

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 5 (lima) bulan, dimulai pada bulan Oktober 2020 hingga bulan Februari 2021. Waktu tersebut merupakan waktu yang peneliti rasa tepat untuk melakukan penelitian, karena peneliti melihat sejak awal tahun 2020 penjualan produk sepatu lokal mengalami peningkatan.

3.1.2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Negeri Jakarta dan target responden adalah mahasiswa yang pernah membeli produk sepatu lokal. Penelitian ini dilakukan secara daring melalui *Google Form* yang bertujuan untuk efisiensi waktu dan biaya.

3.2. Pendekatan Penelitian

3.2.1. Metode

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2013). Sedangkan menurut Darmadi (2013), metode penelitian merupakan suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian dapat didefinisikan

sebagai sebuah cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, di mana di dalam prosesnya menggunakan angka-angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data, serta penampilan hasil (Arikunto, 2015). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode survei dengan pendekatan korelasional. Hal ini, karena peneliti ingin mengetahui hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Menurut Azuar Juliandi & Manurung (2014), metode survei merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data dengan menelaah sampel dari suatu populasi yang tersedia. Survei merupakan prosedur dengan memberikan angket atau skala pada satu sampel untuk mendeskripsikan sikap, opini, perilaku, atau karakteristik responden (Alsa, 2004). Sedangkan pendekatan korelasional merupakan penelitian yang ditujukan untuk mengetahui hubungan suatu variabel dengan variabel lain.

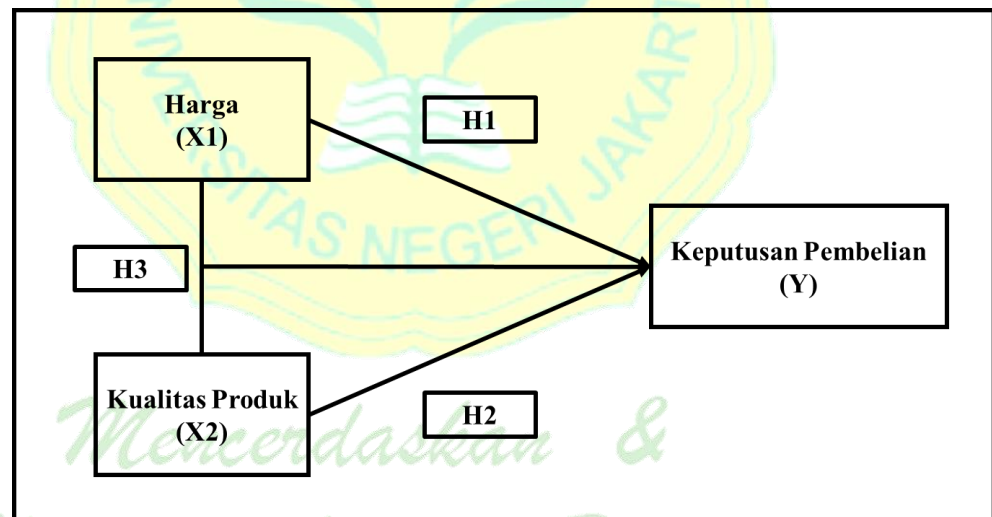
Peneliti menggunakan analisis regresi berganda dalam penelitian ini, untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat serta pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

3.2.2. Konstelasi Pengaruh antar Variabel

Berdasarkan hipotesis yang peneliti rumuskan, bahwa:

1. Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Harga dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Maka, konstelasi hubungan antar variabel penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Konstelasi X1 dan X2 terhadap Y

Sumber: diolah oleh peneliti

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Suharyadi dan Purwanto (2016), populasi adalah kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda, dan ukuran lain, yang menjadi objek perhatian atau kumpulan seluruh

objek yang menjadi perhatian. Sedangkan menurut Sugiyono (2016), 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. Maka populasi dapat didefinisikan sebagai kumpulan orang, benda, atau ukuran lain yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu untuk dipelajari yang dapat dijadikan objek dalam penelitian. Peneliti memilih mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

3.3.2. Sampel

Menurut Suharyadi dan Purwanto (2016), sampel adalah bagian dari populasi tertentu yang menjadi perhatian. Arikunto (2015) mengatakan sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Sampel dapat didefinisikan sebagai bagian dari kumpulan orang, benda, atau ukuran lain yang dijadikan sebagai subjek penelitian. Peneliti menggunakan metode *purposive sampling* untuk mengumpulkan data pada penelitian ini. Menurut Suharyadi dan Purwanto (2016), *purposive sampling* merupakan penarikan sampel dengan pertimbangan tertentu yang didasarkan pada kepentingan atau tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sudah pernah melakukan pembelian produk sepatu lokal sebagai sampel penelitian. Menurut

Hair et al (2010) untuk mendapat hasil yang dapat digeneralisasi direkomendasikan menggunakan rasio 50:1 untuk masing-masing variabel. Hair et al (2010) juga mengatakan, untuk mendapatkan data dengan normalitas yang baik, dapat menggunakan 200 sampel. Berdasarkan pernyataan tersebut, responden yang akan diteliti pada penelitian ini sebanyak 200 mahasiswa.

3.4. Penyusunan Instrumen

3.4.1. Keputusan Pembelian

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah rangkaian proses yang dilewati konsumen dalam mengintegrasikan pengetahuan dan sumber daya yang mereka miliki untuk menentukan pilihan dalam membeli suatu produk untuk memenuhi kebutuhannya.

b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian adalah proses integrasi yang dilakukan konsumen untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Peter & Olson, 2013). Keputusan pembelian terdiri dari empat dimensi, dimensi pertama, pengenalan kebutuhan yang terdiri dari indikator rangsangan internal dan eksternal. Dimensi kedua, pencarian informasi yang terdiri dari indikator sumber pribadi, sumber komersial, dan sumber pengalaman.

Dimensi ketiga, evaluasi alternatif berasal dari indikator memilih diantara dua alternatif atau lebih. Dimensi keempat, keputusan pembelian berasal dari indikator membeli merek yang mereka pilih.

c. Kisi-Kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi instrumen disajikan dalam bentuk butir-butir pernyataan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang dapat mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi instrumen akan dikonsultasikan terlebih dahulu kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yakni seberapa jauh butir-butir indikator telah mengukur variabel keputusan pembelian. Setelah kisi-kisi instrumen disetujui oleh dosen pembimbing, kisi-kisi instrumen akan diuji terlebih dahulu terhadap 30 responden untuk menguji tingkat validitas dan reliabilitas kisi-kisi instrumen, sebelum nantinya akan dijadikan kuisisioner final penelitian.

Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Dimensi	Indikator	Item	Sumber
Pengenalan Kebutuhan	Rangsangan Internal	1. Saya membeli produk sepatu lokal karena sesuai dengan kebutuhan.	Adila dan Aziz (2019)
	Rangsangan Eksternal	2. Saya membutuhkan produk sepatu lokal dengan harga yang murah.	Oblak et al (2017) Adila dan Aziz (2019)

		3. Produk sepatu lokal menyediakan berbagai variasi sepatu yang saya butuhkan.	
Pencarian Informasi	Sumber Pribadi	4. Saya mencari informasi untuk mendapatkan produk sepatu lokal yang berkualitas baik.	Resmi dan Wismiarsi (2015)
	Sumber Komersil	5. Saya mencari informasi mengenai produk sepatu lokal melalui internet.	Oblak et al (2017)
	Sumber Pengalaman	6. Saya mencari informasi mengenai produk sepatu lokal melalui kerabat dan teman.	Oblak et al (2017)
Evaluasi Alternatif	Mempertimbangkan alternatif	7. Saya mempertimbangkan besarnya uang yang saya keluarkan untuk membeli produk sepatu lokal.	Resmi dan Wismiarsi (2015)
		8. Saya mempertimbangkan tempat di mana saya akan membeli produk sepatu lokal.	Adila dan Aziz (2019)
		9. Saya membeli produk sepatu lokal karena penjualannya lebih baik dari produk lain.	
Keputusan Pembelian	Memilih merek yang dipilih	10. Saya membeli produk sepatu lokal yang mempunyai teknologi terbaru.	Resmi dan Wismiarsi (2015)
		11. Bagi saya, harga merupakan pertimbangan yang penting saat membeli produk sepatu lokal.	
		12. Saya membeli produk sepatu lokal lebih banyak ketika ada potongan harga atau promo tertentu.	

Sumber: diolah oleh peneliti

Mencerdaskan & Memartabatkan Bangsa

3.4.2. Harga

a. Definisi Konseptual

Harga merupakan nilai tukar moneter yang dikorbankan konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa dengan tujuan memiliki atau menggunakan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa tersebut.

b. Definisi Operasional

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki suatu produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2013). Terdapat empat dimensi yang dapat mengukur harga, dimensi pertama yaitu harga yang wajar dapat diukur dengan indikator kelayakan harga, harga dapat diterima, harga yang sesuai, dan penerimaan harga. Dimensi kedua, ketetapan harga dapat diukur dengan indikator kejelasan harga, kesesuaian harga, kebenaran harga, dan harga yang jujur. Dimensi ketiga, keandalan harga dapat diukur dengan indikator harga yang baik, harga yang bersaing, harga dapat diandalkan, dan harga dapat dipercaya. Dimensi keempat, harga yang relatif dapat diukur dengan indikator perbandingan harga, harga kompetitif, relativitas harga, dan pertumbuhan harga.

Mencerdaskan &

Memantapkan Bangsa

c. Kisi-Kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam mengukur variabel harga. Kisi-kisi instrumen disajikan dalam bentuk butir-butir pernyataan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang dapat mengukur variabel harga. Kisi-kisi instrumen akan

dikonsultasikan terlebih dahulu kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yakni seberapa jauh butir-butir indikator telah mengukur variabel harga. Setelah kisi-kisi instrumen disetujui oleh dosen pembimbing, kisi-kisi instrumen akan diuji terlebih dahulu terhadap 30 responden untuk menguji tingkat validitas dan reliabilitas kisi-kisi instrumen, sebelum nantinya akan dijadikan kuisisioner final penelitian.

Tabel 3. 2 Kisi-Kisi Instrumen Harga

Dimensi	Indikator	Item	Sumber
Harga yang wajar (<i>fair price</i>)	Harga yang masuk akal	1. Saya memilih harga yang masuk akal saat akan membeli produk sepatu lokal.	Resmi dan Wismiarsi (2015)
	Harga dapat diterima	2. Saya memilih produk sepatu lokal yang karena harganya lebih murah.	Albari (2018)
		3. Saya memilih produk sepatu lokal karena harga yang diberikan dapat saya jangkau.	
Ketetapan harga (<i>fixed price</i>)	Kesesuaian harga	4. Saya memilih produk sepatu lokal karena harganya sesuai dengan manfaat yang diberikan.	Albari (2018)
	Kejelasan harga	5. Saya memilih produk sepatu lokal karena daftar harga yang diberikan jelas.	Albari (2018)
	Harga yang jujur	6. Saya memilih produk sepatu lokal karena harga yang diberikan sama dengan harga pasaran sepatu.	Albari (2018)
Keandalan harga (<i>reliable price</i>)	Harga yang bersaing	7. Saya memilih produk sepatu lokal karena harganya mampu untuk bersaing dengan produk sejenis.	Feizal dan Rachmawati (2018)
	Harga dapat dipercaya	8. Saya memilih produk sepatu lokal karena harga yang diberikan dapat dipercaya.	Feizal dan Rachmawati (2018)
	Harga dapat diandalkan	9. Saya memilih produk sepatu lokal karena harga yang diberikan sebanding dengan kualitas yang saya terima.	Feizal dan Rachmawati (2018)

Harga yang relatif (<i>relative price</i>)	Pertumbuhan harga	10. Saya akan menganggap perubahan harga produk sepatu lokal sebagai kesempatan untuk membeli produk dengan harga lebih rendah.	Feizal dan Rachmawati (2018)
	Relativitas harga	11. Saya memilih produk sepatu lokal karena harganya relatif lebih murah.	Albari (2018)
	Harga kompetitif	12. Saya memilih produk sepatu lokal karena harga yang diberikan bersaing dengan produk sepatu impor.	Albari (2018)
	Perbandingan harga	13. Harga yang dimiliki produk sepatu lokal belum layak diperbandingkan dengan produk sepatu impor.	Albari (2018)

Sumber: diolah oleh peneliti

3.4.3. Kualitas Produk

a. Definisi Konseptual

Kualitas produk merupakan karakteristik suatu produk dengan standar tertentu yang akan dipertimbangkan oleh konsumen dengan mengevaluasi fitur yang dimiliki oleh produk tersebut untuk memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen.

b. Definisi Operasional

Kualitas produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan produk atau jasa tersebut untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan (Kotler & Armstrong, 2013). Kualitas produk dapat diukur oleh beberapa dimensi, antara lain dimensi kinerja yakni karakteristik inti produk, dimensi keistimewaan

yakni karakteristik sekunder atau tambahan yang dimiliki suatu produk, dimensi keandalan yakni keberhasilan produk menjalankan fungsi dalam waktu tertentu, dimensi kesesuaian produk dengan spesifikasi yakni kesesuaian produk dengan standar yang ditetapkan, dimensi daya tahan yakni berapa lama produk dapat bertahan, dimensi estetika yakni daya tarik produk dari segi fisik, dimensi kesan kualitas yakni persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas produk, dan dimensi kemudahan perbaikan yakni kemudahan dalam menangani keluhan.

c. Kisi-Kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam mengukur variabel kualitas produk. Kisi-kisi instrumen disajikan dalam bentuk butir-butir pernyataan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang dapat mengukur variabel kualitas produk. Kisi-kisi instrumen akan dikonsultasikan terlebih dahulu kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yakni seberapa jauh butir-butir indikator telah mengukur variabel kualitas produk. Setelah kisi-kisi instrumen disetujui oleh dosen pembimbing, kisi-kisi instrumen akan diuji terlebih dahulu terhadap 30 responden untuk menguji tingkat validitas dan reliabilitas kisi-kisi

instrumen, sebelum nantinya akan dijadikan kuisioner final penelitian.

Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Produk

Dimensi	Indikator	Item	Sumber
Kinerja (<i>performance</i>)	Karakteristik inti produk	1. Secara keseluruhan produk sepatu lokal memiliki kinerja yang baik. 2. Kinerja produk sepatu lokal memiliki kinerja yang lebih baik dari produk lain. 3. Produk sepatu lokal memberikan kinerja yang konsisten.	Das Guru dan Paulssen (2020)
Keistimewaan tambahan (<i>features</i>)	Karakteristik tambahan	4. Produk sepatu lokal memberikan desain kemasan yang menarik. 5. Inovasi fitur insole (alas dalam sepatu) yang dimiliki produk sepatu lokal meningkatkan kenyamanan pemakaian.	Das Guru dan Paulssen (2020) Aryadhe dan Rastini (2016)
Keandalan (<i>reliability</i>)	Berfungsi dengan baik	6. Produk sepatu lokal memiliki tingkat kecacatan yang rendah. 7. Produk sepatu lokal memiliki tingkat kecacatan yang lebih rendah dibanding produk lain	Das Guru dan Paulssen (2020)
Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance to Specification</i>)	Sesuai dengan standar	8. Bahan yang dimiliki produk sepatu lokal sudah sesuai dengan standar spesifikasi yang ditetapkan. 9. Daya tahan yang dimiliki produk sepatu lokal sudah sesuai dengan standar spesifikasi yang ditetapkan.	Das Guru dan Paulssen (2020)
Daya tahan (<i>durability</i>)	Ketahanan Produk	10. Produk sepatu lokal memiliki daya tahan yang lebih lama dibanding produk lain. 11. Produk sepatu lokal memiliki daya tahan untuk jangka waktu yang panjang. 12. Produk sepatu lokal dapat bekerja dengan sempurna dalam jangka panjang meskipun dengan kondisi ekstrim.	Das Guru dan Paulssen (2020)
Estetika (<i>aesthetic</i>)	Daya tarik visual	13. Produk sepatu lokal memiliki daya tarik tersendiri.	Das Guru dan

		14. Secara keseluruhan produk sepatu lokal memberikan daya tarik yang baik.	Paulssen (2020)
		15. Produk sepatu lokal memiliki daya tarik yang lebih baik dibanding produk lain.	
Kesan Kualitas	Persepsi produk	16. Kualitas yang diberikan produk sepatu lokal sesuai dengan apa yang saya bayangkan.	Afnina dan Hastuti (2018)

Sumber: diolah oleh peneliti

3.4.4. Skala Pengukuran

Untuk mengukur butir pernyataan diperlukan skala pengukuran, sehingga dapat diketahui butir pernyataan yang valid atau tidak. Menurut Sukardi (2014) masyarakat Indonesia cenderung memberikan jawaban pada kategori tengah, sehingga peneliti tidak memperoleh informasi pasti. Berdasarkan pernyataan tersebut peneliti menggunakan skala Likert dengan 6 poin sebagai alat pengukuran. Skala Likert yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 3. 4 Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	6	1
2.	Setuju (S)	5	2
3.	Sedikit Setuju (SDS)	4	3
4.	Sedikit Tidak Setuju (SDTS)	3	4
5.	Tidak Setuju (TS)	2	5
6.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	6

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2013) mengungkapkan, berdasarkan sumbernya, data terbagi menjadi dua macam, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer

merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau objek penelitian dilakukan, seperti data wawancara, angket, dan observasi. Sedangkan data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan yang sedang dihadapi serta dapat ditemukan dengan cepat, seperti data yang sudah dikumpulkan oleh suatu lembaga.

Berdasarkan sumber datanya, data penelitian ini merupakan data primer. Karena peneliti mengumpulkan data dengan metode survei melalui instrumen angket atau kuisisioner. Angket atau kuisisioner merupakan pertanyaan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat serta persepsi responden tentang variabel yang akan diteliti (Azuar Juliandi & Manurung, 2014). Peneliti menggunakan angket tertutup dalam mengumpulkan data, di mana pilihan jawaban sudah peneliti sediakan untuk responden dalam memilih persepsi atau pendapatnya terhadap pernyataan yang tersedia. Peneliti menyebarkan angket atau kuisisioner melalui *Google Form* kepada responden. Setelah angket selesai diisi responden, data yang diperoleh akan diolah peneliti untuk kepentingan penelitian.

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen. Tujuannya adalah untuk menunjukkan tingkat ketepatan instrumen dalam mengukur suatu variabel. Butir kisi-kisi instrumen dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir

kisi-kisi instrumen dikatakan tidak valid atau drop. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan rumus *Pearson product moment* (Sugiyono, 2016) menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 22, dengan rumus dasar sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum X^2 \sum Y^2}}$$

Keterangan:

r_{xy} : korelasi antara variabel x dengan y

x : $(x_i - \bar{x})$

y : $(y_i - \bar{y})$

1. Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 3.5 merupakan hasil uji coba instrumen penelitian variabel keputusan pembelian menggunakan *Pearson Product Moment*. Data diuji coba kepada 30 responden, makan menghasilkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3. 5 Uji Validasi Item Keputusan Pembelian

No. Butir	r_{hitung}	$r_{tabel} (df = n-1)$	Validitas
1	0,125	0,361	Drop
2	0,372	0,361	Valid
3	0,531	0,361	Valid
4	0,557	0,361	Valid
5	0,595	0,361	Valid
6	0,380	0,361	Valid
7	0,533	0,361	Valid
8	0,650	0,361	Valid
9	0,567	0,361	Valid
10	0,680	0,361	Valid
11	0,520	0,361	Valid
12	0,636	0,361	Valid

Perhitungan pada tabel 3.5 menunjukkan bahwa butir pernyataan 1 memiliki nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$. Artinya, butir tersebut dinyatakan *drop*. Sehingga butir tersebut tidak akan digunakan pada instrumen penelitian final.

2. Uji Validitas Instrumen Harga (X1)

Tabel 3.6 merupakan hasil uji coba instrumen penelitian variabel keputusan pembelian menggunakan *Pearson Product Moment*. Data diuji coba kepada 30 responden, makan menghasilkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3. 6 Validasi Item Harga

No. Butir	r_{hitung}	$r_{tabel} (df = n-1)$	Validitas
1	0,609	0,361	Valid
2	0,687	0,361	Valid
3	0,765	0,361	Valid
4	0,759	0,361	Valid
5	0,653	0,361	Valid
6	0,738	0,361	Valid
7	0,715	0,361	Valid
8	0,717	0,361	Valid
9	0,572	0,361	Valid
10	0,283	0,361	Drop
11	0,743	0,361	Valid
12	0,586	0,361	Valid
13	-0,178	0,361	Drop

Perhitungan pada tabel 3.6 menunjukkan bahwa butir pernyataan 10 dan 13 memiliki nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$. Artinya, kedua butir tersebut dinyatakan *drop*. Sehingga butir tersebut tidak akan digunakan pada instrumen penelitian final.

3. Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk (X2)

Tabel 3.7 merupakan hasil uji coba instrumen penelitian variabel keputusan pembelian menggunakan *Pearson Product Moment*. Data diuji coba kepada 30 responden, makan menghasilkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$.

Tabel 3. 7 Uji Validitas Item Kualitas Produk

No. Butir	r_{hitung}	$r_{\text{tabel}} (df = n-1)$	Validitas
1	0,760	0,361	Valid
2	0,782	0,361	Valid
3	0,756	0,361	Valid
4	0,789	0,361	Valid
5	0,730	0,361	Valid
6	0,820	0,361	Valid
7	0,842	0,361	Valid
8	0,783	0,361	Valid
9	0,924	0,361	Valid
10	0,848	0,361	Valid
11	0,833	0,361	Valid
12	0,720	0,361	Valid
13	0,572	0,361	Valid
14	0,635	0,361	Valid
15	0,753	0,361	Valid
16	0,805	0,361	Valid

Perhitungan pada tabel III.X menunjukkan bahwa seluruh

butir pernyataan memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Artinya, seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan akan digunakan pada instrumen penelitian final.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang. Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan rumus *Alpha-Cronbach's* melalui bantuan aplikasi SPSS versi 22, dengan rumus dasar sebagai berikut.

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left(\frac{\sum si^2}{st^2} \right)$$

Keterangan:

r_{ii} : Koefisien reliabilitas

$\sum si^2$: Jumlah varian skor item butir soal

st^2 : Varian skor total

Tabel 3. 8 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Harga	0,728
Kualitas Produk	0,951
Keputusan Pembelian	0,744

Perhitungan pada tabel 3.8 menunjukkan bahwa instrumen pada setiap variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70. Instrumen pengurusan variabel dapat dinyatakan andal atau reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 (Ghozali, 2018). Sehingga, instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang.

3.6.3. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan analisis data yang memberikan gambaran umum variabel yang diteliti berdasarkan data yang telah terkumpul. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pemusatan data, seperti nilai range, nilai minimum dan maksimum, nilai rata-rata (*mean*), nilai tengah (*median*), data yang sering muncul (*modus*), sampai standar deviasi.

3.6.4. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Ghozali (2018) mengatakan uji normalitas merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Apabila model regresi memiliki nilai residual yang berdistribusi normal atau mendekati normal, model regresi tersebut dapat dikatakan baik. Untuk mendeteksi residual berdistribusi normal atau tidak, dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik.

Pengambilan keputusan dengan analisis grafik, dapat ditentukan sebagai berikut:

- 1) Model regresi dinyatakan normal jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal
- 2) Model regresi dinyatakan tidak normal jika data menyebar jauh dari garis diagonal meskipun mengikuti arah diagonal

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan uji statistik (uji *Kolmogorov-Smirnov*) untuk mendeteksi apakah model yang peneliti gunakan berdistribusi normal atau tidak. Rumusan hipotesis dapat ditentukan sebagai berikut:

- 1) H_0 : Data berdistribusi normal
- 2) H_a : Data tidak berdistribusi normal

Uji statistik tingkat kenormalan distribusi data, dapat dilakukan dengan kriteria berikut:

- 1) Apabila signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- 2) Apabila signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel terikat dengan variabel bebas memiliki hubungan linier atau tidak secara signifikan (Sugiyono & Sutanto, 2015). Peneliti menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05.

Dua variabel memiliki hubungan linear apabila tingkat signifikansi $< 0,05$.

Rumusan hipotesis dalam menguji asumsi linieritas ditentukan sebagai berikut:

- 1) H_0 : Regresi linier
- 2) H_a : Regresi tidak linier

Kriteria yang ditentukan untuk menentukan linearitas data adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 ditolak H_a diterima jika signifikansi $> 0,05$
- 2) H_0 diterima H_a ditolak jika signifikansi $< 0,05$

3.6.5. Persamaan Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2016) untuk mengukur lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat maka pengukuran dapat dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Dengan begitu, analisis regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi hubungan antara dua variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y). Rumus yang digunakan dalam analisis regresi sederhana yaitu:

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

\hat{Y} = variabel terikat

α = konstanta (nilai \hat{Y} apabila $X=0$)

β_1 = koefisien regresi variabel bebas pertama

β_2 = koefisien regresi variabel bebas kedua

X_1 = variabel bebas pertama

X_2 = variabel bebas kedua

3.6.6. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (uji t)

Uji signifikansi parsial atau uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas (X) secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Y) (Kuncoro, 2011).

Hipotesis nol (H_0) yang akan diuji adalah apakah suatu parameter (b_1) sama dengan nol, yang berarti variabel bebas bukan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

$$H_0 : b_1 = 0$$

Hipotesis alternatif (H_a) yang akan diuji adalah apakah suatu parameter (b_1) tidak sama dengan nol, yang berarti variabel bebas merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

$$H_a : b_1 \neq 0$$

Pengambilan keputusan hasil analisis dengan mempertimbangkan kriteria berikut:

- 1) Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji Signifikansi Simultan (uji F)

Uji statistik f pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh antara dua variabel bebas secara simultan dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} .

Hipotesis uji F dapat ditentukan sebagai berikut:

- 1) $H_0 : b_1 = b_2 = 0$, maka tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel X terhadap variabel Y.
- 2) $H_a : b_1 \neq b_2 \neq 0$, maka terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel X terhadap variabel Y.

Pengambilan keputusan hasil analisis dengan mempertimbangkan kriteria berikut:

- 1) Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.6.7. Analisis Koefisien Korelasi

a. Koefisien Korelasi Parsial (Analisis Koefisien *Pearson*)

Koefisien korelasi parsial yang dikembangkan oleh Pearson merupakan suatu teknik statistika yang digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antar dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat (Suharyadi & Purwanto, 2016).

Peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22 untuk menguji analisis koefisien korelasi parsial *Pearson* pada penelitian ini, dengan rumus dasar sebagai berikut.

Koefisien korelasi parsial antara Y dengan X1

$$r_{yx1} = \frac{r_{X_1Y} - r_{X_2Y} \cdot r_{X_1X_2}}{\sqrt{\{1-(r_{X_2Y})^2\}\{1-(r_{X_1X_2})^2\}}}$$

Koefisien korelasi parsial antara Y dengan X2

$$r_{yx2} = \frac{r_{X_2Y} - r_{X_1Y} \cdot r_{X_1X_2}}{\sqrt{\{1-(r_{X_1Y})^2\}\{1-(r_{X_1X_2})^2\}}}$$

Keterangan :

r_{yx1} : koefisien korelasi parsial X1 dengan Y, mengendalikan X2

r_{yx2} : koefisien korelasi parsial X2 dengan Y, mengendalikan X1

r_{x_1y} : koefisien korelasi parsial X1 dengan Y

r_{x_2y} : koefisien korelasi parsial X2 dengan Y

$r_{x_1x_2}$: koefisien korelasi parsial X1 dengan X2

b. Koefisien Korelasi Simultan

Koefisien korelasi simultan digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas secara simultan dengan variabel terikat dalam model regresi. Peneliti melakukan uji korelasi simultan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22, dengan rumus dasar sebagai berikut.

$$R_{x_1x_2y} = \frac{r^2x_1y + r^2x_2y \cdot r_{x_1y} \cdot r_{x_1x_2y} \cdot r_{x_1x_2}}{1 - r^2x_1x_2}$$

Keterangan:

$R_{x_1x_2y}$: koefisien korelasi antara variabel X1 dan X2
terhadap Y

rx_{1y} : koefisien korelasi parsial X1 dengan Y

rx_{2y} : koefisien korelasi parsial X2 dengan Y

rx_{1x_2} : koefisien korelasi parsial X1 dengan X2

3.6.8. Perhitungan Koefisien Determinasi

Menurut Suharyadi dan Purwanto (2016), koefisien determinasi atau *R square* (R^2) merupakan kemampuan variabel X (variabel bebas) mempengaruhi variabel Y (variabel terikat). Koefisien determinasi dapat menunjukkan keragaman total variabel terikat (Y) dapat diterangkan atau diperhitungkan oleh keragaman variabel bebas (X). Semakin besar koefisien determinasi, menunjukkan semakin baik kemampuan variabel bebas (X) menerangkan atau memperhitungkan variabel terikat (Y). Peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22 untuk menghitung koefisien determinasi atau *R square* (R^2).