

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Metode yang digunakan

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian ini dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis menurut Sugiyono (2018:35) pada penelitian ini digunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif.

Menurut Sugiyono (2018:24) menjelaskan bahwa metodologi penelitian adalah “cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

Menurut Sugiyono (2013:89), penelitian deskriptif adalah “penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain”. Penelitian verikatif menurut Sugiyono (2013:35) adalah “metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Secara deskriptif penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran mengenai variabel kualitas pelayanan dan promosi sebagai variabel terikat dan variabel keputusan pembelian sebagai variabel bebasnya. Sedangkan secara verikatif bertujuan untuk menguji hipotesis dengan perhitungan statistik.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

3.2.1 Waktu

Penelitian ini akan dilaksanakan selama bulan desember 2018 sampai dengan agustus 2019 dengan jadwal kegiatan sebagai berikut :

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu
1	Penulisan Proposal	Desember 2018 s/d Januari 2019
2	Perbaikan Proposal	Januari 2019
3	Seminar Proposal	Januari 2019
4	Pengurusan Izin	Januari 2019
5	Pengumpulan Data dan Observasi	Februari 2019
6	Analisi Data	Februari 2019
7	Penulisan Skripsi	Februari s/d Maret 2019
8	Perbaikan Skripsi	Juli 2019
9	Sidang Skripsi	Agustus 2019

Sumber: Kajian Peneliti, 2019

3.2.2 Tempat Penelitian

Adapun lokasi penelitian dilakukan pada “J.CO Donuts & Coffee Mall Karawang Central Plaza - Karawang” yang akan dilaksanakan pada bulan desember sampai dengan bulan agustus 2019.

3.3 Desain Penelitian

Dalam penyusunan laporan skripsi ini, memerlukan data yang lengkap dan tepat. Agar data-data dan informasi yang diperoleh sesuai dengan permasalahan yang ada, desain penelitian dijelaskan sebagai berikut:

1. Rancangan Penelitian Sesuai Tujuan

Berdasarkan tujuannya penelitian ini merupakan penelitian terapan. Penelitian terapan dilakukan dengan tujuan menerapkan, menguji dan mengevaluasi kemampuan suatu teori yang diterapkan dalam memecahkan masalah praktis. Desain penelitian ini ditunjukan untuk melakukan kegiatan akademik yang terstruktur dan informatif sehingga dapat memudahkan kegiatan penelitian daam penambahan data dan dengan sumber yang ada dilapangan.

2. Rancangan Penelitian Berdasarkan Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Cresweel (2010:24) menyatakan bahwa “pendekatan kuantitatif adalah pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berdasar dari sampel orang-orang atu penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survey untuk menentukan frekuensi dan prosentasi tanggapan mereka”.

Menurut Cresweel (2010) dalam pendekatan kuantitatif adalah “pengukuran data bersifat *pre-determined*, analisis data statistik serta interpretasi data statistik. Peneliti yang menggunakan pendekatan kuantitatif akan menguji suatu teori dengan cara merinci suatu hipotesis-hipotesis tersebut”. Pendekatan yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan analisis kuantitatif berdasarkan informasi statistik. Pendekatan penelitian yang dalam menjawab permasalahan penelitian memerlukan pengukuran yang cermat terhadap variabel-variabel dari objek yang diteliti untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terlepas dari konteks waktu, tempat dan situasi.

Selain itu, penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2018:35) adalah sebagai berikut “Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan suatu pendekatan didalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji data statistik yang akurat. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disebutkan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada J.CO Donuts & Coffee Mall Karawang Central Plaza - Karawang.

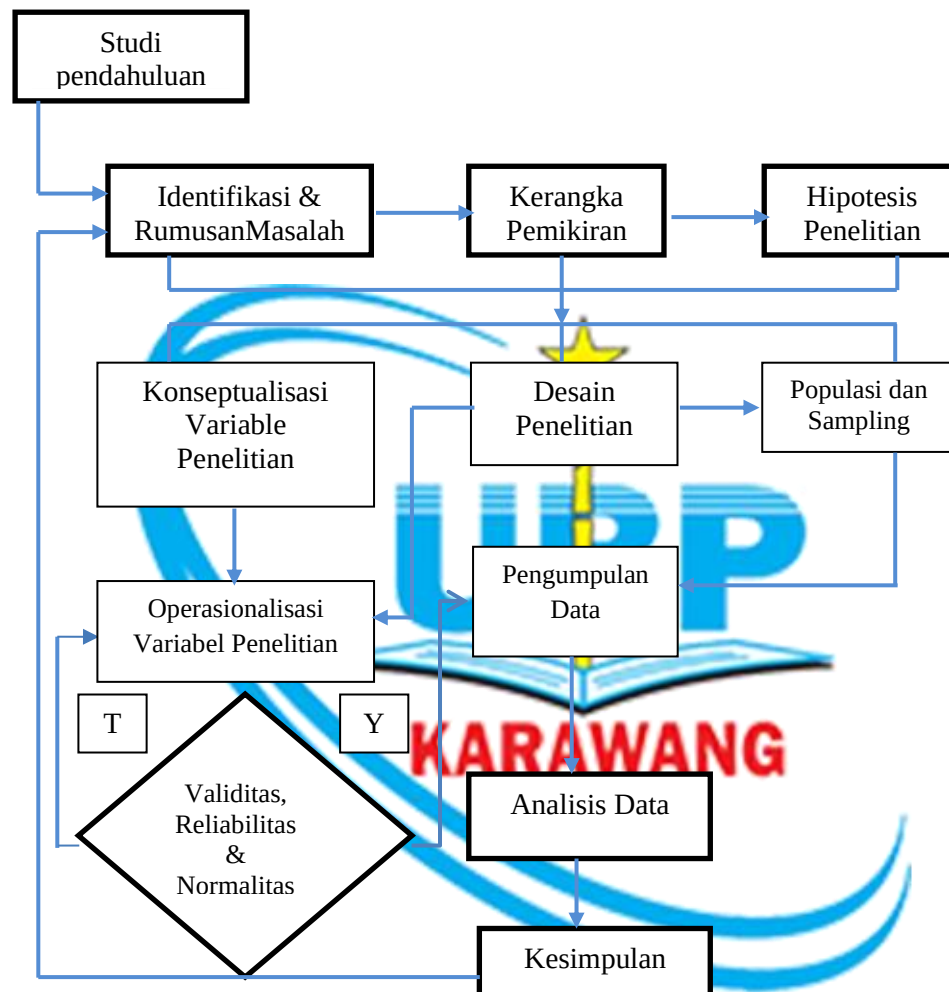
3. Rancangan Penelitian berdasarkan Tingkat Eksplamasinya

Berdasarkan tingkat eksplamasinya penelitian ini termasuk penelitian Asosiatif. Menurut Sugiyono (2018:92), penelitian Asosiatif merupakan “penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih”. Penelitian asosatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel (atau lebih) tersebut. Dimana hubungan antara variabel dalam penelitian akan dianalisis dengan menggunakan ukuran-ukuran statistika yang relevan atas data tersebut untuk menguji hipotesis.

4. Berdasarkan Jenis Data dan Model Analisisnya

Berdasarkan jenis datanya penelitian ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif. Dimana data kuantitatif dianalisis dengan mengutamakan analisis statistik.

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



Gambar 3.1
Desain Penelitian
 Sumber: Uus MD Fadli, 2019

Gambar tersebut menjelaskan tahapan-tahapan dalam desain penelitian. Tahapan pertama yang dilakukan adalah studi pendahuluan pada objek penelitian, yaitu di J.CO Donuts & Coffee Mall Karawang Central Plaza. 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 kerangka pemikiran penelitian yang selanjutnya menentukan hipotesis penelitian.

Setelah tahapan tadi selesai dikerjakan, dibuatlah suatu desain penelitian sebagai kerangka untuk melakukan penelitian. Kemudian, penulis perlu melakukan konseptualisasi atas variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini dengan menggunakan beberapa literatur dan studi pustaka yang sesuai, untuk kemudian variabel-variabel tersebut dapat didefinisikan secara operasional.

Selanjutnya setelah desain penelitian dibuat, perlu ditentukan populasi dan kemudian menentukan sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini. Dari jumlah sampel yang telah diketahui dapat diperoleh data-data dari para responden untuk kemudian dikumpulkan dan dianalisis melalui Analisis Jalur atau *Path Analysis*. Namun, 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 diikutkan dalam analisis atau kembali merujuk pada definisi variabel penelitian secara operasional.

Tahapan terakhir, setelah dilakukan analisis data maka penulis dapat menarik kesimpulan atas hasil analisis tersebut dan menginterpretasikannya.

3.4. Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.4.1. Definisi Variabel

Variabel pada dasarnya adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:96). Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel, terdiri dari dua variabel bebas (X_1 dan X_2) dan satu variabel terikat (Y). Dalam hal ini variabel X_1 adalah Kualitas pelayanan dan variabel X_2 adalah promosi merupakan variabel yang mempengaruhi Variabel Y atau Keputusan Pembelian.

3.4.2 Definisi Konseptual

Definisi Konseptual merupakan definisi simpulan dari beberapa ahli yang telah dikaji oleh peneliti, terhadap masing-masing variabel penelitian secara konsep (teori).

3.4.2.1 Definisi Konseptual Kualitas Pelayanan

kualitas pelayanan merupakan kualitas pelayanan merupakan penyajian produk maupun jasa dalam peningkatan layanan ditempat untuk ukuran yang berlaku serta keinginan dan harapan sesuai ekspetasi konsumen.

3.4.2.2 Definisi Konseptual Promosi

promosi adalah salah satu upaya untuk menginformasikan suatu produk atau jasa dalam periklanan, tenaga jual, public relation, kemasan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk mengingatkan informasi dengan berbagai jenis iklan yang dilakukan oleh perusahaan.

3.4.2.3 Definisi Konseptual Keputusan Pembelian

suatu tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli suatu produk dan merek setelah mengevaluasi melalui beberapa tahapan dengan mencari informasi dan proses sehingga dapat menentukan pilihan produk yang sesuai dengan konsumen.

3.4.3 Definisi Operasional

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

3.4.3.1 Definisi Operasional Kualitas Pelayanan

kualitas pelayanan merupakan penyajian produk maupun jasa di J.CO Donuts & Coffee Mall Karawang Central Plaza dalam peningkatan layanan untuk ukuran yang berlaku serta keinginan dan harapan sesuai ekspetasi konsumen.

Variabel ini digunakan untuk mengukur seberapa besar kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen J.CO Donuts & Coffee. Untuk mengukur kualitas pelayanan dioperasionalisasikan menggunakan skala likert dengan nilai 1 yaitu sangat tidak baik sampai 5 sangat baik dan digunakan teori yang dikemukakan Fandy Tjiptono (2012:174) menjelaskan bahwa Parasuraman sebagai salah satu tokoh pionir dalam pengukuran kualitas pelayanan mencetuskan SERVQUAL (*Service Quality*). Servqual ini dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan dengan menggunakan suatu kuesioner. Teknik servqual dapat mengetahui seberapa besar

jarak harapan pelanggan dengan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang di terima. Servqual memiliki 5 unsur, diantaranya adalah: Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangibles*).

3.4.3.2 Definisi Operasional Promosi

Promosi adalah salah satu upaya J.CO Donuts & Coffee Mall Karawang Central Plaza untuk menginformasikan suatu produk atau jasa dalam periklanan, tenaga jual, public relation, kemasan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk mengingatkan informasi dengan berbagai jenis iklan yang dilakukan oleh perusahaan J.CO donuts & Coffee mall karawang central plaza. Dioperasionalisasikan menggunakan skala likert dengan nilai 1 yaitu sangat rendah sampai 5 yaitu sangat tinggi. Menurut Kotler dan Keller (2012:432) pengertian masing-masing alat promosi sebagai berikut : Periklanan, promosi penjualan, penjualan langsung, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung.

3.4.3.3 Definisi Operasional Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian suatu tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli suatu produk dan merek pada J.CO Donuts & Coffee Mall Karawang Central Plaza setelah mengevaluasi melalui beberapa tahapan dengan mencari informasi dan proses sehingga dapat menentukan pilihan produk yang sesuai dengan konsumen.

Dioperasionalisasikan menggunakan skala likert dengan nilai 1 yaitu sangat rendah sampai 5 yaitu sangat tinggi, dalam keputusan pembelian terdapat enam dimensi keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2012:178) yang terdiri dari : pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, jumlah pembelian, waktu pembelian dan metode pembayaran.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel digunakan guna menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu, operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitiannya ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Oprasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	No Pertanyaan
Kualiatas Pelayanan (X1)*	Bukti Fisik	Penampilan Karyawan	Ordinal	1,2
		Kelengkapan Fasilitas		3,4,5
	Empati	Kepedulian Karyawan		6
		Perhatian Karyawan		7,8
	Daya Tanggap	Daya Tanggap Karyawan		9
		Informasi		10
	Kehandalan	Kemampuan Karyawan		11,12
		Keakurat		13
	Jaminan	Pengetahuan Karyawan		14
		Kesopanan		15
Promosi (X2)**	Promosi Penjualan	Potongan Harga	Ordinal	1,2,3
		Paket produk		4
	Periklanan	Media Jaringan		5
		Banner/Spanduk		6,7
	Hubungan Masyarakat	Identitas Perusahaan		8
		Event		9,10
	Penjualan Perseorangan	Penjualan Produk		11
		Penawaran		12,13
	Penjualan Langsung	Delivery Order		14
		Internet		15
Keputusan Pembelian (Y)***	Pilihan Produk	Kualitas donat	Ordinal	1,2
		Pemilihan produk		3
	Pilihan Merek	Nama merek		4,5,6
		Legalitas		7
	Pilihan Penyalur	Pelayanan		8
		Rekomendasi		9

Tabel 3.2
Oprasional Variabel Penelitian

Tabel 3.2 Lanjutan Oprasional Variabel Penelitian				
	Jumlah Pembelian	satuk paket		10
		Perlusin		11
	Waktu Pembelian	Saat Promosi		12
		Sesuai Kebutuhan		13
	Metode Pembayaran	Pembayaran Cash		14
		Pembayaran menggunakan aplikasi		15

Sumber : Fandy Tjiptono (2014 : 282)*

Kotler dan Armstrong (2012 : 432)**

Kotler dan Keller (2012 : 178)***

3.6 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data/Informasi

3.6.1 Sumber Data

1. Data Internal

Data internal adalah data yang menggambarkan situasi dan kondisi pada suatu organisasi secara internal. Dimana data yang digunakan mencakup data pelanggan dan data lainnya yang mendukung sebagai data empirik dalam penelitian.

2. Data Eksternal

Data Eksternal Data eksternal adalah data yang menggambarkan situasi atau kondisi yang ada diluar organisasi. Data eksternal ini mencakup pada kuisioner yang disebarkan kepada responden yang dianggap mewakili pendapat dari populasi yang ada.

3.6.2 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung berkaitan dengan objek peneliti. Data tersebut dapat dikumpulkan dengan angket, kuesioner, wawancara, observasi atau dokumentasi.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu melalui literatur atau buku-buku yang berhubungan dengan penelitian, yang mendukung data primer, yang melengkapi data primer.

3.6.3 Teknik pengumpulan Data/Informasi

Sugiyono (2018:223) Pengumpulan data berdasarkan teknikny yaitu:

a. Metode Interview/Wawancara

Metode Interview/Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

b. Metode Kuesioner

Metode Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Bagian dari kuesioner yaitu:

Bagian I : Mengenai data responden yaitu nama, jenis kelamin, dan alamat

Bagian II : Mengenai daftar pertanyaan yang akan di isi oleh responden.

c. Metode Observasi

Creswell (2012) mengemukakan bahwa: “*Observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang dan tempat pada saat melakukan penelitian*”. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik, oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut dapat dijadikan tolak ukur menyusun item-item instrumen, dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata. (Sugiyono, 2018:168).

Berikut ini adalah tabel skala Likert yang diberikan peneliti dalam penelitian ini yang dapat diadaptasi dari buku sugiyono :

Tabel 3.3
Skala Likert

Kualitas Pelayanan	Promosi	Keputusan Pembelian	Bobot Skor
Sangat Baik	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi	5
Baik	Tinggi	Tinggi	4
Cukup Baik	Cukup Tinggi	Cukup Tinggi	3
Tidak Baik	Rendah	Rendah	2
Sangat Tidak Baik	Sangat Rendah	Sangat Rendah	1

Sumber : Adaptasi dari Sugiyono (2018:168)

3.7 Teknik Penentuan Data

3.7.1 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.7.1.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018:148) mendefinisikan bahwa Populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Pada penelitian ini populasinya menggunakan populasi terbatas karena berhubungan dengan jasa pelayanan dan secara spesifik populasinya adalah konsumen J.CO Donuts & Coffee Mall Karawang Central Plaza.

3.7.1.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2018:149) mengemukakan bahwa sampel adalah “bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel dalam penelitian adalah konsumen J.CO Donuts & Coffee Mall Karawang Central Plaza yang dibutuhkan dalam penelitian ini dan dapat dijadikan responden.

3.7.1.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2018:150) mengemukakan bahwa teknik sampling adalah “merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan”.

3.7.2 Populasi Penelitian

Dalam penelitian ini diambil populasi sampel 4 hari dalam 2 minggu yaitu setiap hari sabtu dan minggu dengan jumlah pembelian sebanyak 712 konsumen.

3.7.3 Sampel Penelitian

Untuk penentuan sampel penelitian, peneliti mengambil sampel kepada konsumen yang membeli donat pada J.CO Donuts & Coffee di Mall Karawang Central Plaza Karawang.

Penentuan Jumlah sampel yang *representative* Menurut Hair *et al* (dalam buku Prawira 2010) adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 5 \\ &= 32 \times 5 \\ &= 160\end{aligned}$$

Maka untuk responden minimum yang dibutuhkan untuk penelitian adalah 160 responden.

3.8 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

3.8.1 Rancangan Analisis

Sugiyono (2018:402) mendefinisikan bahwa Analisis Data adalah “proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari,

dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain”.

3.8.1.1 Analisis Deskriptif

a. Analisis Distribusi Frekwensi

Analisis Deskriptif yaitu suatu metode pengumpulan untuk memperoleh bahan-bahan teoritis yang dapat dijadikan dasar bagi pengkajian masalah. Melalui penelitian ini penulis mempelajari buku-buku dan lainnya yang ada hubungannya dengan masalah yang dibahas, baik secara langsung maupun tidak langsung. Teknik deskriptif yang memberikan informasi mengenai data yang dimiliki dan tidak termasuk menguji hipotesis.

Analisis ini hanya digunakan untuk menyajikan dan menganalisis data disertai dengan perhitungan agar dapat memperjelas keadaan atau karakteristik data yang bersangkutan, pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah mean, standar deviasi, maksimum, dan minimum. Mean digunakan untuk mengetahui rata-rata data yang bersangkutan. Standar deviasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar yang bersangkutan bervariasi dari rata-rata. Maksimum digunakan untuk mengetahui jumlah terbesar data yang bersangkutan. Minimum digunakan untuk mengetahui jumlah terkecil data yang bersangkutan.

Analisis deskriptif menggunakan skala ordinal dan rentang skala untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan Kualitas pelayanan dan promosi dan keputusan pembelian pada J.CO Donuts & Coffee Mall Karawang Central Plaza.

b. Analisis Rentang Skala

Untuk menentukan skala prioritas dari setiap variabel yang diukur selanjutnya dihitung skala dari skor yang diukur dengan menggunakan Analisis Rentang Skala (ARS) dengan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

n = Jumlah sampel

m = Jumlah Alternatif Jawaban (skor = 5)

Rentang Terendah = skor Terendah x jumlah Sampel

Skala tertinggi = sekor tertinggi x jumlah sampel

1) Skala penilaian tipe kriteria

Jumlah sampel sebanyak 160 orang. Instrumen menggunakan skala *likert* pada skala terendah 1 dan skala tertinggi 5.

2) Perhitungan skala

$$\begin{aligned}\text{Skala terendah} &= \text{Skor Terendah} \times \text{jumlah sampel (n)} \\ &= 1 \times 160 \\ &= 160\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Skala Tertinggi} &= \text{skor Tertinggi} \times \text{Jumlah sampel (n)} \\ &= 5 \times 160 \\ &= 800\end{aligned}$$

Sehingga dapat penelitian ini rentang skalanya adalah :

$$\begin{aligned}RS &= \frac{n(m-1)}{M} \\ RS &= \frac{160(5-1)}{5} \\ RS &= 128\end{aligned}$$

Hasil perhitungan tersebut diatas dapat digambarkan tabel berikut ini :

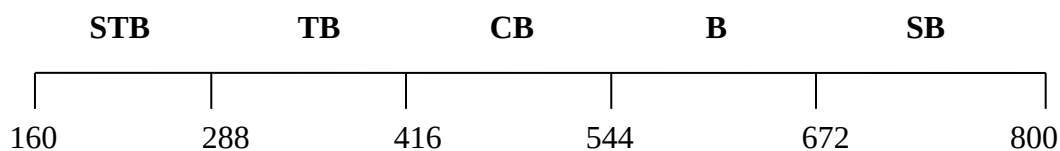
Tabel 3.4
Analisis Rentang Skala

Skala Skor	Rentang Skala	Respon		
		Kualitas Pelayanan	Promosi	Keputusan Pembelian
1	160 – 288	Sangat Tidak Baik	Sangat Rendah	Sangat Rendah
2	288,1 – 416	Tidak Baik	Rendah	Rendah
3	416,1 – 544	Cukup Baik	Cukup Tinggi	Cukup Tinggi
4	544,1 – 672	Baik	Tinggi	Tinggi
5	672,1 – 800	Sangat Baik	Sangat Tinggi	Sangat Tinggi

Sumber : Sugiyono (2012:135), diolah 2019

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat dinilai rentang skala yang selanjutnya dapat dipakai untuk memprediksi Pengaruh Kualitas Pelayanan

dan promosi terhadap Keputusan pembelian pada konsumen J.CO Donuts & Coffee Mall Karawang Central Plaza. Rentang skala diatas dapat digambarkan melalui Bar Skala atau *Bar Scale*:



Gambar 3.2
Bar Scale

Sumber: Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (2018:171)

3.8.1.2 Analisis Modus

Berdasarkan perhitungan hasil rentang skala dan distribusi frekwensi maka dilakukan analisis modus yaitu nilai yang sering muncul dari hasil kriteria penilaian setiap indikator dan dimensi.

3.8.1.3 Analisis Verifikatif

Dalam penelitian ini analisis verifikatif bermaksud untuk mengetahui hasil penelitian yang berkaitan dengan pengaruh atau besarnya dampak Kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada J.CO Donuts & Coffee Mall Karawang Central Plaza. Dengan metode ini dapat diketahui berapa besarnya dampak variabel *independent* mempengaruhi terhadap variabel *dependent*.

Adapun analisis verifikatif terdiri dari analisis korelasi dan *Path Analysis*. Sebelum menganalisis korelasi sebaiknya menganalisis transformasi data dengan menggunakan metode MSI dan bantuan *software SPSS*.

3.8.1.4 Analisis Korelasi

Analisis korelasi yang dimaksud adalah untuk menguji keeratan hubungan kualitas pelayanan dan promosi terhadap Keputusan Pembelianpada J.CO Donuts & Coffe Mall Karawang Centala Plaza. Dalam penelitian ini digunakan teknik statistik korelasi sederhana dan korelasi Ganda dalam menguji hipotesis. Rumus Korelasi Ganda yaitu sebagai berikut :

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

Keterangan :

- r_{xy} = Korelasi xy
 n = Jumlah sampel
 X = Skor per item
 Y = Total skor

Sumber: Riduwan (2010: 136)

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut besar atau kecil, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel 3.6 sebagai berikut:

Tabel 3.5
Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2018:287)

3.8.1.5 Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2012:97) koefisien determinasi (R^2) merupakan “alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu”. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

3.8.1.6 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur (*path analysis*) digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variable dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variable bebas (eksogen) terhadap variable

terikat (endogen). Dibantu pula dengan penggunaan *software SPSS*. Model *path analysis* yang dibicarakan adalah pola hubungan sebab akibat. Adapun langkah-langkah menguji analisis jalur adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis
2. Merumuskan persamaan structural

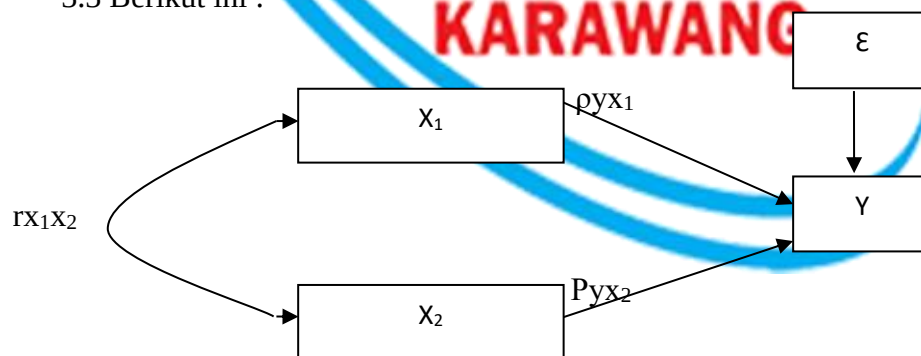
$$Y = \rho_{YX_1} X_1 + \rho_{YX_2} X_2 + \varepsilon$$

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

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

$$H_a : \rho_{YX_1} = \rho_{YX_2} X_2 \neq 0$$

adapun rancangan analisis untuk penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.3 Berikut ini :



Gambar 3.3
Path Analysis

Persamaan Analisis Jalur, sebagai berikut:

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

Keterangan:

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Promosi

Y = Keputusan Pembelian

ε = Variabel lain yang tidak diukur, tetapi mempengaruhi Y

$r_{X_1X_2}$ = Korelasi kualitas pelayanan (X_1) dan promosi (X_2)

ρ_{YX_1} = Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung kualitas pelayanan (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y)

ρ_{YX_2} = Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung promosi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

ρ_{YZ} = Koefisien jalur yang menggambarkan besarnya pengaruh langsung Y terhadap Z

Sumber : Riduwan dan Engkos A. Kuncoro (2014:116)

3.8.1.7 Analisis Regresi

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk menghitung hubungan fungsional satu variabel bebas dengan variabel terikat. Persamaan regresi linear sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Sumber: Husein Umar (2011:114)

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a = Nilai intercept (konstan)

b = Koefisien arah regresi

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Analisis regresi berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel (X_1) dan (X_2) terhadap (Y). Persamaan regresi untuk dua prediktor adalah

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Sumber : Sugiyono (2017:192)

Keterangan:

Y = Subyek dalam variabel dependen

a = Koefisien konstanta

b₁ = Koefisien regresi variabel

b₂ = Koefisien regresi variabel

X₁ = Variabel independen

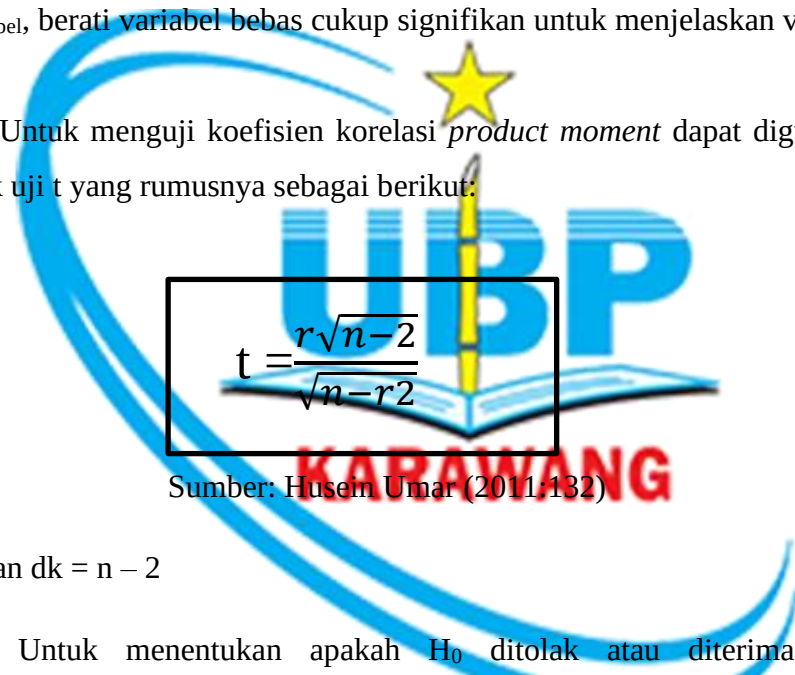
X₂ = Variabel independen

3.8.2 Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila hasil uji $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, berarti variabel bebas cukup signifikan untuk menjelaskan variabel dependen.

Untuk menguji koefisien korelasi *product moment* dapat digunakan statistik uji t yang rumusnya sebagai berikut:



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

Sumber: Husein Umar (2011:132)

Dengan dk = n – 2

Untuk menentukan apakah H₀ ditolak atau diterima yaitu membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}, kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- H₀ ditolak jika t_{hitung} > t_{tabel} maka, dengan kata lain H_a diterima.
- H₀ ditolak jika t_{hitung} < t_{tabel} maka, dengan kata lain H_a diterima.

b. Uji f (Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Apabila hasil uji $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ berarti variabel cukup signifikan untuk menjelaskan variabel dependen.

Untuk menentukan apakah H_0 diterima atau ditolak yaitu dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} , kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a. Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh nyata.
- b. Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh nyata.

Dalam hal ini berlaku ketentuan sebagai berikut:

- c. Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya ada hubungan atau pengaruh nyata
- d. Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya tidak ada hubungan atau pengaruh nyata.

1. Pengaruh Parsial dan Simultan Kualitas pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian

$H_0 : \rho_{yx1 \ x2} = 0$ Tidak terdapat pengaruh parsial Kualitas pelayanan dan promosi terhadap Keputusan Pembelian

$H_1 : \rho_{yx1 \ x1} \neq 0$ Terdapat pengaruh parsial kualitas pelayanan dan promosi terhadap Keputusan Pembelian

$H_0 : \rho_{yx1 \ yx2; \ rx2x1} = 0$ Tidak terdapat pengaruh simultan Kualitas pelayanan dan promosi terhadap Keputusan Pembelian

$H_1 : \rho_{yx1 \ yx2; \ rx2x1} \neq 0$ Terdapat pengaruh simultan kualitas jasa pelayanan dan citra merek Keputusan Pembelian

3.8.2.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Husen Umar (2014:166) menyatakan bahwa Uji Validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan.

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

Sumber : Husein Umar (2011:131)

Keterangan :

r = nilai korelasi

n = jumlah responden

X = skor nilai pertanyaan

Y = jumlah skor pertanyaan tiap responden

b. Uji Reliabilitas

Menurut Husen Umar (2014:168) menyatakan bahwa Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama.

Untuk menguji reliabilitas menggunakan butir instrumen dengan rumus *Cronbach's Alpha*. Menurut Husen Umar (2014:170) menyatakan bahwa Uji Reliabilitas untuk alternatif jawaban yang lebih dari dua akan menggunakan uji *cronbach's alpha*.

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_b^2}{S_t^2} \right]$$

Sumber : Husein Umar (2011:170)

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan

S_t^2 = Deviasi standar total

$\sum S_b^2$ = jumlah deviasi standar butir

c. Transformasi Data

Tranformasi data berasal dari kata transform, merubah bentuk data, merubah bentuk data dari bentuk asil ke bentuk lain tanpa merubah datanya. Pada pendekatan analisis jalur sering digunakan tipe data sekala likert. Tipe data tersebut mersflesikan perubahan yang sebelumnya berasal dari suatu konsep yang sudah diubah bentuknya sehingga dapat diukur. Analisis jalur membutuhkan perhitungan matematis didalamnya. Oleh karena itu sekala pengukuran data yang dibutuhkan minimal bersekala interval agar digunakan untuk analisis lebih lanjut. Metode tranformasi data umumnya menggunakan system uji MSI (*Method of succesive interval*).

Dalam analisis secara statistic, terutama pada statistic parametrik (statistik yang bergantung pada distribusi tertentu dan menetapkan adanya syarat-syarat tertentu tentang parameter populasi seperti pengujian hipotesis dan penaksiran parameter), diperlukan persyaratan bahwa skala pengukuran sekurang-kurangnya interval. Sedangkan bila dari data yang memberikan skala pengukuran skala likert, maka harus dinaikan kedalam skala interval dengan menggunakan MSI (*Method of succesive interval*).

Berikut adalah langkah langkah kerja MSI (*Method of succesive interval*):

- 1) Perhatikan tiap butir pertanyaan
- 2) Untuk butir tersebut , tentukan berapa banyak sampel yang menjawab sekor 1,2,3,4,dan 5 yang disebut dengan frekuensi.
- 3) Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya respondendan hasilnya disebut dengan proporsi
- 4) Tentukan proporsi kumulatif
- 5) Dengan menggunakan tabel distribusi normal baku, hitung nilai z tabel untuk setiap proporsi kumulatif yng diperoleh.
- 6) Tentukan nilai desita untuk setiap nilai z yang diperoleh dari tabel.
- 7) Tentukkann nilai skala dengan menggunakan

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

3.8.2.2 Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh nilai pengukuran yang tidak bias dan efisien dari suatu persamaan regresi linear berganda dengan menggunakan metode kuadrat terkecil, harus memenuhi asumsi-asumsi melalui berbagai uji yaitu sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Menurut Husen Umar (2014:181) menjelaskan bahwa “Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak”.

Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui grafik. Jika data menyebar

sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Dalam pelaksanaan pengujiannya normalitas data, peneliti dengan bantuan alat program SPSS versi 23.0 *for windows*. Yaitu dengan *Kolmogorov-Smirnov*. Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut:

1. Perumusan hipotesis masing-masing variabel:
 H_0 : Data berdistribusi normal
 H_a : Data tidak berdistribusi normal
2. Memasukan data dan menganalisis hasil output program SPSS versi 23.0 *for windows*.
3. Kriteria pengambilan pengujian dua yaitu:
Dengan melihat angka probabilitas, dengan ketentuan.
 - a. Probabilitas $> 0,05$ maka H_0 ditolak
 - b. Probabilitas $< 0,05$ maka H_a diterima.

