BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian berlangsung antara Mei 2021 hingga Mei 2022 , dan lokasi yang dimaksud adalah Rumah Ayam Geprek K39 Cabang Cikampek.

1.2 Latar Belakang Tempat penelitian

Ayam Geprek K39 Memiliki 9 Cabang yang tesebar diantaranya Ayam Geprek K39 Cabang Jababeka, Ayam Geprek K39 Cabang Cibitung, Ayam Geprek K39 Cabang Kws MM2100, Ayam Geprek K39 Cabang Cikarang Baru, Ayam Geprek K39 Cabang Ayam Geprek K39 Cabang Sukatani,, Ayam Geprek K39 Cabang Pilar 1, Ayam Geprek K39 Cabang Kirana Cibitung, Ayam Geprek K39 Cabang Setu, dan Ayam Geprek K39 Cabang Cikampek, dengan kantor pusat yang teretak di Wanasari, Kec. Cibitung, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat.

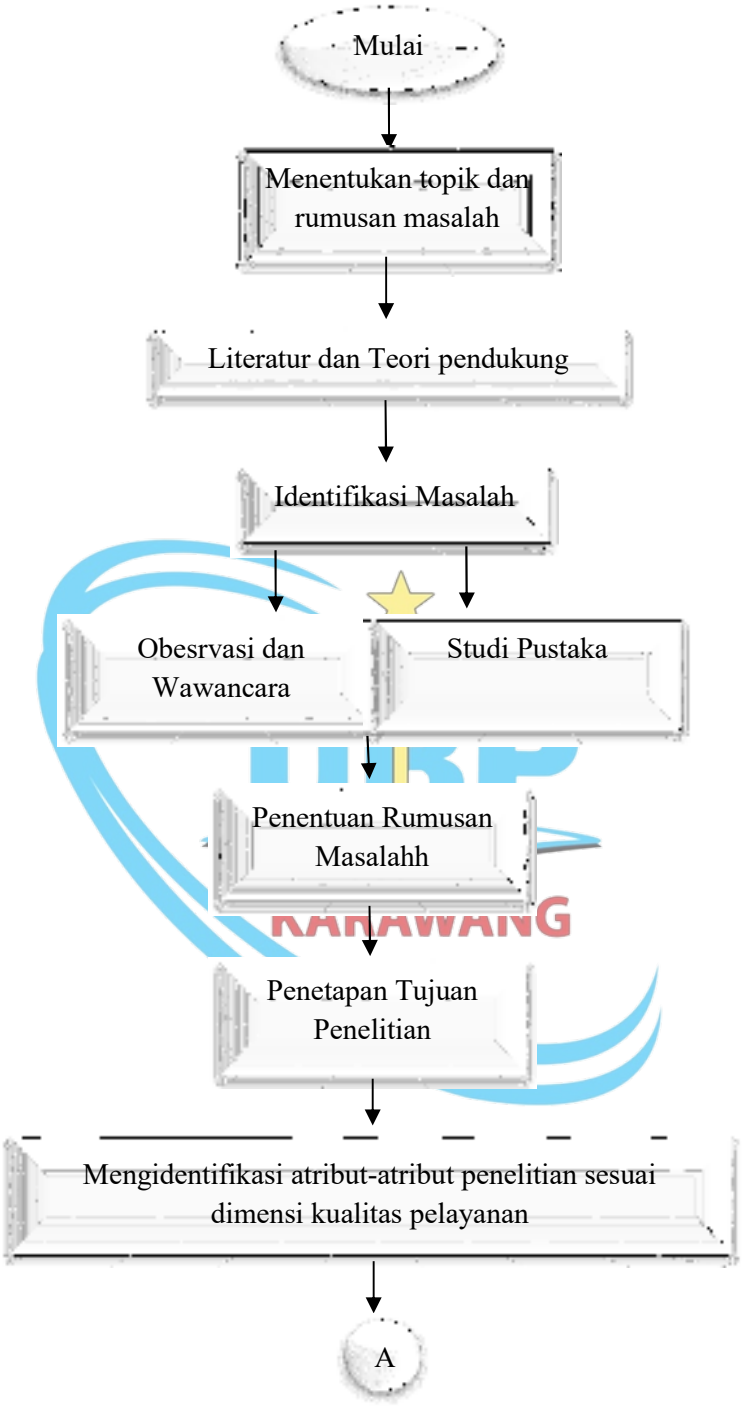
Ayam Geprek K39 Cabang Cikampek berdiri pada bulan agustus tahun 2019. Dengan memiliki jumlah 1 kepala outlet, 1 Kasir, dan 4 crew

Nama : Ayam Geprek K39 Cabang Cikampek

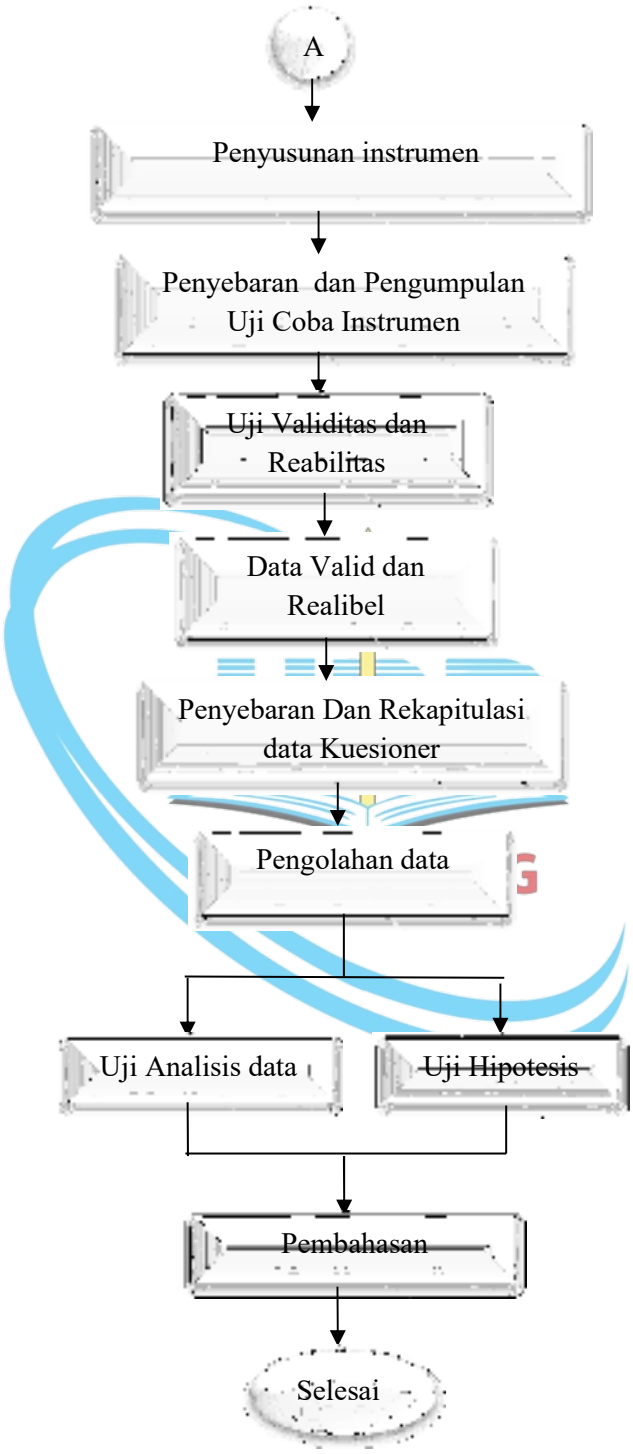
Alamat : Jl. Ir. Haji Juanda No.95, RT.3/RW.1, Sarimulya, Kec. Kota Baru, Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41374

Gambar 3.1 Logo Ayam Geprek K39

3.3 Prosedur Penelitian



Gambar 3.2 Prosedur Penelitian



Gambar 3.3 Gambar Lanjutan Prosedur Penelitian

3.4 Variabel Penelitian dan Operasioanl

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel merupakan atribut dari yang dapat diukur atau pengamatan yang yang dapat diteliti (Creswell, 2012). Variabel-variabel tersebut dibagi menjadi dua kategori yaitu dependen dan independen, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Dependent Variabel*

   Sering disebut sebagai variabel output, variabel kriteria, dan konsekuensi .'s. Variabel terikat ini biasa disebut dalam bahasa Indonesia. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. "Variabel endogen" adalah istilah yang digunakan dalam pemodelan persamaan struktural untuk merujuk pada variabel dependen (Sugiyono, 2012; 57). Keputusan Pembelian merupakan variabel terikat penelitian (Y).

2. Independent Variabel

   Variabel stimulus, prediktor, anteseden, atau variabel bebas dalam bahasa Indonesia biasa disebut dengan variabel ini. Ini adalah variabel independen yang mempengaruhi atau menyebabkan variabel dependen berubah atau muncul. “Variabel bebas dalam SEM (Structural Equation Modeling) disebut sebagai variabel eksogen” (Sugiyono, 2012; 57)

   Variabel independen penelitian ini adalah:

   a. Kualitas produk (X1)
   b. Harga (X2)
   c. Kepuasan (X3)

3.4.2 Definisi Operasional dan Operasionalisasi Variabel

Mendefinisikan apa arti variabel dengan menentukan tindakan atau kegiatan apa yang diperlukan untuk mengukurnya dikenal sebagai definisi operasional. Operasionalisasi variabel merupakan indikator persiapan penelitian. Dua variabel independen dan satu variabel dependen masing-masing diperiksa dalam penelitian ini. (x1) Produk, (x2) Harga, dan (x3) Kepuasan Pelanggan adalah tiga variabel independen yang harus dipertimbangkan. Itu berarti bahwa satu-satunya variabel

dependen penelitian ini adalah (y) keputusan pembelian Anda. Tabel ini menunjukkan variabel operasional yang digunakan dalam penelitian dan pemahaman operasional variabel tersebut, yang meliputi:

A. Variabel terikat (dependent variable)

Ini didefinisikan sebagai apa yang harus dibeli, apakah akan membeli atau tidak, kapan harus membeli, dan di mana serta bagaimana membayarnya dalam penelitian ini. (Kotler Keller, 2018).

Tabel 3.1 Tabel Indikator Keputusan Pembelian (Y)

VARIABEL	INDIKATOR	INSTRUMEN PERTANYAAN
(Y) KEPUTUSAN PEMBELIAN	Pilihan Produk	y1.Saya memutuskan untuk melakukan pembelian karena yakin dengan produknya y2.Saya memutuskan melakukan pembelian karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan y3.Saya memutuskan melakukan pembelian karena berdasarkan pertimbangan dalam membeli .
	Pilihan Merek	y4. Saya memutuskan melakukan pembelian karena Nama Merek Tersebut y5.Saya memutuskan melakukan pembelian karena terdapat macam menu pilihan yang tersedia
	Pilihan Penyalur	y6 .Saya memutuskan melakukan pembelian karena Rekomendasi Orang Terdekat saya y7. Saya memutuskan melakukan pembelian karena Informasi Media Sosial
	Waktu Pembelian	y.8. Saya memutuskan melakukan pembelian Sesuai Dengan Waktu Yang Saya Inginkan
	Jumlah Pembelian	y.9. Saya memutuskan melakukan pembelian Sesuai Jumlah Kebutuhan y.10 Saya Membeli Lebih Dari Satu

Sumber :Menurut (Kotler dan Keller, 2016:199)

B. Variabel bebas (independent variable)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

1. Kualitas produk (X1)

(Kotler Keller, 2016) Produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, atau dikonsumsi untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Jika produk perusahaan terjual lebih dari pesaingnya, kualitas barangnya dapat dinilai. Pelanggan akan puas dengan kinerja produk atau layanan jika berkualitas tinggi. Produk yang dibuat dengan baik lebih mungkin untuk dijual. Untuk menghemat waktu, tenaga, dan uang konsumen, produk berkualitas tinggi akan sangat diminati. (Kotler Armstrong,2018). berikut :

Tabel 3.2 Indikator Kualitas Produk (X1)

VARIABEL	INDIKATOR	INSTRUMEN PERTANYAAN
(X1) KUALITAS PRODUK	Penampilan	X1.1 Produk Memiliki Penampilan Yang Baik dan menarik saat dilihat X1.2 Bersih Dan Higenis
	Porsi	X1.3 Porsi Yang Di Sajikan Sesuai Dengan yang ada Pada Menu
	Temperatur	X1.4 Selalu Fresh dan Hangat Saat Di Sajikan
	Rasa	X1.5 Memiliki Rasa Yang Lezat Saat di Konsumsi

Tabel 3.3 Tabel Lanjutan Penelitian Sebelumnya 3.3

	Tekstur	X1.6 Memiliki Tekstur yang Baik saat dikonsumsi lembut dan tidak keras
	Aroma	X1.7 memiliki Aroma Yang lezat Saat di Konsumsi
	Tingkat Kematengan	X1.8 Tingkat kematangan yang pas

Sumber Menurut :Soekrisno, 1998 (dalam Fatlahah, Anik 2013)

2. Harga (X2) Harga

Harga suatu produk atau jasa adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk itu. Sejak awal, harga telah menjadi faktor penentu utama bagi konsumen. (Tjiptono Chandra, 2012:315) harga adalah nilai tukar produk yang dinyatakan dalam satuan moneter, harga sebagai total dan nilai (satuan) yang mengandung kegunaan konsumen untuk memperoleh suatu produk dengan menukarkan suatu nilai kepada perusahaan. Indikatornya adalah :

Tabel 3.4 Indikator Harga (X2)

VARIABEL	INDIKATOR	INSTRUMEN PERTANYAAN
(X2) **HARGA**	Keterjangkauan Harga	X2.1Harga makanan dan minuman yang ditetapkan Terjangkau Untuk Konsumen X2.2 Harga yang ditetapkan Tergolong Wajar .
	Daya Saing Harga	X2.3 Harga Bersaing (Lebih Murah Dengan Tempat Kuliner Sejenis Lainya)

Tabel 3.5 Tabel Lanjutan Penelitian Sebelumnya 3.4

	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	X2.4Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk/makanan dan minuman
	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	X2.5 Harga Sesuai Dengan Setiap Porsi Menu yang di jual X2.6Dengan Harga Yang Saya Bayarkan Saya memperoleh Porsi dan Rasa Yang Lebih Baik Dengan Tempat Kuliner Sejenis Lainya X2.7 Dengan Harga Yang Saya Bayarkan Saya memperoleh kenyamanan saat berkunjung X2.8Dengan Harga Yang Saya Bayarkan Saya mendapatkan Pelayanan Yang Memuaskan

UBP KARAWANG

Sumber : (Menurut Harahap, 2015, Hal 232)

3. Kepuasan Konsumen (X3)

Menurut kotler dan keller dalam donni juni priansah (2017;196). Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai reaksi seseorang untuk membandingkan kinerja produk yang diharapkan (hasil) dengan kinerja produk yang diharapkan (atau hasil). Kebutuhan pelanggan harus dipenuhi agar layanan atau produk dianggap memuaskan. Sebagai akibat dari variabel berikut:

Tabel 3.6 Indikator Kepuasan Konsumen (X3)

VARIABEL	INDIKATOR	INSTRUMEN PERTANYAAN
(X3) **KEPUASAN KONSUMEN**	Terpenuhinya Harapan Konsumen	X3.1 Produk dan pelayanan memenuhi harapan saya .
	Sikap Keinginan Menggunakan Produk	X3.2Ayam Geprek K39 memiliki keunggulan dalam pilihan menu produk yang berkualitas Dibandingkan Dengan Kompetitor lainya
	Lokasi	X3.3Memiliki tempat nyaman dan cocok untuk berkumpul dengan anggota keluarga/Rekan kerja dan lain-lain X3.4 Tempat Mudah di lihat dan di jangkau X3.5 Memiliki Fasilitas Yang Lengkap, Baik dan sesuai kebutuhan X3.6Memiliki tempat aroma yang wangi dan bersih
	Kualitas Layanan	X3.7 Pelayanan Pegawai Yang Baik dan Ramah X3.8 Pelayana dan Penyajian Cepat X3.membantu konsumen dalam penjelasan pemilihan menu X3.10Keluhan dan Saran dari konsumen yang diberikandilaksanakan dengan baik oleh Ayam Geprek K39
	Repurtasi yang Baik	X3.11 Saya Mendapatkan Kesan Yang Baik Saat Melakukan pembelian

Tabel 3.7 Tabel Lanjutan Penelitian Sebelumnya 3.7

	Loyal Konsumen	X3.12 Saya Akan Kembali Lagi Melakukan pembelian
	Merekomendasikan Kepada Pihak Lain	X3.13 Saya Merekomendasikan Kepada Orang Terdekat Saya

Sumber :Menurut (donni juni priansa, 2017;210)

3.5 Populasi penentuan Sampel

Objek adalah sekelompok objek atau subjek yang dipilih peneliti untuk diteliti karena ukuran, komposisi, atau atribut lainnya. (Sugiyono,2016:135). Populasi yang digunakan oleh peneliti adalah konsumen Ayam Geprek K39 Cabang Cikampek.

Tabel 3.8 Jumlah Pengunjung

Tanggal	Jumlah Pengunjung	Tanggal	Jumlah Pengunjung
Juni 20201 01	44	Juni 20201 16	46
Juni 20201 02	50	Juni 20201 17	77
Juni 20201 03	48	Juni 20201 18	83
Juni 20201 04	45	Juni 20201 19	93
Juni 20201 05	63	Juni 20201 20	49
Juni 20201 06	64	Juni 20201 21	123
Juni 20201 07	70	Juni 20201 22	53
Juni 20201 08	61	Juni 20201 23	27
Juni 20201 09	97	Juni 20201 24	39
Juni 20201 10	225	Juni 20201 25	56
Juni 20201 11	133	Juni 20201 26	88
Juni 20201 12	95	Juni 20201 27	102
Juni 20201 13	108	Juni 20201 28	132
Juni 20201 14	87	Juni 20201 29	111
Juni 20201 15	141	Juni 20201 30	94
Total		2504	

Salah satu sifat dan besaran yang terdapat dalam populasi adalah sifat dan besaran sampel. Anda dapat melakukan penelitian pada populasi yang besar dengan

jumlah waktu dan tenaga yang terbatas jika Anda mengambil banyak sampel dari populasi tersebut (Sugiyono, 2015: 73). Peneliti menggunakan teknik "purposive sampling" ketika bekerja dengan sampel pelanggan yang telah melakukan bisnis dengan mereka beberapa kali. Sampel diambil dengan tujuan tertentu dalam pikiran saat menggunakan purposive sampling. (Sugiyono, 2017).

Menurut (Roscoe dalam Sugiyono, 2017) pedoman untuk menentukan ukuran sampel disediakan dengan cara berikut:

a. Setiap studi harus memiliki ukuran sampel antara 30 dan 500.
b. Sedikitnya 30 orang harus diikutsertakan dalam setiap kategori (mis. Pria-Wanita atau Pegawai Swasta-Negara) untuk memenuhi kuota.
c. Setidaknya 10 kali jumlah variabel yang dipelajari, jika analisis multivariat (korelasi atau regresi berganda, misalnya) diperlukan.
d. Jumlah anggota sampel untuk penelitian eksperimen sederhana yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol berkisar antara 10 sampai 20.

Berdasarkan 4 poin panduan tersebut,Dalam buku (Sugiyono, 2017). Jika telah mengetahui jumlah populasi ,lalu perhitungan sampel melakukan dengan rumus Yamane. Rumus yamane dapat ditunjukan pada rumus 3.1

$$n = \left(\frac{N}{1+(e)^2}\right) \qquad \textbf{Rumus[3.1]}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (*Sampling Error)*, biasanya 5%

Hasil wawancara dengan pihak Ayam Geprek K39 Cabang Cikampek , didapatkan bahwa rata-rata jumlah konsumen per bulan yaitu 2500 orang dengan menggunakan margin of error 5 %

$$n = \left(\frac{2504}{1+2500(0{,}05)^2}\right) = \mathbf{344{,}90}$$dibulatkan menjadi 345

Dengan perhitungan tersebut penelitimendapatkan jumlah sampel sebanyak 345 sampel, dimana jumlah sampel ini untuk mewakili konsumen Ayam Geprek K39 Cabang Cikampek

3.6 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dibutuhkan metode sebagai berikut :

1. Kuesioner (daftar pertanyaan)

   Tujuan dari metode ini adalah untuk menyediakan responden dengan daftar pertanyaan. Pada skala mulai dari 1 hingga 5, responden dapat menunjukkan seberapa besar mereka setuju, tidak setuju, setuju, atau sangat tidak setuju dengan setiap pernyataan berikut:

   1. Kuesioner kertas dibagikan kepada pelanggan melalui media kertas.
   2. Sebagai kegiatan penelitian, observasi melibatkan melakukan pengamatan langsung terhadap suatu subjek.
   3. Belajar dari buku dan sumber tertulis lainnya adalah komponen kunci untuk studi literatur.

2. Wawancara

   Wawancara dilakukan sebagaipencarrian data terhadap konsumen disaat peneliti ingin mendapatkan informasi lebih mendalam pada responden.

3.7 Data dan Informasi

Data penelitian ini berasal dari sumber primer dan sekunder

1. Sumber data primer

   Data primer adalah data yang dikumpulkan dari orang-orang yang telah diidentifikasi melalui penggunaan kuesioner yang telah dikirimkan kepada calon peserta, serta melalui observasi langsung, wawancara, dan bentuk dokumentasi lainnya.

2. Sumber data sekunder.

Literasi, jurnal, dan buku merupakan data sekunder dalam penelitian ini karena sudah tersedia di lokasi penelitian.

3.8 Metode Analisis Data

Analisis regresi linier berganda kuantitatif akan digunakan untuk mengolah dan menganalisis data yang terkumpul.

Istilah "tradisional" mengacu pada fakta bahwa analisis data kuantitatif telah digunakan sejak lama dan dengan demikian telah menjadi norma dalam penelitian. Karena dapat digunakan untuk membuktikan atau mengkonfirmasi sesuatu, maka metode ini disebut juga dengan metode konfirmatif. Dalam hal ini, data penelitian disajikan dalam bentuk numerik, dan analisisnya menggunakan metode statistik. Dalam (Sugiyono, 2017;15) Metode kuantitatif berbasis positivisme adalah metode yang menggunakan instrumen penelitian dan analisis data kuantitatif atau statistik untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang sudah ada sebelumnya.

Skala Likert merupakantingkatan untuk masing-masing variabel dalam penelitian (Sugiyono,2017), yaitu :

a. Untuk jawaban a sangat tidak setuju diberi nilai = 1
b. Untuk jawaban b tidak setuju diberi nilai = 2
c. Untuk jawaban c netral diberi nilai = 3
d. Untuk jawaban d setuju diberi nilai = 4
e. Untuk jawaban e sangat setuju diberi nilai = 5

Program SPSS Digunakan untuk menguji hipotesis yang dibahas, seperti pengaruh kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian.

3.9 Teknik Uji Analisis Data

3.9.1 Uji Validitas

Data merupakan salah bagian penting pada penelitian. Data didapatkanmenggunakan kuesioner yang diberikan pada responden, dimana untuk memiliki data yang tepat bergantung pada instrumen data yang digunakan. Istrumen yang baik harus memenuhi dua prinsip utama Validitas dan Reabilitas, dimana untuk

menjawab tentang pengukuran atas objek yang diukur. Uji validitas dan reliabilitas adalah jenis evaluasi instrumen yang paling umum. Alat ukur harus dapat mengukur secara akurat objek yang digunakan. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui ketepatan pengukuran terhadap objek yang dituju (Endang Esty, 2020:164). Apabila nilai korelasi (r) dibandingkan dengan nilai pada r tabel, instrumen dikatakan valid atau sangat valid. Item instrumen ini harus dihilangkan dari pertimbangan karena tidak ada kaitannya dengan pengukuran item tabel r r yang nilainya dikatakan valid. Untuk memastikan validitas instrumen dilakukan uji reliabilitasnya. Metode Untuk tujuan mengkorelasikan skor item individual dengan skor atribut keseluruhan, korelasi product moment Pearson adalah metode korelasi pilihan.

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$ **Rumus [3.2]**

Dimana :

r : antara item (x) dan koefisien korelasi skor keseluruhan (y).
N : banyaknya responden
X : Jumlah skor dari semua item.
Y : skor total untuk semua item.
Σ XY : jumlah perkalian X dan Y
Σ X 2 : jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
Σ Y 2 : jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Kriteria penilaian uji validitas sebagai berikut :

1. Jika r hitung > r tabel (pada taraf signifikasi 0,05), artinya item kuesioner tersebut valid.
2. Jika r hitung < r tabel (pada taraf signifikasi 0,05), artinya item kuesioner tersebut tidak valid

Untuk melakukan uji coba instrumen, setidaknya 20 orang harus berpartisipasi. Lebih baik memiliki ukuran sampel yang lebih besar untuk uji coba instrumen (Supardi, 2017). Ketika sebuah penelitian dilakukan, “jumlah subjek tes yang dapat diambil antara 30, jumlah yang memungkinkan untuk dilakukan dan dianalisis” (Arikunto, 253:2014), menurut buku ini.

Tabel 3.9 Uji Validitas Pada Kualitas Produk (X1)

No item	Membandingkan nilai R			Melihat Nilai Signifikasi		
	r Hitung	r Tabel	Keterangan	Nilai Sig	5%	Keterangan
1	0,692	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
2	0,825	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
3	0,808	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
4	0,817	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
5	0,847	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
6	0,684	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
7	0,836	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
8	0,813	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid

Sebagai hasil dari data tersebut, kita dapat mengatakan bahwa (X1) memiliki nilai r hitung (≥) r, dan bahwa semua item instrumen yang terkait dengan kualitas produk adalah benar.

Tabel 3.10 Uji Validitas Pada Harga (X2)

No item	Membandingkan nilai R			Melihat Nilai Signifikasi		
	r Hitung	r Tabel	Keterangan	Nilai Sig	5%	Keterangan
1	0,678	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
2	0,665	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
3	0,749	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
4	0,694	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
5	0,769	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
6	0,749	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
7	0,652	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
8	0,724	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid

Data ini menunjukkan bahwa variabel harga (X2) yang diajukan kepada responden memiliki nilai r hitung (≥) r, sehingga semua item instrumen harga valid.

Tabel 3.11 Uji Validitas Pada Kepuasan Konsumen (X3)

No item	Membandingkan nilai R			Melihat Nilai Signifikasi		
	r Hitung	r Tabel	Keterangan	Nilai Sig	5%	Keterangan
1	0,714	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
2	0,595	0,361	Valid	0,001	0,5	Valid
3	0,636	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
4	0,640	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
5	0,675	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
6	0,734	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
7	0,689	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
8	0,815	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
9	0,580	0,361	Valid	0,001	0,5	Valid
10	0,701	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
11	0,762	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
12	0,663	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
13	0,678	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan konsumen (X3) yang diajukan kepada responden memiliki nilai rhitung (≥), yang berarti seluruh item instrumen kualitas produk adalah valid.

Tabel 3.12 Uji Validitas Pada Keputusan Pembelian (Y)

No item	Membandingkan nilai R			Melihat Nilai Signifikasi		
	r Hitung	r Tabel	Keterangan	Nilai Sig	5%	Keterangan
1	0,613	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
2	0,597	0,361	Valid	0,001	0,5	Valid
3	0,771	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
4	0,559	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
5	0,803	0,361	Valid	0,001	0,5	Valid
6	0,586	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid
7	0,586	0,361	Valid	0,001	0,5	Valid
8	0,476	0,361	Valid	0,008	0,5	Valid
9	0,596	0,361	Valid	0,001	0,5	Valid
10	0,683	0,361	Valid	0,000	0,5	Valid

Dari informasi tersebut kita dapat menyimpulkan bahwa semua instrumen yang digunakan untuk mengukur kualitas produk memiliki nilai (≥) r, yang berarti bahwa variabel keputusan pembelian (Y) yang kami berikan kepada responden adalah valid.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Sejauh mana hasil pengukuran relatif konsisten ketika pengukuran diulang dua kali atau lebih ditunjukkan oleh indeks reliabilitas. Kesalahan pengukuran besar di setiap penelitian. Kesalahan pengukuran harus diperhitungkan untuk mendapatkan hasil yang akurat. Rumus koefisien *Alpha Cronbach* akan digunakan untuk menilai kepercayaan dari semua temuan penelitian.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \delta_b^{\,2}}{\delta_t^{\,2}}\right)$$ **Rumus [3.3]**

Dimana :

r11 : reliabilitas instrumen

k : banyaknya butir pertanyaan

Σσ2 : jumlah butir pertanyaan

σ 21 : varians total

Program SPSS akan digunakan untuk menghitung data. Pada buku (V. Wiratna Sujarweni 2014) terdapat kriteria dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas yaitu Jika nilai *cronbach alpha*>0,60 maka instrumen dinyatakan reliabel atau konsisten begitu juga jika nilai *cronbach alpha* <60 tidak dapat digunakan.

Tabel 3.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3 dan Y

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,913	0,6	Reliabel
Harga (X2)	0,856	0,6	Reliael
Kepuasan Konsumen (X3)	0,902	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,816	0,6	Reliabel

Berdasarkan data tersebut tingkat reliabilitas instrumen telah memadai dengannilai *Cronbach Alpha*>0,40. dapat dikatakanitem instrumen dari setiap variabel telah memadai

3.10 Jadwal Penelitian

Untuk melakukan penelitian, peneliti akan mengikuti jadwal sebagai berikut.

Tabel 3.14 Jadwal Penelitian

No	Jadwal Penelitian	Bulan Pelaksanaan Tahun 2021					
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
1	Tahap Persiapan						
	Studi Pustaka						
	Menyusun Proposal						
	Menyusun Instrumen Kuisoner						
	Tahap Pelaksanaan						
2	Pemberian Kuisoner						
3	Pengumpulan Data						
	Tahap Analisis Data						

UBP
KARAWANG