

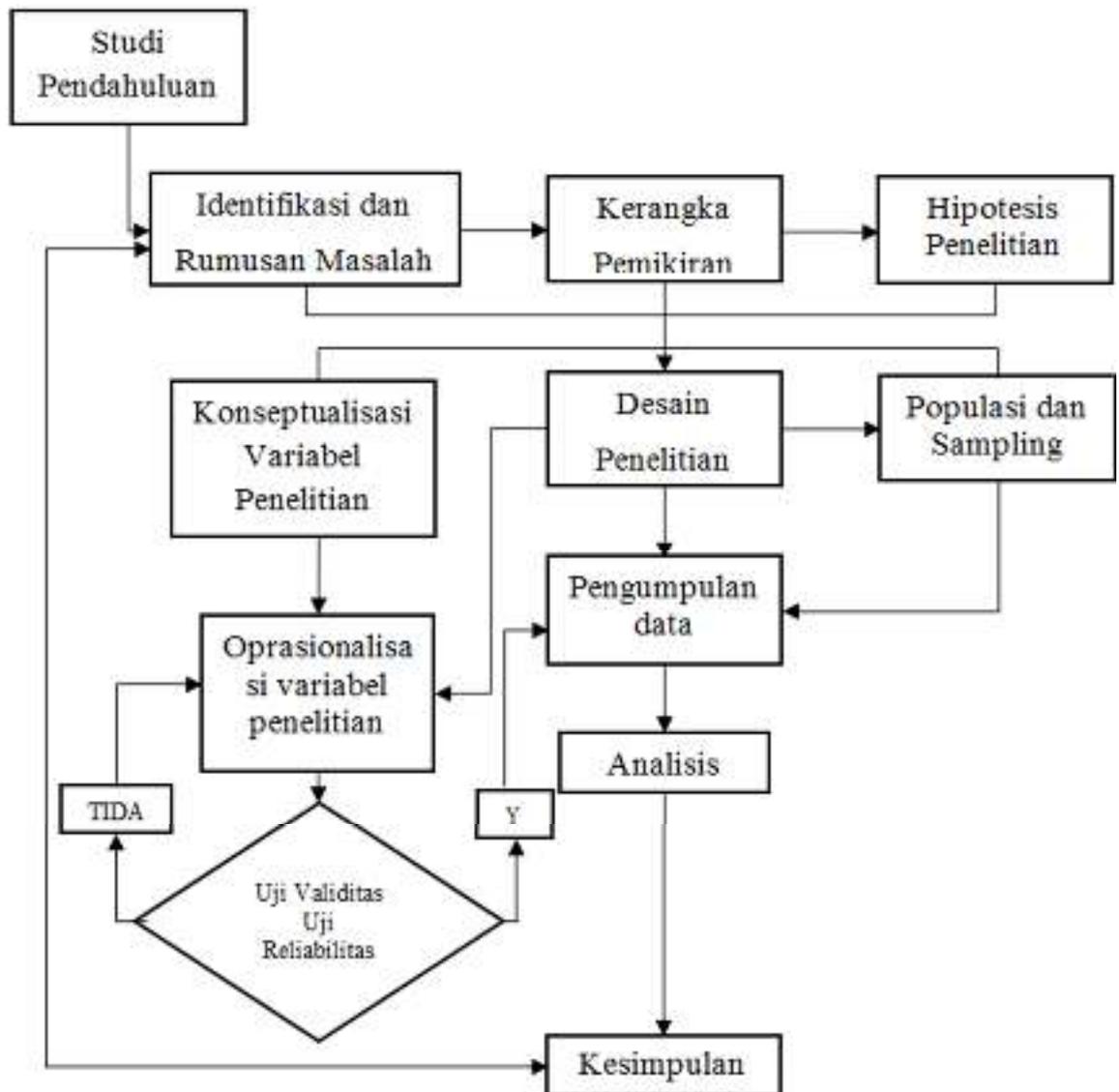
## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Desain Penelitian

Penggunaan pendekatan pada pelaksanaan penelitian yakni melalui metode deskriptif verifikatif. Pelaksanaan penelitian deskriptif bertujuan menemukan nilai dari variabel mandiri, meliputi satu atau lebih variabel (independen) tanpa adanya suatu perbandingan dan ataupun mengaitkan terhadap variabel lainnya. Pelaksanaan penelitian verifikatif bertujuan menganalisis suatu populasi atau sampel, dan memiliki sifat statistik dalam analisis data dalam pengujian hipotesisnya. Pelaksanaan penelitian deskriptif mencakup analisis rentang skala, dan pada penelitian verifikatif penggunaannya sebagai cara menemukan hubungan diantara variabel dengan uji hipotesis mencakup uji korelasi  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$  (uji  $f$ ).

Secara deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan variabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian konsumen di Kedai Green Tea 86 Telukjambe. Pada penelitian ini metode verifikatif digunakan untuk menguji korelasi antara variabel kualitas produk dan harga, pengaruh parsial dan simultan dari variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Kedai Green Tea 86 Telukjambe Timur

Secara keseluruhan proses penelitian dimulai dari identifikasi masalah berupa pengumpulan data fenomena dan studi pendahuluan yang dilakukan dilokasi penelitian sampai dengan membuktikan hasil penelitian dan melakukan pembahasan, selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 3.1 di bawah ini.



**Gambar 3. 1 Desain Penelitian**

*Sumber: Buku Pedoman Skripsi , 2020*

Proses pelaksanaan penelitian diawali sedari observasi penelitian yakni melaksanakan identifikasi masalah, kemudian membuat rumusan masalah serta pembuatan kerangka pemikiran juga hipotesis penelitian. Kegiatan berproses lanjut dengan melaksanakan penelitian melalui tahapan langkah:

- a. Melakukan studi pendahuluan (studi pustaka dan observasi pendahuluan), mengidentifikasi dan merumuskan masalah, menyusun kerangka pemikiran dan hipotesis.

- b. Membuat disain penelitian, dimana didalamnya termasuk menentukan populasi dan sampling yang digunakan dalam pengumpulan data.
- c. Menyusun instrumen dan mengujinya melalui uji validitas, reabilitas dan normalitas. Jika hasilnya valid, dan reliabel maka dapat dilanjutkan ke penelitian selanjutnya berupa pengumpulan data. Bila instrumen tidak valid, dan reliabel maka mengubah operasionalisasi variabel sehingga tercapai validitas dan reliabilitas.
- d. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara.
- e. Mentransformasi data dari ordinal ke interval, serta melakukan uji normalitas. Apabila normal maka dilanjutkan ke analisis data, jika tidak maka kembali ke pengumpulan data.
- f. Data yang dibutuhkan dianalisis menggunakan analisis jalur untuk mencapai tujuan penelitian
- g. Dari data yang diperoleh dapat ditarik kesimpulan, apakah hipotesis terbukti atau tidak.

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 3.2.1 Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Green Tea 86 Teluk Jambe Timur. Asrama Yonif 305, Kecamatan Teluk Jambe Timur, Kabupaten Karawang.

#### 3.2.2 Waktu Penelitian

Periode waktu penelitian dimulai dari bulan Januari sampai bulan Juni 2021.

**Tabel 3.1**  
**Waktu Penelitian**  
**Pada Kedai Green Tea 86**

No	Kegiatan Penelitian	Waktu Penelitian																							
		Januari				Febuari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penulisan Proposal	_____																							
2	Perbaikan Proposal																								
3	Seminar Proposal																								
4	Pengurusan Izin																								
5	Pengambilan Data																								
6	Analisis/ Peninjauan Data																								
7	Penulisan Laporan																								
8	Sidang Skripsi																								

Sumber : Penulis 2020

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

Menggunakan dasar teoritis, Variabel penelitian yakni berbagai hal dengan berbagai wujud apapun sesuai ketetapan peneliti untuk dilakukan pengkajian, analisis, agar ditemukan data informasinya yang selanjutnya dilakukan kesimpulan (Sugiyono,2017:45). Variabel penelitian yang ideal yakni

memiliki ke sesuaian terhadap permasalahan serta capaian tujuan yang diinginkan pada penelitian, variabel dalam pelaksanaan penelitian meliputi:

### 3.3.1 Definisi Variabel

Definisi konseptual sebagai suatu pendefinisian oleh peneliti terhadap setiap variabel penelitian berdasarkan teori/ konsepnya. Maksudnya teori/konsep yang telah dikemukakan oleh para ahli ataupun pakar.

#### 3.3.1.1 Definisi Konseptual Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kecocokan fungsi antara harapan dan kriteria yang terdapat pada produk yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Selain itu, kualitas produk harus diperhatikan secara serius guna mendapatkan kepuasan dari pelanggan yang telah datang.

#### 3.3.1.2 Definisi Konseptual Harga

Harga sebagai nilai dari suatu barang dengan pernyataan uang dan merupakan faktor utama dalam penentu posisi produk.

#### 3.3.1.3 Definisi Konseptual Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian ialah keputusan yang menjadi pemilihan suatu tindakan untuk memilih produk yang akan dibeli berdasarkan pilihan produk, pilihan merek, penyalur, kuantitas, waktu pembelian dan metode pembayaran.

### 3.3.2 Operasional Variabel

Definisi operasional yaitu aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur variabel.

Definisi operasional adalah penentuan suatu konstruk hal-hal yang sulit diukur sehingga ia menjadi variabel yang dapat diukur.

#### 3.3.2.1 Definisi Operasional dan Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kecocokan fungsi antara harapan dan kriteria yang terdapat pada minuman di Kedai Green Tea 86 Telukjambe Timur Karawang yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Menurut Kotler dan Keller (2016:400) kualitas produk dapat dimasukkan kedalam lima dimensi, yaitu :

1. *Performance* (Kinerja)

berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertahankan konsumen ketika ingin membeli suatu produk.

2. *Features* (Keistimewaan tambahan)

yaitu aspek kedua dari kinerja yang menambahkan fungsi dasar.

3. *Conformance to specification* (Kesesuaian dan spesifikasi)

yaitu berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen.

4. *Durability* (Daya Tahan)

Yaitu berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.

5. *Ashethic* (Estetika)

Yaitu daya tarik produk terhadap panca indra seperti daya tarik produk, corak, selera, rasa dan lain – lain.

### 3.3.2.2 Definisi Operasional Harga

Harga merupakan nilai minuman yang terdapat di Kedai Green Tea 86 Telukjambe Timur Karawang yang dinyatakan dengan uang dan merupakan faktor utama dalam penentu posisi minuman tersebut.

Menurut Kotler Amstrong (2012:52) dalam Riyono dan Gigih (2016) terdapat dua dimensi pengukuran harga yaitu:

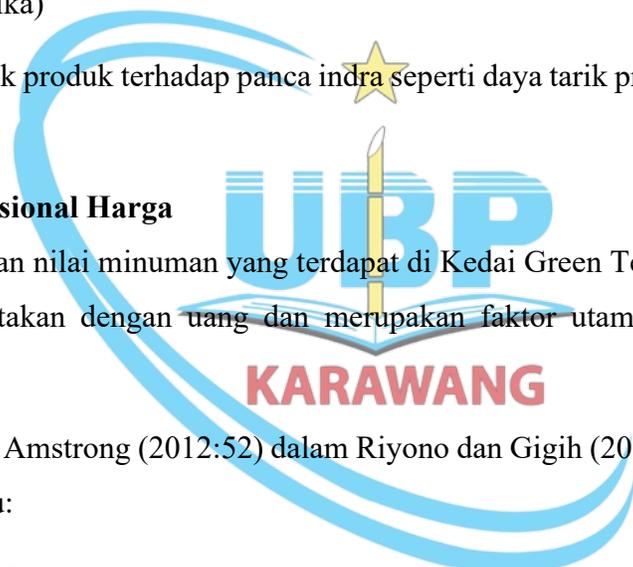
1. Keterjangkuan Harga

Keterjangkuan harga adalah harga sesungguhnya dari produk minuman di Kedai Green Tea 86 yang harus dibayarkan oleh pelanggan. Pelanggan cenderung melihat harga akhir dan memutuskan apakah akan menerima nilai yang baik seperti yang diharapkan.

Harapan pelanggan dalam melihat harga yaitu:

- a. Harga yang ditawarkan mampu dijangkau oleh pelanggan secara financial.
- b. Penentuan harga harus sesuai dengan kualitas produk sehingga pelanggan dapat mempertimbangkan dalam melakukan pembelian.

2. Diskon atau Potongan Harga



Diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh pihak Kedai Green Tea 86 kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi pihak kedai tersebut.. Jenis diskon bermacam-macam, seperti:

- a. Diskon Pembelian Khusus menggunakan aplikasi tertentu.  
Merupakan potongan harga yang diberikan guna mendorong konsumen untuk melakukan pemesanan melalui aplikasi yang terintergrasi dengan produk green tea 86.
  - b. Diskon musiman. Pemberian potongan harga pada suatu masa yang tertentu saja.
  - c. Diskon perdagangan. Pemberian produsen pada para penyalur yang terlibat pada proses distribusi barang serta pelaksanaan seluruh fungsi tertentu, misalnya penjualan.
  - d. Diskon bagi pelanggan tetap  
Merupakan potongan harga yang diberikan pada pelanggan yang sering melakukan pembelian.
  - e. Diskon Hari-Hari tertentu  
Merupakan potongan harga yang diberikan pada hari-hari tertentu saja
  - f. Diskon Event Tertentu  
Merupakan potongan harga yang diberikan pada event-event tertentu saja.
3. Periode atau Cara Pembayaran
- prosedur dan mekanisme pembayaran produk minuman yang tersedia di Kape Grren Tea 86. Kemudian dalam melakukan pembayaran dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian

### 3.3.2.3 Definisi Operasional Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan untuk memilih minuman di Kedai Green Tea 86 Telukjambe Karawang yang akan dibeli berdasarkan pilihan produk, pilihan merek, penyalur, kuantitas, waktu pembelian dan metode pembayaran.

Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk meliputi enam sub keputusan, Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Tjiptono (2012:184) menjelaskannya:

1. Pilihan produk, konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli produk minuman di Kedai Green tea 86 atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Saat memilih minuman di kedai ini terdapat beberapa pertimbangan produk yaitu kebutuhan konsumen pada minuman di kedai tersebut, keberagaman jenis minuman dan kualitas minumannya.

2. Pilihan merek. Konsumen memilih minuman di Kedai Green Tea 86 dengan beberapa penyebab bisa karena kepercayaan konsumen kepada Kedai Green Tea 86 atau karena popularitas kedai tersebut.
3. Pilihan penyalur, pembeli perlu memutuskan akan mengunjungi penyalur yang dipilih. Adanya perbedaan pertimbangan dari setiap pembeli untuk memilih penyalur dapat disebabkan oleh faktor lokasi terdekat, persaingan harga, kelengkapan persediaan barang dan lainnya.
4. Waktu pembelian, konsumen memutuskan memilih waktu pembelian yang berbeda, contohnya: pembelian rutin tiap hari, tiap minggu, tiap dua minggu, ataupun tiap bulan.
5. Jumlah pembelian, konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli.
6. Metode Pembayaran, keputusan konsumen terkait metode yang digunakan dalam pembayaran untuk memutuskan pembelian minuman di Kedai Green Tea 86.

**Tabel 3.2**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	No
<b>Kualitas Produk (X1)*</b>	<i>Performance</i>	Cita Rasa minuman	1
		Keamanan bahan minuman dan material kemasan	2
			3
			4
		Ukuran Kemasan (porsi)	5
	<i>Features</i>	Variasi jenis minuman	6
		Variasi Kemasan	7
		Ciri khas produk	8
		Kesesuaian Produk dengan harapan konsumen	9

Variabel	Dimensi	Indikator	No
	<i>Conformance to specification</i>	Kesesuaian komposisi bahan	10
		Kesesuaian suhu minuman	11
	<i>Durability</i>	Daya tahan produk dari rasa basi	12
		Daya tarik warna	13
		Daya tarik bentuk	14
	<i>Ashethic</i>	Daya tarik aroma	15
		Daya tarik kemasan	16
<b>Harga (X2)**</b>	Keterjangkauan Harga	Keseuaian Harga dan Kualitas	1
		Kesesuaian harga dengan ukuran kemasan (porsi)	2
		Kesesuaian harga dengan harapan konsumen	3
		Kesesuaian harga dengan informasi	4
		Harga yang terjangkau	5
	Potongan Harga	Diskon Pembelian Khusus menggunakan aplikasi tertentu	6
		Diskon pada pembelian jumlah banyak	7
		Diskon bagi pelanggan tetap	8
		Diskon Hari-Hari tertentu	9
		Diskon Event Tertentu	10
	Cara pembayaran	Kemudahan	11
		Keragaman cara pembayaran	12

Variabel	Dimensi	Indikator	No	
<b>Keputusan Pembelian (Y)***</b>	Pilihan Produk	Kebutuhan Konsumen pada minuman	1	
		Keragaman minuman	2	
	Pilihan Merek	Popularitas Kedai Green Tea 86	3	
		Rekomendasi orang lain	4	
	Pilihan penyaluran	Lokasi	5	
		Kenyamanan Konsumen	6	
	Waktu Pembelian	Frekuensi pembelian	7	
		Waktu kedai buka	8	
	Jumlah Pembelian	Jumlah pembelian untuk keperluan sendiri		9
				10
			Mempromosikan produk	11
				12
	Metode Pembayaran	Pelayanan Transaksi	13	
		Kepuasan metode pembayaran	14	

Sumber: \*Kualitas Produk menurut Kotler dan Keller (2016:400)

\*\*Harga menurut Philip Kotler (2012:314)

\*\*\*Keputusan Pembelian menurut Tjiptono (2012:184)

### 3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

#### 3.4.1 Populasi

Sugiyono (2013:80) menjelaskan “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Pada penelitian ini populasinya adalah seluruh pengunjung Green Tea 86 Telukjambe Timur

### 3.4.2 Sampel

Ukuran sampel dihitung berdasarkan pendapat Suharyadi dan Purwanto (2011:7) untuk populasi yang tidak terbatas, dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

$Z_{\alpha/2}$  = angka baku (Z score) pada tingkat signifikansi  $\alpha$

$\varepsilon$  = Kesalahan sampling

Dengan menggunakan  $\alpha = 5\%$  dan  $\varepsilon = 10\%$ , maka diperoleh ukuran sampel sebagai berikut:

$$n = (0,25) (1,96/0,10)^2$$

$$n = (0,25) (19,6)^2$$

$$n = (0,25) (384,16)$$

$n = 96,04$ . Agar lebih aman maka pembulatan menjadi 97 orang responden.

### 3.4.3 Teknik Sampling

Untuk mendapatkan jumlah sampel yang lebih representatif, maka teknik sampling atau perhitungan beberapa jumlah sampel menggunakan teknik sampling accidental. Menurut Sugiyono (2012:85) Teknik Sampling Accidental adalah teknik kebetulan siapa saja yang secara kebetulan atau bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan yang ditemui cocok sebagai sumber data. Sampel pada penelitian ini adalah pengunjung Green Tea 86 yang berkunjung menjadi responden.”

## 3.5 Pengumpulan Data Penelitian

### 3.5.1 Teknik Pengumpulan Data

Didalam pengumpulan data, jenis-jenis data yang diperlukan adalah sebagai berikut:

#### 3.5.1.1 Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan secara langsung dari sumber oleh peneliti untuk menyatakan masalah risetnya secara khusus. Pada penelitian ini, pengumpulan dan pengolahan data lebih menggunakan kuesioner (angket).

Adapun metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer antara lain:

### 1. Kuesioner

Kuesioner bermakna menjadi sekumpulan instrumen personal yang diisi oleh responden penelitian dan menjadi bagian studi penelitian berlangsung. Kuesioner sebagai teknik pengumpulan data kerap di lakukan sebab di nilai relatif ekonomis, memiliki item serupa bagi seluruh subject dan mendapat jaminan kerahasiaan (Sugiyono, 2014:142).

Kuesioner digunakan untuk mengukur indikator pada variabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian pada konsumen di Kedai Green Tea 86

### 2. Observasi

Penelitian ini dilakukan dengan observasi pada konsumen kedai minuman Green Tea 86 berupa pengamatan langsung dan pengambilan data objek penelitian.

### 3. Wawancara

Dengan cara wawancara ini penulis akan berkomunikasi secara langsung atau melakukan tanya jawab dengan konsumen green tea 86 Telukjambe Timur

#### 3.5.1.2 Data Sekunder

Perolehan data secara tidak langsung berupa sudah jadi tanpa adanya publikasi ataupun berupa perolehan data dari pihak lain. Peneliti mengumpulkan data menggunakan metode *library research*, dimana peneliti membaca, mengamati, dan melaksanakan kajian berbagai buku *literature* dengan kaitannya terhadap permasalahan penelitian serta yang mampu dijadikan peelengkap/pendukung dari data primer.

#### 3.5.2 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang terdapat pada Lampiran 1. Dalam penyusunan kuesioner digunakan skala Likert, yaitu dengan opsi : “Sangat Setuju, Setuju, Cukup Setuju/Baik, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju. Kemudian masing-masing diberikan derajat yang merentang mulai dari 5 untuk Sangat Setuju, 4 untuk Setuju, 3 untuk Cukup Setuju, 2 untuk Tidak Setuju, dan 1 untuk Sangat Tidak Setuju”. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 3. 3**  
**Skala Likert**

Skor	Keterangan
5	Sangat Setuju

4	Setuju
3	Cukup Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Sumber: Sugiyono, 2014:93

### 3.5.2.1 Pengujian Keabsahan Data

#### 1. Uji Validitas

Pelaksanaan uji validitas oleh peneliti agar menampilkan tingkat nilai/skor yang diperoleh dari pengukuran sesuai/ hasil yang sesungguhnya (valid). Peneliti menggunakan bantuan aplikasi program SPSS 23. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau di atas 0,3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya di bawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

#### 2. Uji Reliabilitas

Pelaksanaan uji reliabilitas oleh peneliti bertujuan untuk mengetahui status dari kuesioner beserta penggunaan indikatornya telah handal (reliabel) sesuai dari variabel penelitian. Dalam pelaksanaan penelitian ini peneliti menggunakan uji reliabilitas dengan aplikasi program SPSS 23 dengan standar nilai Cronbach Alpha  $> 0.60$  (Sugiyono, 2017:130).

#### 3. Transformasi Data

Jika data yang di kumpulkan memiliki skala ukuran ordinal, maka data tersebut harus di ubah (transformatal) menjadi data interval. Mentransformasi data ordinal menjadi data interval gunanya untuk memenuhi sebagian dari syarat analisis prametrik yang mana data setidaknya berskala interval. Teknik transformasi penelitian ini menggunakan MSI (*Method of Successive Internal*). Menurut (Riduwan dan Kuncoro, 2013:30) Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut :

1. Menentukan frekuensi setiap pilihan jawaban pertanyaan berdasarkan hasil jawaban responden.
2. Menentukan proporsi setiap responden dengan membagi frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan dengan jumlah responden.
3. Menjumlahkan proporsi secara berurutan untuk setiap kategori sehingga diperoleh proporsi kumulatif.

4. Menentukan nilai Z untuk masing-masing proporsi kumulatif yang dianggap menyebar mengikuti sebaran normal baku.
5. Menghitung *scale value* (nilai interval rata-rata) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale value} = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area below lower limit}) - (\text{Area below lower limit})}$$

6. Mengubah *scale value* (SV) terkecil menjadi sama dengan satu (1) dan mentransformasikan masing-masing skala menurut perubahan skala terkecil sehingga diperoleh transformasi *scale value* (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Score (Nilai Interval)} = \text{Scale value} + |\text{min (Scale value)}| + 1$$

7. Kemudian lanjutkan dengan menyiapkan pasangan data dari variabel independen dan dependen dari semua sample penelitian untuk pengujian hipotesis.
8. Penentuan nilai transformasi menggunakan aplikasi rumus :

$$Y = NS + k$$

$$K = 1 + |NS \text{ min}|$$

#### 4. Uji Normalitas

Pelaksanaan uji normalitas oleh peneliti bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi dari data penelitian. Peneliti menggunakan bantuan aplikasi program SPSS 23.

Data dinyatakan berdistribusi normal apabila  $Z \geq 0,0$  atau dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Angka signifikansi ( $\text{sig}$ )  $> 0,05$  maka data tersebut normal.
2. Angka signifikansi ( $\text{sig}$ )  $< 0,05$  maka data tidak terdistribusi normal.

Jika sebuah variabel memiliki sebaran data yang tidak berdistribusi secara normal, maka perlu dilakukan penyisihan data yang menyebabkan terjadinya tidak normalan data.

#### 3.5.2.2 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif dipakai dalam menganalisis sebuah data dengan deskripsi atau menganalisis data yang dikumpulkan tanpa secara tidak sengaja menarik kesimpulan.

Pelaksanaan analisis data penelitian yang bersumber hasil survei, sertai hasil pengukuran yakni menggunakan instrumen skala likert.

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

Keterangan

n = Jumlah Sampel  
m = Jumlah Alternatif Jawaban (skor 5)

Maka rentang skala pada penelitian yakni:

$$RS = \frac{97(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{97(4)}{5}$$

$$RS = 78$$

Jumlah sampel sebanyak 97 orang. Instrumen menggunakan skala likert pada skala terendah 1 dan skala tinggi 5. Maka perhitungan skala untuk penilaian setiap kriteria adalah sebagai berikut:

Skala Terendah = Skor Terendah x Jumlah Sample (n)  
= 1 x 97 = 97

Skala Tertinggi = Skor Tertinggi x Jumlah Sample (n)  
= 5 x 97 = 485

Pada analisis rentang skala, jawaban responden diinterpretasikan sesuai dengan masing-masing variabel seperti yang tertera pada tabel 3.4 di bawah ini

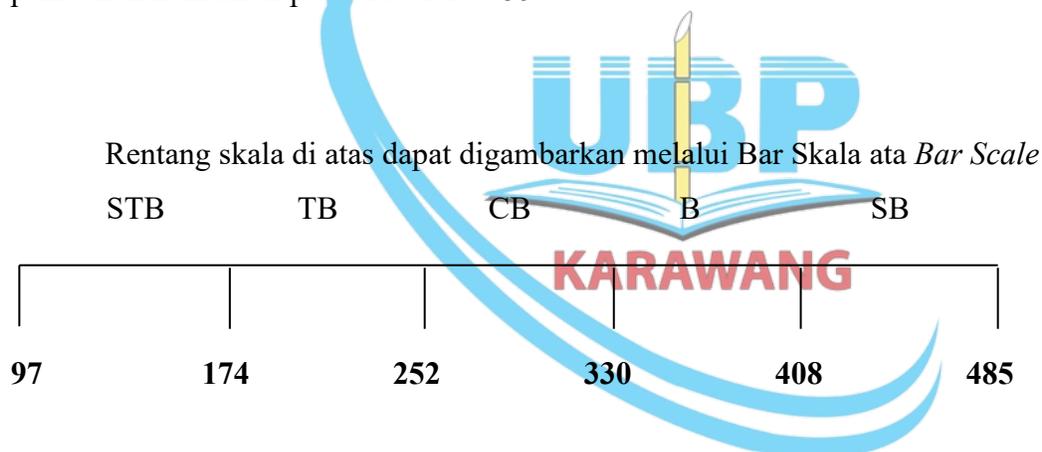
**Tabel 3. 4**  
**Analisis Rentang Skala**

Skala Skor	Jawaban Responden	Rentang Skala	Deskripsi Skor		
			Kualitas Produk	Harga	Keputusan Pembelian
1	Sangat Tidak Setuju	97 – 174	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Sesuai	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju	175 – 252	Tidak Baik	Tidak Sesuai	Tidak Setuju

Skala Skor	Jawaban Responden	Rentang Skala	Deskripsi Skor		
			Kualitas Produk	Harga	Keputusan Pembelian
3	Cujup Setuju	253 – 330	Cukup Baik	Cukup Sesuai	Cukup Setuju
4	Setuju	331 – 408	Baik	Sesuai	Setuju
5	Sangat Setuju	408 – 485	Sangat Baik	Sangat Sesuai	Sangat Setuju

Sumber : Sugiyono (2017:93)

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka dapat dinilai rentang skala yang selanjutnya dapat dipakai untuk memprediksi pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Green Tea 86.



**Gambar 3.2**

*Bar Scale*

Sumber : Sugiyono (2012:95)

### 3.5.2.3 Analisis Verifikatif

Dalam penelitian ini analisis verifikatif bermaksud untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh atau besarnya dampak kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Green Tea 86. Dengan metode ini dapat diketahui berapa besarnya dampak variabel independen mempengaruhi terhadap variabel dependen. Adapun analisis verifikatif tersebut adalah menggunakan *path analysis*.

## 1. Analisis Korelasi

Dalam penelitian ini menggunakan *correlatiaon prodect moment*. Yaitu “salah satu pendekatan untuk mengetahui keeratan antara variabel dengan variabel lainnya. Kegunaan untuk mengetahui derajat hubungan antara kualitas produk dengan harga”. Sumber: Sugiyono (2010:183)

**Tabel 3.5**  
**Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi (r)**

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

Sumber : Sugiyono (2012:184)

Koefisien korelasi diuji pada taraf signifikansi 5%, jika signifikan maka dilanjutkan dengan *Path Analysis*.

## 2. Path Analysis

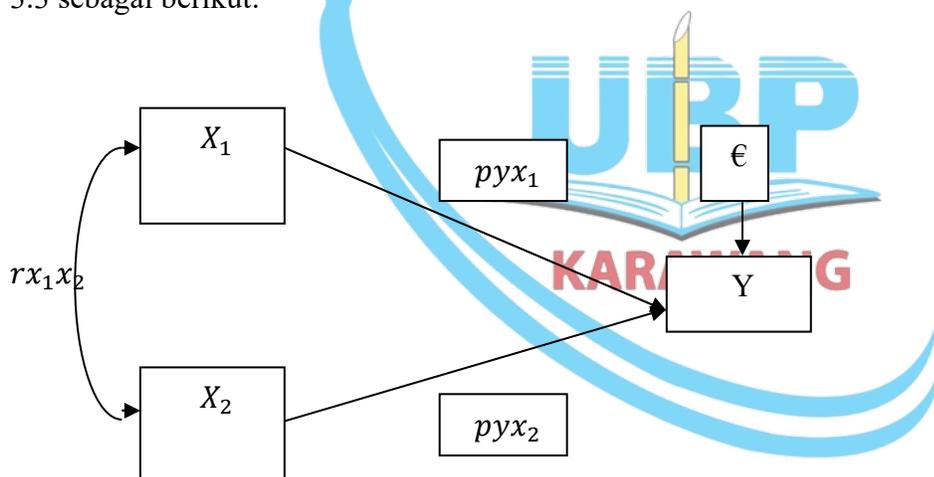
Untuk menganalisis hubungan antara variabel yang diteliti yaitu dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*). David Garson dari North Carolina State University mendefinisikan “analisis jalur sebagai model perluasan regresi yang digunakan untuk menguji keselarasan matriks korelasi dengan dua atau lebih model hubungan sebab akibat yang dibandingkan oleh peneliti. Modelnya digambarkan dalam bentuk gambar lingkaran dan panah dimana anak panah tunggal menunjukkan sebagai variabel tergantung (pemberi respon) sedang yang lain sebagai penyebab. Pembobotan regresi diprediksikan dalam suatu model yang dibandingkan dengan matriks korelasi yang diobservasi untuk semua variabel dan dilakukan juga perhitungan uji keselarasan statistik”. Ridwan dan Engkos Achmad Kuncoro (2012:116).

Analisis jalur digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial (individual) dan simultan (keseluruhan) dari variabel bebas (independent) atau disebut variabel eksogen terhadap variabel terikat (dependent) atau disebut variabel endogen. Melalui analisis jalur ini akan ditemukan jalur mana yang paling tepat dan singkat suatu variabel independent menuju variabel dependent yang

terakhir dan juga menganalisis pada hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen).

Sehubungan dengan penelitian ini yang terdiri atas 3 (tiga) variabel, yakni 2 (dua) variabel eksogenus yaitu kualitas produk dan harga dan 1 (satu) variabel endogenus yaitu variabel keputusan pembelian, maka disamping pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan epsilon, juga ada hubungan korelatif yakni hubungan antara kedua variabel eksogenus yang mempengaruhi variabel endogenus. Untuk besarnya pengaruh langsung dinyatakan oleh koefisien jalur (*path coefficient*) lambangnya "P" dan besarnya keeratan hubungan antar variabel dinyatakan oleh koefisien korelasi ( $r$ ).

Berdasarkan kajian teoritik dan uraian di atas yang melahirkan paradigma penelitian, maka untuk mempermudah pengujian statistika digambarkan diagram jalur (*path analysis*) pada gambar 3.3 sebagai berikut:



**Gambar 3.3**

**Analisis Jalur**

*Sumber : Sugiyono (2012)*

Persamaan analisis jalur, sebagai berikut:

$$Y = pyx_1X_1 + pyx_2X_2 + \epsilon$$

Dimana:

$X_1$  : Kualitas Produk

$X_2$	: Harga
$Y$	: Keputusan Pembelian
$rx_1x_2$	: Korelasi $X_1$ dan $X_2$
$pyx_1$	: koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung $X_1$ terhadap $Y$
$pyx_2$	: koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung $X_2$ terhadap $Y$
$pyx_1pyx_2$	: koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung $X_1$ dan $X_2$ terhadap $Y$
$py\epsilon_2$	: variabel lain yang tidak diukur, tetapi mempengaruhi

### 3.2.2.4 Uji Hipotesis

#### 1. Pengujian Korelasi

Hipotesis Statistik

$H_a$  :  $rx_1x_2 \neq 0$  (terdapat korelasi)

$H_o$  :  $rx_1x_2 = 0$  (tidak ada korelasi)

#### 2. Pengujian Secara Parsial (Individu)

Hipotesis Statistik:

$H_a$  :  $pyx_1 \neq 0$  (ada pengaruh)

$H_o$  :  $pyx_1 = 0$  (tidak ada pengaruh)

Hipotesis bentuk kalimat:

$H_a$  : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

$H_o$  : Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Hipotesis Statistik:

$H_a$  :  $pyx_2 \neq 0$  (ada pengaruh)

$H_o$  :  $pyx_2 = 0$  (tidak ada pengaruh)

Hipotesis bentuk kalimat:

$H_a$  : "Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian".

$H_o$  : "Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian".



Dimana tingkat resiko kesalahan  $\alpha = 5\%$  (0,05) yang diuji melalui t-statistik. Selanjutnya hasil nilai koefisien t-statistik yang diperoleh atau juga disebut sebagai t hitung diuji dengan t tabel dimana kriteria ujinya adalah:

1. “Ho ditolak jika  $\text{sig} < \alpha$  atau  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% maka pengujian signifikan atau ada pengaruh nyata dari masing-masing  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap variabel terikat Y”.
2. “Ho diterima jika  $\text{sig} \geq \alpha$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% maka pengujian tidak signifikan atau tidak ada pengaruh nyata dari masing-masing  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap variabel terikat Y”.

Hipotesis Statistik:

Ha :  $\beta_1 \neq 0$  (ada pengaruh)

Ho :  $\beta_1 = 0$  (tidak ada pengaruh)

Hipotesis bentuk kalimat:

Ha : “Kualitas Produk dan harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian”.

Ho : “Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian”.

Dimana tingkat resiko kesalahan  $\alpha = 5\%$  (0,05) yang diuji melalui F-statistik. Selanjutnya hasil nilai koefisien F-statistik yang diperoleh atau juga disebut sebagai F hitung diuji dengan F tabel dimana kriteria ujinya adalah:

1. “Ho ditolak jika  $\text{sig} < \alpha$  atau  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% maka pengujian signifikan atau ada pengaruh nyata dari masing-masing  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap variabel terikat Y”.
2. “Ho diterima jika  $\text{sig} > \alpha$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% maka pengujian tidak signifikan atau tidak ada pengaruh nyata dari masing-masing  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap variabel terikat Y”.