

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

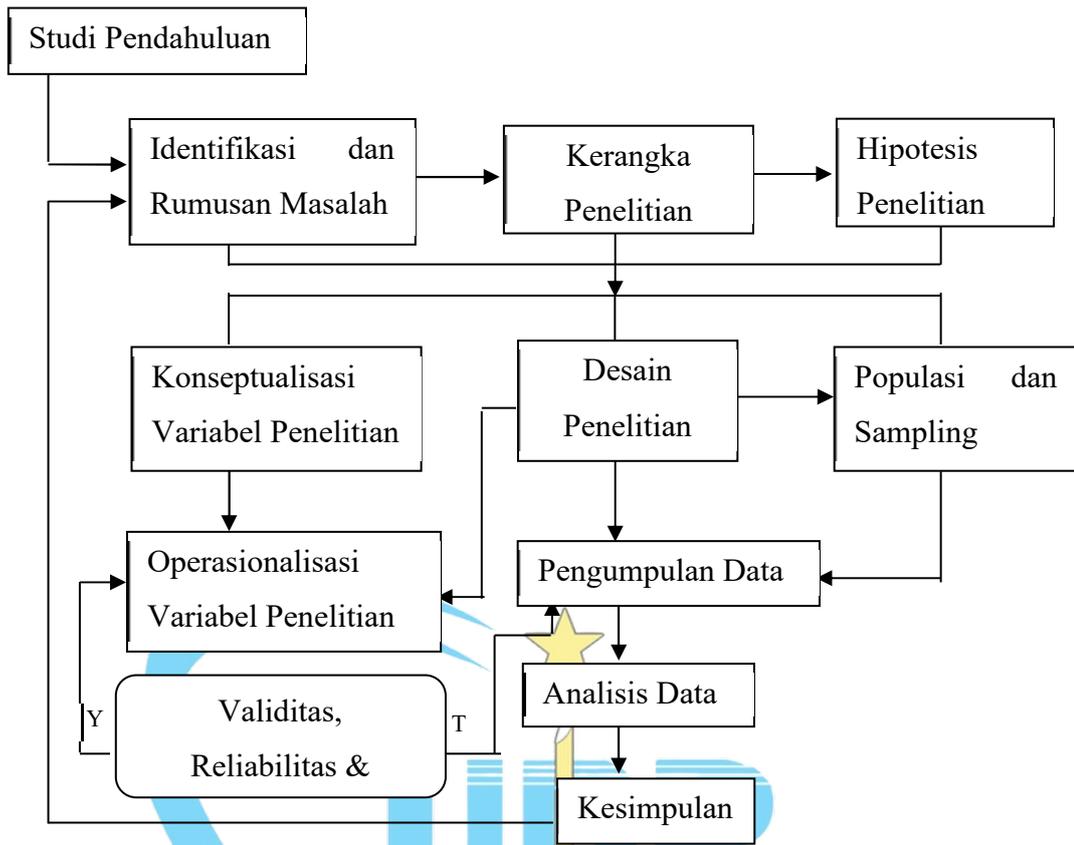
1.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah semua tahapan/alur proses yang dibutuhkan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Desain dalam perencanaan penelitian ini mempunyai tujuan untuk melaksanakan penelitian, sehingga didapatkan suatu logika dalam pengujian hipotesis sekaligus dalam membuat kesimpulan (Nugraha, 2017).

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian deskriptif adalah metode yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain (Sugiyono, 2017). Kemudian penelitian verifikatif menurut (Sugiyono, 2018) adalah suatu penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di citpatakn.

Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk menyelidiki populasi atau periode waktu tertentu dalam filosofi positivis, dan teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak dan merupakan statistik untuk mengumpulkan data atau menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016)

Berikut adalah desain dalam penelitian yang dilakukan yang akan menggambarkan alur atau tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini:



Gambar 3.1

Desain Penelitian

Sumber: (Pedoman Penulisan Tugas Akhir, 2022)

Berdasarkan pada gambar 3.1 di atas menunjukkan tahapan-tahapan dalam penelitian sebagai berikut:

- 1) Tahapan pertama yang dilakukan adalah studi pendahuluan pada objek penelitian, yaitu mahasiswa program studi manajemen yang pernah menggunakan atau pernah melakukan pembelian produk lipstik maybelline di Universitas Buana Perjuangan Karawang untuk meminta data dan melakukan observasi awal yang kemudian mendapatkan informasi serta permasalahan yang di jadikan latar belakang penelitian.
- 2) Setelah mengemukakan latar belakang penelitian dilakukan identifikasi masalah, dimana identifikasi masalah tersebut sebagai dasar dalam

membuat suatu kerangka pemikiran penelitian yang selanjutnya menentukan hipotesis penelitian.

- 3) Setelah tahapan latar belakang dan identifikasi selesai dikerjakan, di buatlah suatu desain penelitian sebagai kerangka untuk melakukan langkah-langkah penelitian sebelumnya.
- 4) Kemudian perlu melakukan konseptualisasi atas variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini dengan menggunakan beberapa literatur dan studi pustaka yang sesuai, untuk kemudian variabel-variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dapat didefinisikan secara operasional.
- 5) Setelah desain penelitian dibuat, perlu ditentukan populasi dan kemudian menentukan sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini untuk memenuhi jawaban kuesioner yang akan disebar pada responden.
- 6) Dari jumlah sampel yang diketahui dapat diperoleh data-data dari para responden untuk kemudian dikumpulkan dan dianalisis melalui Analisis Jalur atau *Path Analysis*.
- 7) Tetapi sebelum dilakukan analisis terhadap data yang telah terkumpul dari para responden dilakukan uji validitas terlebih dahulu, bila valid maka data tersebut dapat dianalisis, sedangkan jika tidak valid bisa dipertimbangkan apakah akan tetap diikuti dalam analisis atau kembali merujuk pada definisi variabel penelitian secara operasional.
- 8) Tahapan terakhir, setelah dilakukan analisis data maka peneliti dapat menarik kesimpulan atas hasil analisis tersebut dan meginterpretasikan.

1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan objek penelitian, dimana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi penelitian ini dimaksudkan untuk mempermudah atau memperjelas lokasi yang menjadi sasaran dalam penelitian. Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di Universitas Buana Perjuangan Karawang yang beralamat di Jl. HS Ronggo Waluyo, Teluk Jambe Timur, Karawang 41361. Adapun penelitian ini di

tujukan kepada Mahasiswi Program Studi Manajemen sebagai responden yang pernah menggunakan Lipstik Maybelline.

1.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan selama bulan mei 2022 sampai dengan september 2022 dengan jadwal kegiatan sebagai berikut.

Tabel 3. 1
Waktu Penelitian

No	Uraian Kegiatan	Tahun 2022																											
		Juni				Juli				Agustus				September				Oktober				November							
		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	Pengumpulan Data																												
5	Analisis Data																												
6	Penulisan Skripsi																												
7	Perbaikan Skripsi																												
8	Sidang Skripsi																												

Sumber: Penulis, 2022

1.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penentu suatu konstruk (hal-hal yang sulit diukur) sehingga menjadi variabel-variabel yang dapat diukur. Penelitian ini memiliki dua jenis variabel yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas pada penelitian ini yaitu kualitas produk dan harga sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian. Definisi operasional dari variabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian yang diuraikan menjadi skor jawaban dengan pernyataan pada kuesioner yang terdiri dari

5 = Sangat Setuju (SS), 4 = Setuju (S), 3 = Cukup Setuju (CS), 2 = Tidak Setuju (TS), dan 1 = Sangat Tidak Setuju (STS).

1.3.1 Definisi Operasional Kualitas Produk

Kualitas produk adalah suatu kemampuan produsen yang memberikan hasil atau kinerja yang diinginkan bahkan melebihi apa yang telah di bayangkan dan di persepsikan oleh pelanggan Kotler dan Keller (2016:143). Kualitas produk merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu produk atau jasa memiliki kualitas seperti yang diinginkan konsumen. Menurut Tjiptono (2015:315) Terdapat 8 subvariabel kualitas produk yang terdiri dari kinerja (*performance*), fitur (*features*), reabiliti (*reability*), konformasi (*conformance*), daya tahan (*durability*), kemampuan melayani (*serviceability*), estetika (*esthetics*), dan persepsi terhadap kualitas produk (*perceived quality*), yang diuraikan menjadi skor jawaban responden dengan pernyataan pada kuesioner yang terdiri dari 5 = Sangat Setuju (SS), 4 = Setuju (S), 3 = Cukup Setuju (CS), 2 = Tidak Setuju (TS), dan 1 = Sangat Tidak Setuju (STS).

1.3.2 Definisi Operasional Harga

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya Indrasari (2019:36). Terdapat 2 subvariabel dalam harga menurut Schiffman dan Kanuk dalam Iskandar (2017:28) yang terdiri dari harga yang dipersepsikan (*perceived price*) dan harga yang direferensikan (*reference price*) yang diuraikan menjadi skor jawaban responden dengan pernyataan pada kuesioner yang terdiri dari 5 = Sangat Setuju (SS), 4 = Setuju (S), 3 = Cukup Setuju (CS), 2 = Tidak Setuju (TS), dan 1 = Sangat Tidak Setuju (STS).

1.3.3 Definisi Operasional Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu perilaku yang di bentuk oleh konsumen dalam pencarian informasi tentang suatu produk dan mengevaluasi produk tersebut sehingga mengarah kepada keputusan pembelian. Terdapat 6 subvariabel keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2016:183) yang terdiri dari *Product choice* (pilihan produk), *brand choice* (pilihan merek), *dealer choice* (pilihan tempat

penyalur), *purchase amount* (jumlah pembelian atau kuantitas), *purchase timing* (waktu pembelian), dan *payment method* (metode pembayaran) yang diuraikan menjadi skor jawaban responden dengan pernyataan pada kuesioner yang terdiri dari 5 = Sangat Setuju (SS), 4 = Setuju (S), 3 = Cukup Setuju (CS), 2 = Tidak Setuju (TS), dan 1 = Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 3. 2
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	No Pernyataan
Kualitas Produk (X1)	Kinerja (<i>Performance</i>)	Produk berfungsi	Ordinal	1
		Kemudahan mendapatkan produk		2
	Fitur (<i>Features</i>)	Kelengkapan produk		3
		Kemasan produk		4
		Keragaman varian produk		5
		Ciri khas produk		6
	Reabiliti (<i>Reability</i>)	Produk di percaya karena kualitasnya		7
	Konformasi (<i>Conformance</i>)	Memenuhi standar		8
		Kesesuaian tampilan Produk		9
	Daya tahan (<i>Durability</i>)	Ketahanan produk		10
	Kemampuan Melayani (<i>Serviceability</i>)	Mudah saat di Bersihkan		11
	Estetika (<i>Aestetics</i>)	Daya tarik produk		12
		Produk menarik		13
	Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	Reputasi produk		14
		Citra produk		15

Sumber: Tjiptono (2015:315)

Tabel 3. 2 (Lanjutan)
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	No Pernyataan
Harga (X2)	Harga yang Dipersepsikan <i>(Perceived Price)</i>	Keterjangkauan harga	Ordinal	1
		Ketetapan harga		2
		Sesuai daya beli masyarakat		3
		kesesuaian harga dengan Kualitas		4
		Kesesuaian harga dengan manfaat produk		5
		Kesesuaian harga dengan nilai produk		6
		Kesesuaian harga dengan kinerja produk		7
	Harga yang Direferensikan <i>(Reference Price)</i>	Variasi harga		8
		Perbandingan harga		9
		Kesesuaian harga dengan kemasan produk		10
		Kesesuaian harga dengan keindahan tampilan produk		11
		Persamaan harga dengan produk sejenis		12
		Tingkatan harga		13
		Persaingan harga		14
		Potongan harga		15

Sumber: Schiffman dan Kanuk dalam Iskandar (2017:28)

Tabel 3.2 (Lanjutan)
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	No Pernyataan
Keputusan Pembelian (Y)	<i>Product choice</i> (Pilihan Produk)	Varian produk	Ordinal	1
		Kebutuhan suatu produk		2
		Kualitas Produk		3
	<i>Brand choice</i> (Pilihan Merek)	Popularitas merek		4
		kepercayaan merek		5
		Di rekomendasikan Kepada orang lain		6
	<i>Dealer choice</i> (Pilihan Tempat Penyalur)	Kemudahan memperoleh Produk		7
		Harga produk		8
		Ketersediaan produk		9
	<i>Purchase amount</i> (Jumlah kuantitas)	Kebutuhan akan produk		10
		pembelian untuk persediaan/stok		11
		Pembelian ulang produk		12
	<i>Purchase timing</i> (Waktu pembelian)	Saat discount		13
		Saat membutuhkan produk		14
	<i>Payment method</i> (Metode pembayaran)	Kemudahan saat Transaksi		15

Sumber: Kotler & Keller (2016:183)

1.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1.4.1 Populasi Penelitian

Populasi menurut Sugiyono (2019:126) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini pertanggal 20 Juli 2022 populasinya adalah 133 Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018-2021 yang pernah menggunakan Lipstik Maybelline.

1.4.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:127) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Untuk penentuan sampel penelitian, peneliti mengambil sampel kepada Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018-2021 yang pernah menggunakan Lipstik Maybelline.

Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlah harus representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya tidak memerlukan tabel jumlah sampel, tetapi dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Berikut adalah Rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel penelitian.

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

Keterangan:

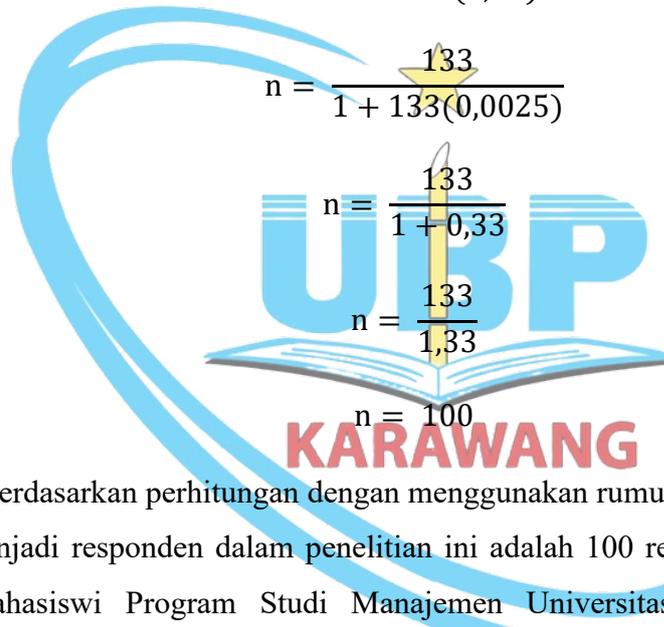
n : Ukuran sampel/jumlah responden

N : Ukuran populasi

e : Presentase kelonggaran ketelitian keseluruhan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir.

Penentuan sampel yang akan di pilih yaitu menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5% karena setiap penelitian tidak mungkin hasilnya sempurna 100%. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 133 Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018-2021 yang pernah menggunakan Lipstik Maybelline.

Berikut adalah perhitungan dengan rumus slovin.

$$n = \frac{133}{1 + 133(0,05)^2}$$
$$n = \frac{133}{1 + 133(0,0025)}$$
$$n = \frac{133}{1 + 0,33}$$
$$n = \frac{133}{1,33}$$
$$n = 100$$


Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus slovin diatas sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah 100 responden dari seluruh total Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018-2021 yang pernah menggunakan Lipstik Maybelline.

1.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Probability Sampling* dengan metode *Stratified Random Sampling*. Menurut Sugiyono (2016:58) Menyatakan bahwa *Stratified Random Sampling* digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Jadi sampel yang digunakan adalah Mahasiswi Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2018-2021 yang pernah menggunakan Lipstik Maybelline.

Tabel 3.3
Sistematik Sampling

No	Status Mahasiswa	N	Perhitungan	N
1	Bekerja	63	$= \frac{63}{133} \times 100$	47
2	Tidak Bekerja	70	$= \frac{70}{133} \times 100$	53
Jumlah		133		100

Sumber: Hasil Olah Penulis, 2022

1.5 Pengumpulan Data Penelitian

1.5.1 Sumber data Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:194) menyatakan bahwa jika dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan *sumber primer*, dan *sumber sekunder*. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan sumber sekunder yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

1.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi serta fakta pendukung untuk keperluan penelitian. Untuk itu, proses pengumpulan data dalam penelitian ini melalui beberapa tahapan yaitu sebagai berikut:

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:225) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner digunakan untuk mengetahui pendapat responden. Dalam hal ini responden hanya menjawab

pertanyaan-pertanyaan dengan cara memberi tanda tertentu pada alternatif jawaban yang disediakan.

2. Studi Kepustakaan (Library Research)

Studi kepustakaan ini dalam proses pengambilan datanya yaitu dengan mencari, mempelajari, dan mengumpulkan teori serta bahan-bahan yang mendukung bagi penulis dengan mempelajari informasi dari beberapa literatur yang berkaitan dengan topik penelitian. Seperti teori-teori mengenai variabel yang diteliti beserta indikator-indikatornya.

3. Riset Internet

Riset internet yaitu teknik pengumpulan data yang sumber informasinya didapatkan dari situs-situs atau website untuk mengumpulkan bahan-bahan informasi yang berhubungan dengan variabel yang diteliti.

1.5.3 Instrumen Penelitian

1.5.3.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:125) menunjukkan bahwa derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner).

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

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien Korelasi

n = Banyaknya sampel

$\sum XY$ = Jumlah perkalian variabel x dan y

$\sum X$ = Jumlah nilai variabel x

$\sum Y$ = Jumlah nilai variabel y

$\sum X^2$ = Jumlah pangkat dari nilai variabel x

$\sum Y^2$ = Jumlah pangkat dari nilai variabel y

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 26 *for windows* dengan kriteria berikut:

- 1) Jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.
- 3) Nilai r hitung dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*.

1.5.3.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan pernyataan yang telah valid dalam uji validitas dan akan ditentukan reliabilitasnya. Menggunakan program SPSS 26 *for windows*, variabel dinyatakan reliabel dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika r -alpha positif dan lebih besar dari r -tabel maka pernyataan tersebut reliable.
- 2) Jika r -alpha negatif dan lebih kecil dari r -tabel maka pernyataan tersebut tidak reliable.
 - a. Jika nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,6 maka reliable
 - b. Jika nilai Cronbach's Alpha $<$ 0,6 maka tidak reliable

1.5.3.3 Transformasi Data

Transformasi data yaitu merubah bentuk data dari asli ke bentuk lain tanpa merubah data aslinya. Pada pendekatan analisis regresi berganda menggunakan tipe data ordinal. Tipe data tersebut merubah yang sebelumnya berasal dari suatu konsep yang diubah bentuknya sehingga dapat diukur. Analisis regresi berganda membutuhkan perhitungan yang sistematis didalamnya. Oleh karena itu skala yang dibutuhkan harus berskala interval jika data yang dianalisis berskala ordinal maka perlu ditransformasi terlebih dahulu menjadi skala interval agar dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan MSI (*Method Of Successive Interval*).

Langkah-langkah kerja dengan menggunakan MSI (*Method Of Successive Interval*) sebagai berikut:

- a) Perhatikan tiap butir pertanyaan dalam kuesioner.

- b) Untuk butir tersebut, tentukan berapa banyak orang yang menjawab skor 1,2,3,4,5 di sebut dengan frekuensi.
- c) Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut dengan proporsi.
- d) Tentukan proporsi kumulatif.
- e) Dengan menggunakan tabel distribusi normal baku. Hitung nilai Ztabel untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh.
- f) Tentukan nilai densitas untuk setiap nilai Z yang diperoleh.
- g) Tentukan nilai skala menggunakan rumus:

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

- h) Tentukan nilai transformasi (Y) dengan menggunakan rumus:

$$Y = NS + k$$

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

1.5.4 Analisis Verifikatif

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini memiliki residual yang berdistribusi normal atau tidak. Indikator model regresi yang baik adalah memiliki data terdistribusi normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji normalitas *Kolmogorov-smirnov* dengan bantuan SPSS versi 26 for windows. Distribusi data dapat dikatakan normal apabila nilai signifikansi > 0,05. Ghozali (2018:161). Model regresi yang baik adalah data berdistribusi normal, yaitu karena mendeteksi dan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik.

Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- 1) Jika Signifikansi Probabilitas > 0,05 maka data berdistribusi normal
- 2) Jika Signifikansi Probabilitas < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

2. Analisis Korelasi

Korelasi merupakan salah satu teknik analisis dalam statistik yang digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel yang bersifat kuantitatif. Hubungan dua variabel terjadi karena adanya hubungan sebab akibat atau dapat

terjadi karena kebetulan. Dua variabel berkorelasi apabila perubahan pada variabel yang satu akan di ikuti perubahan pada variabel yang lain secara teratur dengan arah yang sama (korelasi positif) atau berlawanan (korelasi negatif). Menurut (Sugiyono, 2016) penentuan koefisien korelasi dengan menggunakan metode analisis korelasi *Pearson Product Moment* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi *Pearson*

n = Banyak pasangan nilai X dan Y

$\sum XY$ = Jumlah dari hasil kali X dan nilai Y

$\sum X$ = Jumlah nilai X

$\sum Y$ = Jumlah nilai Y

$\sum X^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum Y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y

Untuk mengetahui besar atau kecilnya sebuah penafsiran, maka dapat berpedoman pada tabel di bawah ini:

KARAWANG

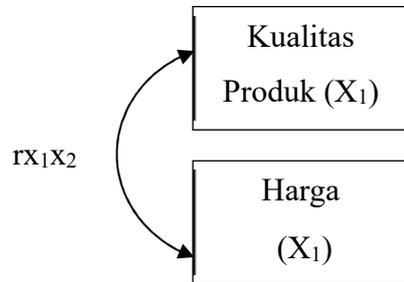
Tabel 3. 4

Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

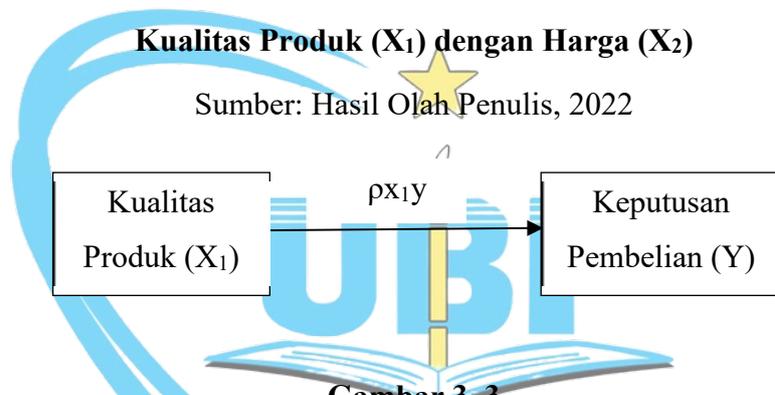
Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Cukup Kuat
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2017:184)

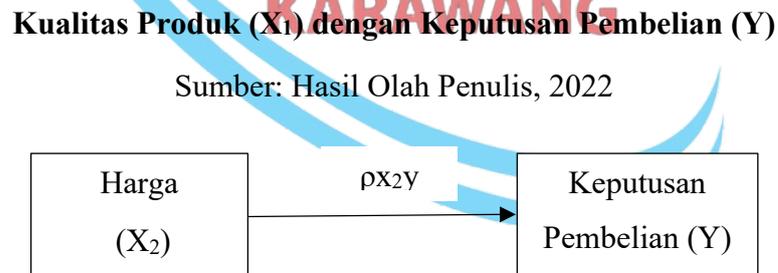
Adapun rancangan analisis untuk penelitian ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 3. 2



Gambar 3. 3



Gambar 3. 4

Harga (X₂) dengan Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Hasil Olah Penulis, 2022

3. Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur digunakan untuk menganalisa pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas terhadap variabel terikat.

Model path analysis yang diterapkan adalah pola hubungan sebab akibat. Adapun langkah-langkah menguji analisis jalur adalah sebagai berikut:

- 1) Merumuskan hipotesis
- 2) Merumuskan persamaan structural

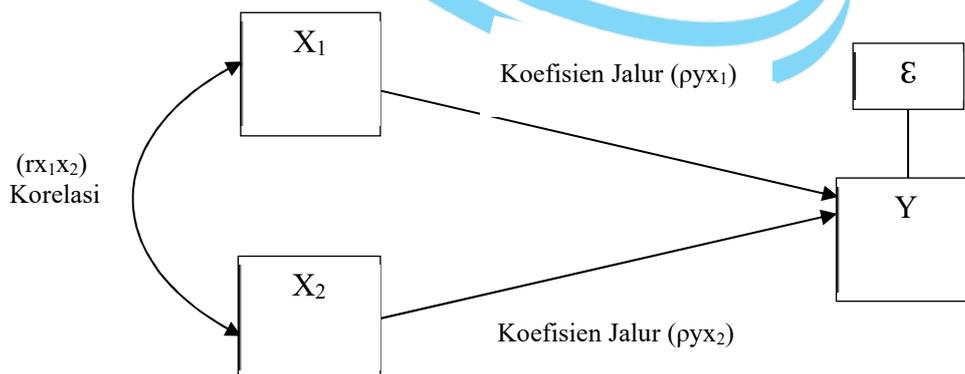
$$Y = \rho_{YX_1}X_1 + \rho_{YX_2}X_2 + \varepsilon$$

- 3) Menghitung koefisien jalur yang didasarkan pada koefisien korelasi.
- 4) Menggabungkan diagram jalur lengkap, menentukan sub-sub strukturnya dan merumuskan persamaan strukturalnya yang sesuai dengan hipotesis yang diajukan.
- 5) Menghitung koefisien korelasi untuk struktur yang telah dirumuskan dengan menggunakan persamaan korelasi ganda.
- 6) Menghitung koefisien jalur secara simultan (keseluruhan), melalui pengujian secara keseluruhan hipotesis statistika yang dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0: \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} = 0$$

$$H_1: \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} \neq 0$$

Kemudian rancangan analisis untuk penelitian ini dapat di lihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 3. 5 Analisis Jalur

Sumber: (Hasil Olah Penulis, 2022)

Keterangan:

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Harga

Y = Keputusan Pembelian

ε = Variabel Lain yang tidak di ukur,tetapi mempengaruhi Y

py₁ = Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung x₁ terhadap y

py₂ = Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung x₂ terhadap y

rx₁x₂ = Korelasi x₁ dan x₂

1.6 Analisis Data

Analisis data adalah metode yang digunakan untuk mengolah data menjadi informasi yang mudah dipahami dan bermanfaat sebagai solusi permasalahan. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS 26, berikut merupakan rancangan analisis data yang dilakukan.

1.6.1 Rancangan Analisis

1.6.1.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019:206) menyatakan bahwa analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan hasil survei yang mengacu pada hasil pengukuran yaitu menggunakan instrumen dan skala likert, meliputi analisis rentang skala dengan formulasi sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

m = Jumlah Alternatif Jawaban

RS = Rentang Skala

Untuk mengetahui nilai Rentang Skala (RS) maka menggunakan rumus:

Skala Terendah = Nilai Terendah X Jumlah Sampel

Skala Tertinggi = Nilai Tertinggi X Jumlah Sampel

Responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 104 orang. Skala penilaian menggunakan skala ordinal (Likert) dengan ketentuan nilai 5 adalah nilai tertinggi dan nilai 1 adalah nilai terendah.

Skala Terendah = 1 X 100

= 100

Skala Tertinggi = 5 X 100

= 500

Maka nilai Rentang Skalanya adalah $RS = \frac{100(5-1)}{5} = 80$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, dapat di buat tabel pengklasifikasian presentase skor jawaban responden sebagai berikut:

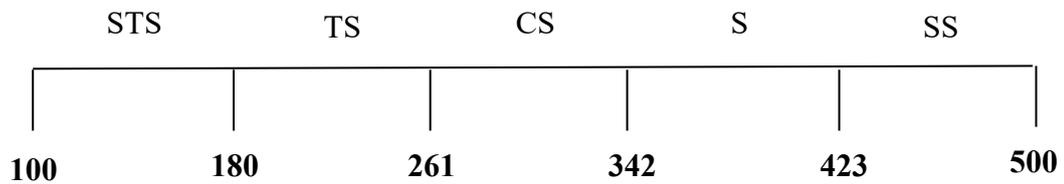
Tabel 3. 5

Analisis Rentang Skala

No	Rentang Skala	Deskripsi Skor		
		Kualitas Produk	Harga	Keputusan Pembelian
1	100 – 180	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
2	181 – 261	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju
3	262 – 342	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju
4	343 – 423	Setuju	Setuju	Setuju
5	424 – 500	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju

Sumber: Data diolah Penulis (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka rentang skala yang selanjutnya dapat dipakai untuk memprediksi kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik maybelline. Rentang skala di atas dapat di gambarkan dengan bar scale sebagai berikut:



Gambar 3. 6

Bar Scale

Sumber: Data diolah (2022)

Pada dasarnya skala likert memiliki ciri khas dimana semakin bobot skor yang di peroleh dari responden maka indikasi yang didapat dari responden tersebut sifatnya akan semakin positif terhadap objek yang diteliti. Alternatif jawaban berkisar antara 1 sampai 5, hal ini bertujuan untuk mengarahkan responden menjawab pertanyaan atau pernyataan yang benar-benar menggambarkan kondisi responden tersebut.

1.6.2 Uji Hipotesis

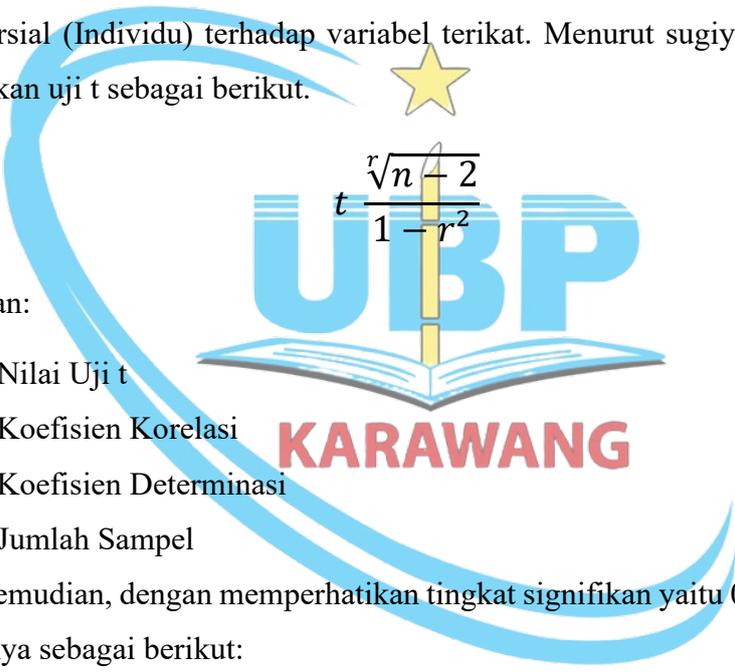
Menurut Sugiyono (2012:93) mengatakan bahwa Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Pengujian pada penelitian ini terkait ada atau tidaknya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Rancangan hipotesis melalui penetapan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) dengan tahapan uji statistik dan perhitungan nilai uji, lalu perhitungan hipotesis, penetapan tingkat signifikan dan terakhir adalah penarikan kesimpulan.

1.6.2.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah suatu nilai yang menunjukkan besarnya perubahan yang terjadi diakibatkan oleh variabel lainnya. Koefisien determinasi dinyatakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model independent dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 adalah 0 dan 1 (Ghozali, 2011:98). Nilai terkecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas, jika nilai R^2 semakin mendekati satu maka hubungan kedua variabel sangat kuat.

1.6.2.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk dapat mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara parsial (Individu) terhadap variabel terikat. Menurut sugiyono (2016:194) merumuskan uji t sebagai berikut.


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

Keterangan:

- t = Nilai Uji t
- r = Koefisien Korelasi
- r^2 = Koefisien Determinasi
- n = Jumlah Sampel

Kemudian, dengan memperhatikan tingkat signifikan yaitu 0,05 maka dasar pegujiannya sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y (Hipotesis diterima).
- b. Jika nilai signifikansi > probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y (Hipotesis ditolak).

1.6.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat. Uji F dalam penelitian ini digunakan

untuk menguji signifikansi. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Adapun untuk perhitungan nilai F dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

Keterangan:

F_h = Uji F

k = Jumlah variabel independent

R^2 = Koefisien Korelasi ganda yang telah ditemukan

n = Jumlah sampel

Dengan memperhatikan nilai signifikansi 0,05 maka kriteria nya yaitu:

- a. H_0 diterima, jika nilai signifikansi (sig) < 0,05.
- b. H_0 ditolak, jika nilai signifikansi (sig) > 0,05.

