approx 8$	8
4	Kecamatan Cibeer	21	$\frac{21}{131} \times 98 = 15,70 \approx 16$	16
5	Kecamatan Grogol	17	$\frac{17}{131} \times 98 = 12,71 \approx 13$	13
6	Kecamatan Purwakarta	13	$\frac{13}{131} \times 98 = 9,72 \approx 10$	10
7	Kecamatan Citangkil	12	$\frac{12}{131} \times 98 = 8,97 \approx 9$	9
8	Kecamatan Jombang	15	$\frac{15}{131} \times 98 = 11,2 \approx 11$	11
Jumlah				98

Sumber: Hasil pengolahan data 2011

3. 2. 5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengacu pada cara apa yang perlu dilakukan dalam penelitian agar dapat memperoleh data. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara kombinasi secara langsung atau tidak langsung. Penelitian ini memperoleh data dengan menggunakan instrumen penelitian antara lain:

1. Studi kepustakaan, 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 kualitas pelayanan serta keputusan pembelian bisnis.

2. Studi lapangan, yang terdiri dari :
 - a. Observasi, yaitu pengamatan dan peninjauan langsung terhadap objek yang sedang diteliti yaitu pada *Retailer- Retailer* AMDK Quelle di Cilegon berhubungan dengan masalah yang diteliti.
 - b. Wawancara, yaitu pengumpulan data melalui komunikasi langsung dengan para distributor-distributor dan para *Retailer* AMDK Quelle berhubungan dengan masalah yang diteliti
 - c. Angket/kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman responden, Angket ditujukan kepada *Retailer* AMDK yang berada pada Daerah Cilegon berhubungan dengan masalah yang diteliti.
 - d. Studi literatur
3. Studi literatur merupakan pengumpulan data dengan cara mempelajari buku guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan masalah dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti dari kualitas pelayanan dan keputusan pembelian bisnis.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reabilitas

Data mempunyai kedudukan yang sangat penting dalam suatu penelitian karena menggambarkan variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembentuk hipotesis. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian data untuk mendapatkan mutu yang baik. Benar tidaknya data tergantung dari instrumen pengumpulan data. Sedangkan instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan yaitu Validitas dan Reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan alat bantu *software* komputer program SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) 15.0.

3.2.6.1 Pengujian Validitas Instrumen Penelitian

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:168):

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Suatu instrumen yang sah memiliki validitas yang tinggi. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Menurut Kusnendi (2008:94) mengatakan bahwa “validitas menunjukkan kemampuan instrumen penelitian mengukur dengan tepat atau benar apa yang hendak diukur”. 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. (Suharsimi Arikunto, 2002:145).

Adapun rumus yang dapat digunakan adalah rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

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

(Suharsimi Arikunto 2006:170)

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 skor distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- n = Banyaknya responden

Teknik perhitungan yang digunakan untuk menganalisa validitas tes ini adalah teknik korelasional biasa, yakni korelasi antara skor-skor tes yang divalidasikan dengan skor-skor tes tolak ukurnya dari peserta yang sama. Selanjutnya perlu diuji apakah koefisien validitas tersebut signifikan pada taraf signifikan tertentu, artinya adanya koefisien validitas tersebut bukan karena faktor kebetulan, diuji dengan rumus statistik t sebagai berikut:

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

(Sugiyono, 2008:250)

Keputusan pengujian validitas menggunakan taraf signifikansi dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka soal tersebut valid.
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka soal tersebut tidak valid.

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel variasi produk berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 17 for windows. menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor r_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai **0,374**. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.5 berikut ini.

TABEL 3.5
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X)

No	Pernyataan	R hitung	R tabel	
	<i>Tangible</i>			
1.	Kemampuan distributor dalam menyediakan produk.	.535	.374	Valid
2.	Kemampuan distributor dalam menyediakan alat transportasi	.520	.374	Valid
3	Kemudahan dalam menghubungi <i>customer service</i> yang terdapat pada distributor	.436	.374	Valid
	<i>Emphaty</i>			
4	Kemampuan distributor dalam memberikan kemudahan pemesanan produk	.547	.374	Valid

5	Kemampuan distributor dalam memberikan kecepatan dalam memproses pemesanan produk	.464	.374	Valid
6	Kemampuan distributor dalam memberikan kemudahan bertransaksi	.482	.374	Valid
7	Kemampuan distributor dalam memberikan jangka waktu pembayaran pada produk yang di beli	.482	.374	Valid
	Reliability	R hitung	R tabel	
8	Kemampuan distributor dalam memenuhi pesanan produk	.607	.374	Valid
9	Kemampuan distributor dalam memberikan pemeliharaan produk agar terjaga kualitasnya	.388	.374	Valid
10	Ketepatan distributor dalam memberikan pemeliharaan terhadap produk agar terjaga kualitasnya	.646	.374	Valid
11	Kemampuan distributor dalam melaksanakan ketepatan jumlah produk yang dipesan dengan yang dikirim	.636	.374	Valid
12	Kemampuan distributor dalam melaksanakan ketepatan waktu pengiriman barang	.530	.374	Valid
	Responsiveness	R hitung	R tabel	
13	Kemampuan distributor dalam menangani keluhan	.544	.374	Valid
14	Ketepatan distributor dalam menangani keluhan pembeli	.630	.374	Valid
15	Kemampuan distributor dalam menyelesaikan ketika keluhan pembelian terjadi	.557	.374	Valid
	Assurance	R hitung	R tabel	
16	Keramahan para petugas distributor dalam melayani pembelian produk	.748	.374	Valid
17	Keramahan para petugas distributor dalam menangani keluhan para pembeli	.672	.374	Valid
18	Kerapihan para petugas distributor dalam berpenampilan ketika melayani pembelian produk	.616	.374	Valid

19	Kerapihan para petugas distributor dalam menangani keluhan para pembeli	.712	.374	Valid
20	Kesopanan para petugas distributor dalam melayani pembelian produk	.535	.374	Valid
21	Kesopanan para petugas distributor dalam menangani keluhan para pembeli	.704	.374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2011

Berdasarkan Tabel 3.5 pada instrumen variabel kualitas pelayanan dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi *Assurance* dengan item pertanyaan Keramahan para petugas distributor dalam melayani pembelian produk yang bernilai 0.748 sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi *Reliability* dengan item pertanyaan Kemampuan distributor dalam memberikan pemeliharaan produk agar terjaga kualitasnya yang bernilai 0.388 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya cukup tinggi.

Hasil uji coba instrumen penelitian untuk variabel keputusan pembelian berdasarkan hasil perhitungan validitas item instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 17 for windows. Menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam kuesioner valid karena skor rhitung lebih besar jika dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,374. Untuk lebih rincinya dapat dilihat pada Tabel 3.6 yang ada pada bawah ini

TABEL 3.6
HASIL PENGUJIAN VALIDITAS VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No	Pernyataan			
	Keputusan Pembelian Berdasarkan Pilihan produk	R hitung	R tabel	
1	Anda setuju dalam menentukan pilihan produk yang dibeli berdasarkan dari ketersediaan produk yang ada di distributor tersebut	.432	.374	Valid
2	Anda setuju dalam menentukan pilihan produk yang berdasarkan dari kelengkapan produk yang ada di distributor	.630	.374	Valid
3	Anda setuju dalam menentukan pilihan produk yang dibeli berdasarkan dari kemudahan bertransaksi dengan distributor	.569	.374	Valid
4	Anda setuju dalam menentukan pilihan produk yang dibeli berdasarkan dari pemberian jangka waktu pembayaran pada produk yang di beli	.493	.374	Valid
	Keputusan Pembelian Berdasarkan Pilihan merek	R hitung	R tabel	
5	Anda percaya bahwa merek AMDK quelle baik	.424	.374	Valid
6	Anda setuju dalam menentukan pilihan merek pada produk yang dibeli berdasarkan dari kualitasnya	.643	.374	Valid
	Keputusan Pembelian Berdasarkan Pilihan Penyalur (distributor)	R hitung	R tabel	
7	Anda setuju dalam menentukan pilihan distributor ketika membeli produk berdasarkan dari lokasi distributor	.621	.374	Valid
8	Anda setuju dalam menentukan pilihan distributor ketika membeli produk berdasarkan dari keramahan pegawai distributor	.620	.374	Valid
9	Anda setuju dalam menentukan pilihan distributor ketika membeli produk berdasarkan dari kecepat tanggapan distributor terhadap keluhan pembeli	.637	.374	Valid
10	Anda setuju dalam menentukan pilihan distributor berdasarkan dari kesopanan pegawai ketika melayani pembelian	.729	.374	Valid

11	Anda setuju dalam menentukan pilihan distributor ketika membeli produk berdasarkan dari ketersediaan alat transportasi untuk pengiriman produk	.596	.374	Valid
	Keputusan Pembelian Berdasarkan Waktu Pembelian	R hitung	R tabel	
12	Intensitas anda dalam membeli produk kepada distributor selama 4 bulan sekali	.387	.374	Valid
13	Anda setuju dalam menentukan pilihan distributor berdasarkan dari kemampuan distributor dalam ketepatan waktu pengiriman barang	.642	.374	Valid
	Keputusan Pembelian Berdasarkan Jumlah Pembelian	R hitung	R tabel	
14	Anda setuju dalam menentukan jumlah pembelian produk pada distributor berdasarkan dari ketersediaan produk yang ada	.546	.374	Valid
15	Anda setuju dalam menentukan jumlah pembelian produk pada distributor berdasarkan dari kemudahan bertransaksi	.780	.374	Valid
16	Anda setuju dalam menentukan jumlah pembelian produk pada distributor berdasarkan pemberian jangka waktu pembayaran pada produk yang di beli	.653	.374	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2011

Berdasarkan Tabel 3.6 pada instrumen variabel keputusan pembelian dapat diketahui bahwa nilai tertinggi terdapat pada dimensi keputusan pembelian berdasarkan jumlah pembelian dengan item pertanyaan Anda setuju dalam menentukan jumlah pembelian produk pada distributor berdasarkan dari kemudahan bertransaksi yang bernilai 0.780 sedangkan nilai terendah terdapat pada dimensi keputusan pembelian berdasarkan waktu pembelian dengan item pertanyaan Intensitas anda dalam membeli produk kepada distributor selama 4

bulan sekali yang bernilai 0.387 sehingga dapat ditafsirkan bahwa indeks korelasinya cukup tinggi.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data tersebut menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan dan konsistensinya didalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilaksanakan pada saat yang berbeda.

Menurut Suharsimi Arikunto (2009:178) reliabilitas adalah

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu.

Perhitungan reliabilitas dalam pada penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Hal ini dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dengan rentang skor antara 1-5.

$$r_{1.1} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2006:196})$$

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir soal
- σ^2_t = Varians total

Sedangkan rumus variansnya adalah:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2009:184})$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

σ = Nilai varians

X = Nilai skor yang dipilih

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

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

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 17 for windows diketahui bahwa semua variabel reliabel, hal ini disebabkan nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai r_{tabel} yang bernilai **0,374** hal ini dapat dilihat dalam Tabel 3.7 berikut ini.

TABEL 3.7

HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

No.	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	0.919	0,374	Reliabel
2	Keputusan Pembelian	0.905	0,374	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2011

3.3. Rancangan Teknik Analisis data dan Pengujian Hipotesis

3.3.1 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis analisis (1) analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan (2) analisis verifikatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk melihat faktor penyebab sedangkan analisis kuantitatif menitikberatkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian. Dengan menggunakan kombinasi metode analisis tersebut dapat diperoleh generalisasi yang bersifat komprehensif.

3.3.1.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan di dalam penelitian ini untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian, antara lain:

1. Analisis deskriptif tentang pelaksanaan kualitas pelayanan pada distributor AMDK Quelle yang terdiri dari 5 dimensi yaitu *Tangible*, *Emphathy*, *Reability*, *Responsiveness*, dan *Assurance*.
2. Analisis deskriptif tentang keputusan pembelian bisnis yang meliputi: pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran, jumlah pembelian, dan waktu pembelian.

Dalam mengolah hasil angket untuk mengkategorikan hasil perhitungan angket, maka digunakan kriteria penafsiran dengan teknik prosentase (0 - 100%). Penafsiran pengelolaan data berdasarkan batas-batas menurut Ali, M. (1985:84) adalah sebagai berikut:

TABEL 3.8
KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN
RESPONDEN

No	Kriteria	Keterangan
1.	0 %	Tidak seorang pun
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 : Ali, M. (1985:84)

3.3.1.2 Analisis Verifikatif

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana dan analisis korelasi karena penelitian ini menganalisis dua variabel, yaitu kualitas Pelayanan sebagai variabel bebas (X).

Sedangkan objek yang merupakan variabel terikat atau variabel (Y) adalah keputusan pembelian bisnis yang meliputi: pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran, jumlah pembelian, dan waktu pembelian, sehingga penelitian ini akan diteliti pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap keputusan pembelian (Y), dengan skala pengukuran menggunakan skala *semantic differential*. Menurut Sugiyono (2008:138-139):

Skala *semantic differensial* digunakan untuk mengukur sikap hanya bentuknya tidak pilihan ganda atau *checklist*, tetapi tersusun dalam garis kontinum yang jawabannya sangat positifnya terletak pada bagian kanan garis dan jawaban yang sangat negatif terletak pada kiri garis atau sebaliknya. Data yang di peroleh adalah data interval. Responden yang memberi penilaian dengan angka 5, berarti sangat positif, sedangkan bila memberi jawaban angka 3 berarti netral bila memberi angka 1 berarti persepsi responden terhadap pertanyaan itu sangat negatif.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat di beri skor seperti yang tertera pada tabel 4.5 sebagai berikut:

TABEL 3.9
SKOR ITEM PERTANYAAN

Pertanyaan	Skor
Setuju/selalu/sangat positif	5
Setuju/sering/positif	4
Ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif	1

Sumber: Sugiyono (2008:133)

3.3.2 Rancangan Pengujian Hipotesis

3.3.2.1 Analisis Korelasi

Tujuan perhitungan dengan menggunakan Analisa korelasi adalah untuk mencari hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan) X pada umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan) Y.

Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi (r). Nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1, artinya jika:

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

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

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

Penentuan koefisien korelasi (r) dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *Pearson (Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation)*, yaitu:

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

(Suharsimi Arikunto 2006:170)

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Besarnya koefisien korelasi diinterpretasikan dengan menggunakan Tabel 3.9 di bawah ini.

TABEL 3.10
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
KOEFISIEN 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

Sumber: Sugiyono (2008:250)

3.3.2.2 Analisis Regresi Sederhana

Sebelum melakukan analisis Regresi Sederhana penulis perlu melakukan terlebih dahulu uji asumsi. Uji asumsi yang dilakukan diantaranya diagram pencar, uji linieritas data dan uji titik terjauh. Hal ini dapat dilihat pada lampiran 10. Setelah melakukan uji asumsi maka selanjutnya penulis melakukan analisis regresi sederhana.

Definisi regresi sederhana menurut Albert Kurniawan (43,2010) ialah “sebagai pengaruh antara 2 variabel saja, dimana terdiri dari variabel independent/bebas dan untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (*prediction*)”

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen yaitu program kualitas pelayanan dengan satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

- Y =Subyek/nilai dalam variabel *dependen* yang diprediksikan.
 a =Harga Y bila X = 0 (harga konstan)
 b =Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.
 X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Untuk dapat menemukan persamaan regresi , maka harus di hitung terlebih dahulu harga a dan harga b. Cara menghitung harga a dan b dapat dihitung dengan rumus:

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

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

(Sugiyono, 2009: 272)

X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya, naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun, dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkannya.

3.3.2.3 Mencari Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat dari nilai koefisien korelasi; dinyatakan dalam persen, sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang

terjadi dari kualitas pelayanan (variabel bebas) terhadap keputusan pembelian (variabel terikat).

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

(Riduwan dan Sunarto,2010:81)

Keterangan :

KD = Nilai koefisien determinan

r = Nilai koefisien korelasi

Adapun untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh dapat diklasifikasikan pada Tabel 3.10 sebagai berikut:

TABEL 3.11
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
PENGARUH (GUILFORD)

Interval Koefisien	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

Sumber : Sugiyono (2008: 184)

3.3.2.4 Rancangan Uji 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 ialah sebagai berikut:

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

(Sugiyono, 2008: 250)

Keterangan :

t = distribusi *student*

r = koefisien *korelasi product moment*

n = banyaknya sampel

Untuk menentukan kriteria pengambilan hasil keputusan hipotesis pengaruh yang diajukan, terlebih dahulu perlu dicari nilai dari t_{hitung} yang dibandingkan dengan nilai dari t_{tabel} , dengan toleransi kesalahan sebesar 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta uji satu pihak yaitu pihak kanan.

Maka:

- a) $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b) $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

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

- a. $H_0 : \rho \leq 0$ Artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
- b. $H_a : \rho > 0$ Artinya terdapat pengaruh yang positif antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Adapun untuk membantu dalam pengolahan data dan pengujian hipotesis, dapat menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product for Service Solution*) 17,0 dan dibantu *software microsoft excel*.