

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan sebuah alat yang digunakan dalam penelitian untuk mencapai suatu tujuan dengan memecahkan sebuah masalah. Menurut Creswell (2014) dalam (Sugiyono, 2018: 1) menyatakan bahwa “Metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan memberikan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian”.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Menurut (Sugiyono, 2017: 11) menyebutkan bahwa “Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri baik hanya pada satu variabel atau lebih”. Sedangkan metode verifikatif menurut (Sugiyono, 2017: 11) menyebutkan bahwa “Penelitian verifikatif merupakan suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah diterima atau ditolak”.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Warung Bakso Mang Argun kepada konsumennya yang suka membeli bakso.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 3 bulan, mulai dari bulan Agustus 2020 sampai dengan Desember 2020 dengan jadwal kegiatan penelitian sebagai berikut:

**Tabel 3.1
Jadwal Penelitian**

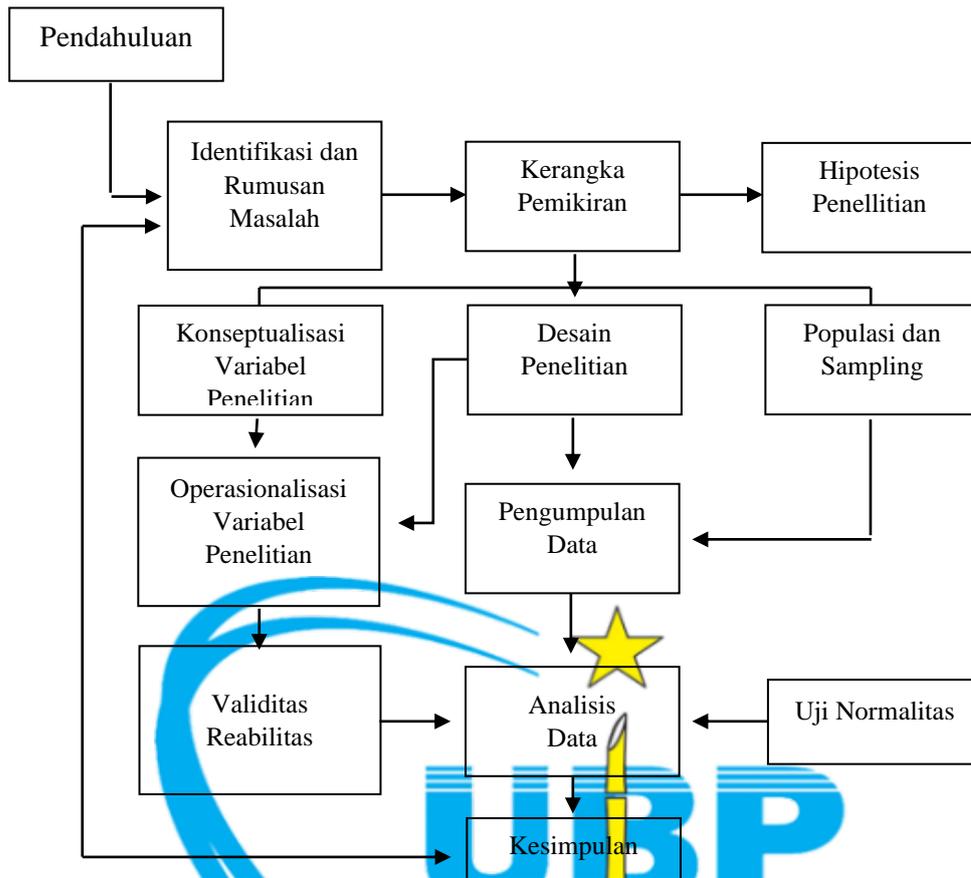
No	Kegiatan	Waktu Penelitian																					
		Agustus 2020				September 2020				Oktober 2020				November 2020				Desember 2020					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	Pencarian Data Empiris	■	■	■																			
2	Penulisan Proposal				■	■	■	■	■														
3	Perbaikan Proposal									■	■	■	■	■									
4	Seminar Proposal															■							
5	Pengambilan Data, Observasi dan Analisis Data																■	■					
6	Penulisan Skripsi																	■	■	■	■		
7	Perbaikan Skripsi																		■	■	■	■	
8	Sidang Skripsi																			■	■	■	■

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2020

3.3 Desain Penelitian

Rangkaian penyusunan pada penelitian memerlukan data dan informasi yang lengkap dan akurat sehingga data dan informasi tersebut sesuai dengan fenomena yang terjadi.

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1
Desain Penelitian
 Sumber: Hasil Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan gambar 3.1 diatas menjelaskan tahapan-tahapan dalam desain penelitian. Tahapan pertama yang akan dilakukan dalam studi pendahuluan pada objek penelitian yaitu di Warung Bakso Mang Argun. Untuk meminta data dan melakukan observasi awal tentang kondisi para pelanggan yang kemudian dapat dijadikan latar belakang penelitian. Setelah itu dilakukan identifikasi masalah, dimana identifikasi masalah tersebut sebagai dasar dalam membuat suatu rangka pemikiran penelitian dan selanjutnya menentukan hipotesis penelitian.

Setelah tahapan tadi selesai dikerjakan, dibuatlah suatu desain penelitian sebagai kerangka untuk melakukan penelitian. Kemudian peneliti perlu melakukan konseptual atas variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini dengan menggunakan beberapa literature dan studi pustaka yang sesuai untuk kemudian variabel-variabel tersebut dapat didefinisikan secara operasional. Selanjutnya melakukan penyusunan keusioner untuk mendapatkan data dari responden, kuesioner dibuat atas dasar dari setiap indikator dari variabel yang digunakan dalam penelitian. Setiap inidkator dari setiap

variabel yang digunakan dalam penelitian selanjutnya dibuat kuesioner. Setelah proses pembuatan kuesioner, langkah selanjutnya yaitu menguji instrumen dengan uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan SPSS16.

Selanjutnya setelah desain penelitian dibuat, perlu ditentukan populasi dan sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini. Dari jumlah sampel yang telah diketahui dapat diperoleh data-data dari para responden untuk dikumpulkan, ditransformasikan menjadi data interval serta diuji normalitas. Kemudian data dianalisis melalui analisis regresi linier berganda. Tahapan terakhir setelah dilakukan analisis data maka penulis dapat menarik kesimpulan dari hasil analisis tersebut dan menginterpretasikannya.

3.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.4.1 Definisi Variabel

1. Kualitas Produk adalah kondisi barang berdasarkan penilaian atas kesesuaian dengan standar ukur yang telah ditentukan serta sesuai dengan keinginan para konsumen.

Jadi kualitas produk dalam penelitian ini adalah kondisi bakso Mang Argun berdasarkan penilaian atas kesesuaian standar ukur yang telah ditentukan serta sesuai dengan keinginan konsumen.

2. Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan oleh uang untuk ditukarkan para pelanggan agar memperoleh manfaat setelah memiliki produk atau jasa. Tentunya ini akan mendatangkan pemasukan dan pendapatan bagi perusahaan.

Jadi harga dalam penelitian ini adalah kondisi harga bakso Mang Argun berdasarkan penilaian atas kesesuaian standar ukur yang telah ditentukan serta sesuai dengan keinginan konsumen.

3. Keputusan Pembelian adalah suatu keputusan konsumen dengan mempertimbangkan segala aspek dari produk tersebut untuk membeli suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan pribadinya.

Jadi keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah kondisi konsumen memutuskan pembelian pada bakso Mang Argun berdasarkan keinginan dan kesesuaian standar ukur yang telah ditentukan.

3.4.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini yaitu untuk menentukan dimensi dan indikator dari setiap variabel. Sehingga pengujian hipotesis bisa menggunakan

alat statistik sehingga dapat dilakukan dengan baik untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel. Berikut ini operasionalisasi variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
1	Kualitas Produk (X ₁)	Kinerja (<i>Performance</i>)	Perbedaan cita rasa pada makanan	1	Ordinal
			Rasa bakso yang enak	2	
		Fitur atau Ciri-ciri Tambahan (<i>Features</i>)	Perbedaan porsi makanan	3	Ordinal
			Kelengkapan porsi makanan	4	
		Reliabilitas (<i>Reliability</i>)	Kemungkinan kecil tidak enak	5	Ordinal
			Kemungkinan kecil tidak dapat dimakan	6	
		Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>Conformance to Specifications</i>)	Sejauh mana tampilan makanan yang telah ditetapkan	7	

**Tabel 3.2 Lanjutan
Operasionalisasi Variabel**

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
1	Kualitas Produk (X ₁)	Kesesuaian dengan Spesifikasi <i>(Confermance to Specifocations)</i>	Sejauh mana cita rasa dari makanan yang telah ditetapkan	8	Ordinal
		Daya Tahan <i>(Durability)</i>	Berapa lama makanan tersebut dapat dimakan	9	Ordinal
			Kemampuan mempertahankan rasa enak	10	
		<i>Serviceability</i>	Kecepatan pelayanan	11	Ordinal
			Kompetensi pelayanan	12	
			Kenyamana	13	
			Kemudahan	14	
			Perbaikan	15	
			Penanganan keluhan secara memuaskan	16	
		Estetika <i>(Estheticts)</i>	Daya tarik makanan terhadap panca indra	17 – 18	Ordinal
		Kualitas yang Dipersepsikan <i>(Perceived Quality)</i>	Citra makanan	19	Ordinal
			Reputasi makanan	20	
			Tanggung jawab penjual	21	
2	Harga (X ₂)	Keterjangkauan Harga	Harga terjangkau oleh konsumen	22	Ordinal
			Harga per porsi bakso yang murah	23	
			Pembelian tambahan bakso	24	
	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	Harga sesuai dengan rasa bakso yang enak	25	Ordinal	
		Harga sesuai dengan porsi	26		

			bakso yang banyak		
--	--	--	-------------------	--	--



**Tabel 3.2 Lanjutan
Operasionalisasi Variabel**

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
2	Harga (X ₂)	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	Harga per porsi bakso yang wajar	27	Ordinal
			Harga sesuai dengan informasi yang diberikan	28	
		Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	Harga tidak seberapa dibandingkan dengan kenikmatan makan bakso Mang Argun	29	Ordinal
			Harga tidak seberapa dibandingkan dengan rasa kenyang setelah makan bakso Mang Argun	30	
			Harga tidak seberapa dibandingkan dengan rasa aman memakan yang halal	31 – 32	
			Harga tidak seberapa dibandingkan dengan rasa aman memakan bakso Mang Argun yang diyakini tanpa bahan pengawet	33	
		Harga Sesuai Kemampuan atau Daya Saing Harga	Harga bakso Mang Argun bersaing dengan harga bakso lainnya	34	Ordinal
			Harga bakso lebih murah dibandingkan harga bakso yang lain	35	
			Harga bakso lebih pantas dibandingkan bakso lainnya	36	
		3	Keputusan Pembelian (Y)	Pilihan Produk	Kebutuhan suatu produk

**Tabel 3.2 Lanjutan
Operasionalisasi Variabel**

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
3	Keputusan Pembelian (Y)	Pilihan Produk	Keberagaman varian produk	39 – 40	Ordinal
			Kualitas produk	41 – 44	
		Pilihan Merek	Kepercayaan konsumen terhadap merek warung bakso Mang Argun	45	Ordinal
			Popularitas merek warung bakso Mang Argun	46	
		Waktu Pembelian	Frekuensi pembelian	47	Ordinal
			Waktu buka warung	48	
		Jumlah Pembelian	Membeli bakso untuk diri sendiri	49	Ordinal
			Membeli bakso untuk keluarga	50	
			Membeli bakso untuk mentraktir teman-teman	51	
			Membeli bakso untuk menjamu tamu	52	

Sumber: Data Diolah, 2020

3.5 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber Data

3.5.1.1 Data Primer

Data primer dalam ppenelitian ini adalah data yang didapat langsung dari responden melalui wawancara dan kuesioner yang disebar pada konsumen Warung Bakso Mang Argun. Persepsi konsumen tentang kualitas produk, persepsi konsumen tentang harga dan persepsi konsuem tentang keputusan pembelian bakso pada Warung Bakso Mang Argun.

3.5.1.2 Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal internet, dan referensi-referensi lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan suatu alat untuk menganalisis suatu keadaan yang terjadi. Teknik ini bisa digunakan untuk membantu menganalisis suatu permasalahan yang akan diteliti. Berbeda dengan kuesioner dan wawancara teknik ini tidak terbatas pada orang saja namun pada data juga dapat digunakan untuk menganalisisnya.

2. Wawancara

Wawancara digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi terkait studi pendahuluan untuk menemukan suatu permasalahan/fenomena yang harus diteliti, serta untuk mengetahui hal-hal dari responden yang lebih guna kebutuhan dalam penelitian.

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat untuk pengumpulan data dengan cara memberikan pertanyaan/ Pernyataan kepada responden untuk diisi. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini secara langsung diberikan kepada responden.

3.5.3 Teknik Skala

Penelitian ini menggunakan kuesioner yang merupakan data ordinal dengan skala *likert*. Menurut (Rifkhan, 2018) “Data ordinal merupakan data yang disajikan dalam bentuk kategori dan memiliki peringkat serta termasuk data kuantitatif namun skala *likert* merupakan skala yang mengukur sikap, pendapat dan persepsi individu atau kelompok tentang fenomena sosial”.

Tabel 3.3
Skala Likert

Kualitas Produk	Harga	Keputusan Pembelian	Bobot Skor
Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	1

Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	2
Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	3
Setuju	Setuju	Setuju	4
Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	5

Sumber: (Sugiono, 2016:94)

3.6 Teknik Penentuan Data

3.6.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Warung Bakso Mang Argun.

3.6.2 Sampel

Menurut (Suharyadi & Purwanto, 2011:73) menyebutkan bahwa “Untuk menduga sampel dalam proporsi dapat menggunakan rumus berikut, apabila nilai p dan P tidak diketahui, yaitu:

$$N = (0,25) (Z_{\alpha/2}/\epsilon)^2$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel penelitian

0,25 = konstanta

$Z_{\alpha/2}$ = Nilai Z tabel pada taraf signifikansi (α) = 5%

ϵ = Kesalahan sampling

Perhitungan sampel berikut ini:

$$n = (0,25) (Z_{\alpha/2}/\epsilon)^2$$

$$n = (0,25) (1,96/0,0775)^2$$

$$n = (0,25) (25,29)^2$$

$$n = (0,25) (639,58)$$

$$n = 159,895 \text{ dibulatkan menjadi } 160$$

Jadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 160 responden.

3.6.3 Teknik Sampling

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Non Probability Sampling*. Menurut (Sugiyono, 2018: 136) menyebutkan bahwa “*Non Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. Teknik pengambilan sampel *Non Probability Sampling* peneliti

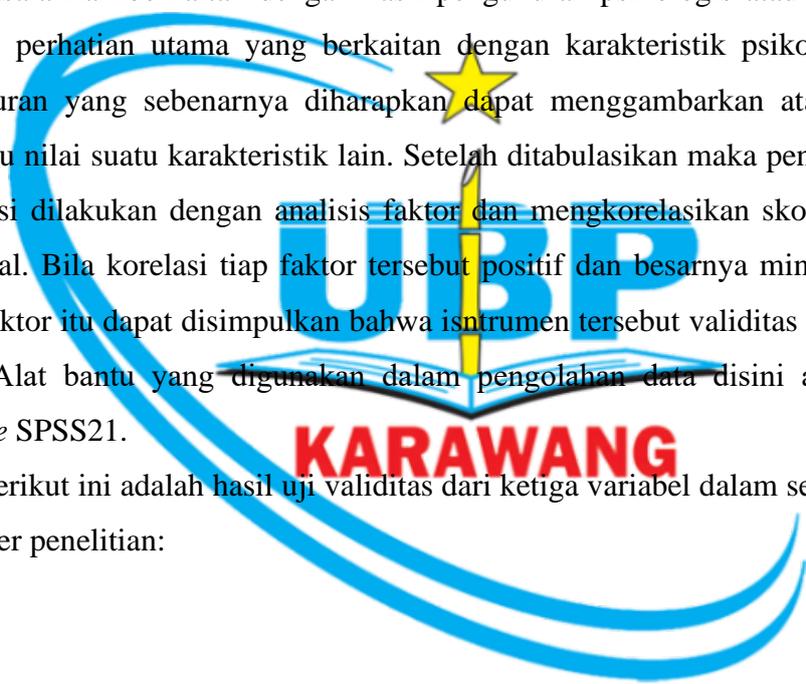
menggunakan metode *Accidental Sampling*. Menurut (Sugiyono, 2018: 138) menyebutkan bahwa “*Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”.

3.6.4 Uji Instrumen

3.6.4.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2017: 125) menyebutkan bahwa “Uji validitas yaitu untuk menunjukkan sejauh mana skor atau nilai ukuran yang diperoleh benar-benar menyatakan hasil pengukuran atau pengamatan. Validitas pada umumnya dipermasalahkan berkaitan dengan hasil pengukuran psikologis atau non fisik, yang menjadi perhatian utama yang berkaitan dengan karakteristik psikologis dan hasil pengukuran yang sebenarnya diharapkan dapat menggambarkan atau memberikan skor atau nilai suatu karakteristik lain. Setelah ditabulasikan maka pengujian validitas konstruksi dilakukan dengan analisis faktor dan mengkorelasikan skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya minimal 0,3 keatas maka faktor itu dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut validitas konstruksi yang baik”. Alat bantu yang digunakan dalam pengolahan data disini adalah program *software* SPSS21.

Berikut ini adalah hasil uji validitas dari ketiga variabel dalam setiap pernyataan kuesioner penelitian:



Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

No	r Hitung	r Kritis	Keterangan
1	0.753	0.361	Valid
2	0.776	0.361	Valid
3	0.772	0.361	Valid
4	0.565	0.361	Valid
5	0.751	0.361	Valid
6	0.719	0.361	Valid
7	0.864	0.361	Valid
8	0.539	0.361	Valid
9	0.780	0.361	Valid
10	0.705	0.361	Valid
11	0.657	0.361	Valid
12	0.806	0.361	Valid
13	0.743	0.361	Valid
14	0.636	0.361	Valid
15	0.797	0.361	Valid
16	0.831	0.361	Valid
17	0.828	0.361	Valid
18	0.777	0.361	Valid
19	0.587	0.361	Valid
20	0.790	0.361	Valid
21	0.648	0.361	Valid

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 3.4 menunjukkan bahwa hasil uji validitas pada variabel kualitas produk (X_1) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{kritis}$. Artinya seluruh pernyataan pada variabel kualitas produk (X_1) sebanyak 21 item pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Harga

No	r Hitung	r Kritis	Keterangan
----	----------	----------	------------

1	0.510	0.361	Valid
2	0.747	0.361	Valid
3	0.613	0.361	Valid
4	0.550	0.361	Valid
5	0.769	0.361	Valid
6	0.660	0.361	Valid
7	0.781	0.361	Valid
8	0.771	0.361	Valid
9	0.694	0.361	Valid

Tabel 3.5 Lanjutan
Hasil Uji Validitas Variabel Harga

No	r Hitung	r Kritis	Keterangan
10	0.727	0.361	Valid
11	0.279	0.361	Tidak Valid
12	0.577	0.361	Valid
13	0.641	0.361	Valid
14	0.732	0.361	Valid
15	0.446	0.361	Valid

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 3.5 menunjukkan bahwa hasil uji validitas pada variabel harga (X_2) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{kritis}$, namun ada satu pernyataan keusioner yang tidak valid karena memiliki nilai $r_{hitung} < r_{kritis}$. Artinya 14 pernyataan kuesioner pada variabel harga (X_2) dapat dinyatakan valid.

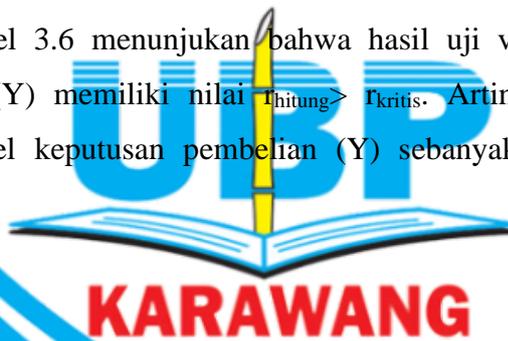
Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

No	r Hitung	r Kritis	Keterangan
1	0.698	0.361	Valid
2	0.814	0.361	Valid
3	0.736	0.361	Valid
4	0.519	0.361	Valid
5	0.707	0.361	Valid

6	0.682	0.361	Valid
7	0.648	0.361	Valid
8	0.488	0.361	Valid
9	0.794	0.361	Valid
10	0.755	0.361	Valid
11	0.845	0.361	Valid
12	0.567	0.361	Valid
13	0.545	0.361	Valid
14	0.759	0.361	Valid
15	0.467	0.361	Valid
16	0.574	0.361	Valid

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 3.6 menunjukkan bahwa hasil uji validitas pada variabel keputusan pembelian (Y) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{kritis}$. Artinya semua pernyataan kuesioner pada variabel keputusan pembelian (Y) sebanyak 16 item pernyataan dinyatakan valid.



3.6.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiyono, 2012: 130) menyebutkan bahwa “Uji reliabilitas dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal, pengujian dapat dilakukan dengan cara *test-retest (stability)*, *equivalent*, dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir yang ada diinstrument dengan teknik tertentu. Melalui bantuan program SPSS21for windows. Uji reliabilitas dilakukan dengan *cronbach’s alpha*. Bila *cronbach alpha* besarnya 0,60 keatas dan positif maka alat ukur ini dapat dipercaya atau tingkat konsistensi dari suatu informasi apabila dilakukan berulang-ulang”.

Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas dari ketiga variabel dapat dilihat berikut ini:

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach’s Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Produk	0,954	0,60	Reliabel

Harga	0,896	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,910	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 3.7 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan keputusan pembelian (Y) $> 0,60$. Artinya item kuesioner atau pernyataan pada variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan keputusan pembelian (Y) menyatakan reliabel atau dapat dipercaya, sehingga data-data yang terkumpul dinyatakan dapat diterima.

3.6.4.3 Transformasi Data

Menurut (Kuncoro, 2012: 30) menyatakan bahwa “Langkah-langkah transformasi data ordinal ke interval sebagai berikut:

1. Jawaban dari selembaran kertas responden dari angket yang disebrakan, setelah diisi dan ditabulasikan kemudian diproses dengan mengelompokan sesuai alternatif jawaban dipandu item pertanyaan.
2. Menentukan frekuensi pada setiap butir ditemukan beberapa orang yang mendapat skor 1, 2, 3, 4, dan 5 yang disebut sebagai frekuensi.
3. Menentukan proporsi kumulatif, setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi.
4. Menentukan proporsi kumulatif, tentukan nilai proporsi kumulatif dengan menjumlahkan nilai proporsi secara tab perkolom skor.
5. Menentukan nilai Z dengan menggunakan tabel distribusi normal, hitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh.
6. Menentukan densitas, tentukan nilai tertinggi densitas untuk setiap nilai Z yang diperoleh dengan menggunakan koordinat *curve* normal baku.
7. Menentukan *scale value* atau skala nilai, tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Skala (NS)} = \frac{(\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit} - \text{Area Below Lower Limit})}$$

8. Menentukan transformasi dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = NS + k$$

$$K = 1 + [NS \text{ min}]$$

Hasil pengolahan tranformasi data yang dilakukan oleh penelitian dengan menggunakan metode *successive interval* yaitu terlampir pada lampiran 6.

3.6.4.4 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2013: 160) menyatakan bahwa “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal”. Dalam pengujian ini menggunakan program *software* SPSS21.

Berikut ini adalah hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *kolmogorov smirnov* dapat dilihat pada tabel 3.8:



Tabel 3.8
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.54154440
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.041
Kolmogorov-Smirnov Z		.734
Asymp. Sig. (2-tailed)		.655

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *one-sampel kolmogorov-smirnov test* pada tabel 3.8 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada hasil uji normalitas dengan jumlah sampel 160 adalah sebesar 0,655. Artinya data dari penelitian ini terdistribusi secara normal, karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau $0,655 > 0,05$ sehingga model regresi dapat digunakan untuk pengujian hipotesis atau data tersebut terdistribusi secara normal.

3.6.4.5 Uji Multikolinearitas

Menurut (Rifkhan, 2018) "Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*) yang dapat dilihat dari nilai toleransi dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Regresi berganda tidak boleh terjadi multikolinear (koefisien korelasi dapat ditentukan antar variabel bebas = 1), jika terjadi maka koefisien regresi tidak dapat ditentukan dan standar erornya menjadi tidak terhingga.

Berikut ini adalah hasil uji multikolinearitas dari ketiga variabel penelitian yang digunakan:

Tabel 3.9
Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Produk	.757	1.322
Harga	.757	1.322

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 3.9 menunjukkan bahwa tidak adak variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0,10. Nilai *Tolerance* dari masing-masing variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) sebesar 0,757. Artinya nilai *Tolerance* variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) $0,757 > 0,10$. Sementara hasil dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal serupa yakni variabel independen memiliki nilai VIF kurang dari 10 dengan masing-masing nilai VIF dari variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) sebesar 1,322. Merujuk dari hasil perhitungan nilai *Tolerance* dan VIF, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan gejala multikolinearitas antar variabel independen model regresi.

3.7 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

3.7.1 Rancangan Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2016: 148) menyebutkan bahwa “Perhitungan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul lalu membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi”. Analisis ini menggunakan skala ordinal dan rentang skala untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Warung Bakso Mang Argun. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil survey yang mengacu pada hasil pengukuran antara lain menggunakan instrumen dari skala *likert*, meliputi analisis rentang skala dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan:

- n : Jumlah sampel
 m : Jumlah alternative jawaban (skor 1 – 5)
 Rentang terendah : Skor terendah x Jumlah sampel
 Skala tertinggi : Skor tertinggi x Jumlah sampel

Hasil perhitungan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Skala tipe kriteria

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 160 responden. Instrumen dengan skala *likert* pada skala terendah dengan skor satu (1) dan skala tertinggi dengan skor lima (5).

2. Perhitungan skala

Skala terendah = skor terendah x jumlah sampel
 = 1 x 160 = 160

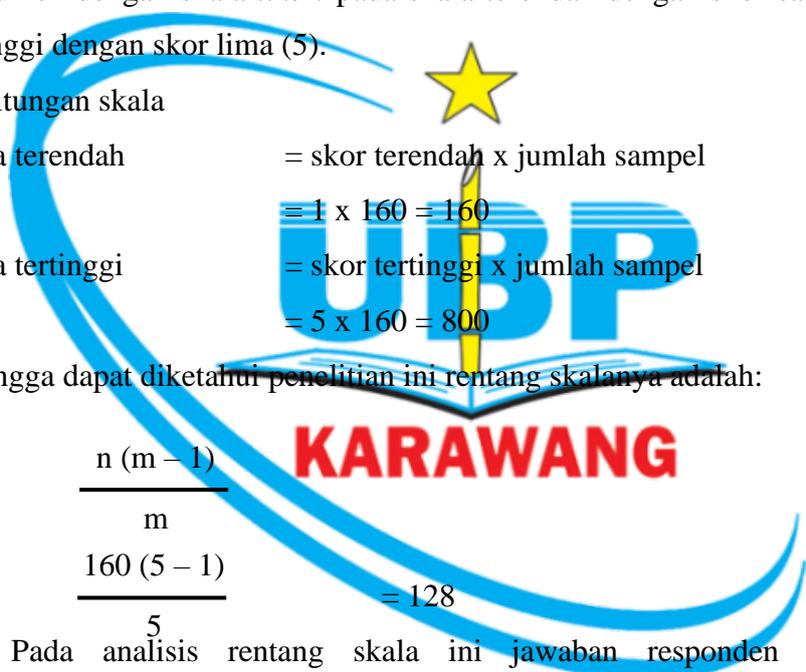
Skala tertinggi = skor tertinggi x jumlah sampel
 = 5 x 160 = 800

Sehingga dapat diketahui penelitian ini rentang skalanya adalah:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

$$RS = \frac{160(5-1)}{5} = 128$$

Pada analisis rentang skala ini jawaban responden atas kuesioner diinterpretasikan sesuai dengan variabel pada penelitian ini. Interpretasi jawaban terdapat pada Tabel 3.4 dibawah ini:



Tabel 3.10
Analisis Rentang Skala

Skala Skor	Jawaban Responden	Rentang Skala	Deskripsi Skor		
			Kualitas Produk	Harga	Keputusan Pembelian
1	Sangat Tidak Setuju	160 – 288	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Sesuai	Sangat Rendah
2	Tidak Setuju	289 – 416	Tidak Baik	Tidak Sesuai	Rendah
3	Cukup Setuju	417 – 544	Cukup Baik	Cukup Sesuai	Sedang
4	Setuju	545 – 672	Baik	Sesuai	Tinggi
5	Sangat setuju	673 – 800	Sangat Baik	Sangat Sesuai	Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah 2020

Dapat dilihat pada tabel 3.10 bahwa nilai rentang skala yang selanjutnya dapat dipakai untuk memprediksi pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Warung Bakso Mang Argun.

Dapat dilihat rentang skala jika digambarkan melalui *Bar Scale* sebagai berikut:



Sumber : (Sugiyono, 2017: 95)

Gambar 3.2
Bar Scale

3.7.2 Rancangan Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif dalam penelitian ini untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Warung Bakso Mang Argun. Metode ini digunakan untuk mengetahui berapa besar dampak variabel bebas yang mempengaruhi terhadap variabel terikat. Adapun analisis verifikatif terdiri dari analisis korelasi dan regresi linier berganda. Sebelumnya untuk menganalisis korelasi baiknya menganalisis transformasi data dengan menggunakan model MSI dan bantuan *software* SPSS16.

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent), namun ada pendapat lain dari Sekaran yang menyebutkan bahwa analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh simultan dari beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat yang berskala interval (Islamy, 2016). Pengukuran pengaruh ini melibatkan

satu variabel bebas (X) dan variabel (Y) maka dinamakan analisis regresi linear sederhana, namun jika pengukuran pengaruh melibatkan dua atau lebih variabel bebas (X1, X2 dan seterusnya) serta satu variabel terikat (Y) maka dinamakan analisis regresi berganda (Islamy, 2016).

Persamaan regresi linear berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2$ = Koefisien Regresi

X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga

ε = Kesalahan Residual

3.7.4 Analisis Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan Bakso Mang Argun dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

CD = Koefisien Determinasi

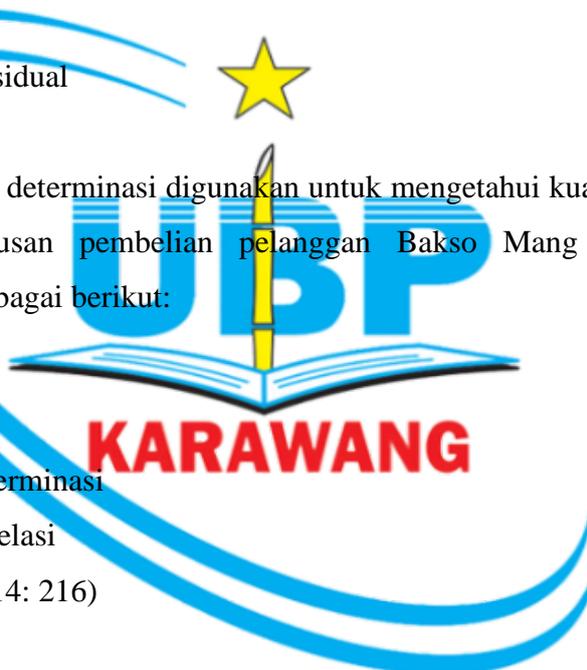
r = Koefisien Korelasi

Sumber: (Sugiyono, 2014: 216)

3.7.5 Uji Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2012: 70) menyatakan bahwa “Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada faktor-faktor atau data empiris yang diperoleh melalui pengumpulan”.

Pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent) yang menggunakan rancangan hipotesis melalui penetapan hipotesis nol (H_0) tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan adapun hipotesis alternatif (H_a) yang menyebutkan adanya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, melalui tahapan penelitian uji statistik dan perhitungan nilai uji, lalu perhitungan hipotesis,



penetapan tingkat signifikan dan terakhir adalah penarikan kesimpulan (Rifkhan, 2018).

3.7.5.1 Uji t (Parsial)

Parameter individual t-test digunakan agar dapat mengetahui apakah variabel bebas signifikan atau tidak terhadap variabel terikat secara parsial untuk setiap variabel, uji terhadap nilai statistik t juga disebut dengan uji parsial yang berupa koefisien regresi (Rifkhan, 2018).

3.7.5.2 Uji F (Simultan)

Pengujian uji F dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh semua variabel bebas yang terdapat didalam model penelitian secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat yaitu kinerja karyawan (Rifkhan, 2018).

3.7.5.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan uji pihak kanan yang menyebutkan “Terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Warung Bakso Mang Argun”.

1. Hipotesis 1

- a. $H_0 : \beta_1 = 0$ artinya kualitas produk secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian
- b. $H_a : \beta_1 \neq 0$ artinya kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dengan kriteria H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$.

2. Hipotesis 2

- a. $H_0 : \beta_2 = 0$ artinya harga secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
- b. $H_a : \beta_2 \neq 0$ artinya harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dengan kriteria H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$.

3. Hipotesis 3

- a. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$ artinya secara simultan kualitas produk dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- b. $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$ artinya secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dengan kriteria H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$.