

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Pada bab ini yang menjadi objek penelitian adalah kualitas produk, harga dan proses keputusan pembelian pada PT. Suryaputra Sarana Bandung yang terletak di Jalan Abdul Rahman Saleh No.4 Bandung.

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT.Suryaputra Sarana bermula dari sebuah perusahaan dagang dengan nama PD.Surya Motor, didirikan oleh almarhum Bapak Setiawan Sumadirdja pada tanggal 1 April 1980 dan beralamat di Jalan Pesantren Wetan No.7 Bandung. Pada bulan Februari 1986, PD.Surya Motor pindah ke Jalan Jenderal Sudirman No.776-778 dan berganti nama menjadi PT.Suryaputra Sarana yang merupakan sebuah *showroom* mobil Mitsubishi. PT.Suryaputra Sarana didirikan berdasarkan Akta No. 8 tanggal 7 April 1989 dengan notaris Nanny Sukarja, S.H., akta pendirian ini telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan No. C2-360-HT.01.01, tanggal 22 Januari 1990 serta telah diumumkan dalam Lembaran Berita Negara Republik Indonesia No. 29 tambahan No. 1323, tanggal 10 April 1990. Anggaran dasar perusahaan telah mengalami perubahan dengan akta notaris yang sama No.8 tanggal 6 Maret 1998 mengenai peningkatan modal dasar, akta pendirian tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam surat keputusan No. C2-5813-HT.01.04, tanggal 3 Juni 1998.

Seiring dengan perkembangan zaman dan kian maraknya industri otomotif serta didukung oleh tenaga-tenaga profesional maka perusahaan dagang ini pun berkembang. Tahun 2000, ibu Teten Herawati sebagai pemilik sekaligus direktur mendirikan PT.Suryaputra Sarana yang kedua, beralamat di Jalan Dr. Abdulrachman Saleh No.4 Bandung, melayani penjualan suku cadang (*sparepart*), bengkel (*service* dan pemeliharaan) serta *showroom* dan penjualan mobil Mitsubishi. Anggaran dasar perusahaan kembali mengalami perubahan

yang diaktakan oleh notaris Efamia Sujarwati Salim, SH., No. 13 Tahun 2001 serta telah disahkan oleh Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan no surat C-07777-HT.01.04. Tahun 2001 dan terakhir anggaran dasar kembali mengalami perubahan dengan akta notaris yang dibuat oleh Efamia Sujarwati Salim, SH., No. 30 Januari Tahun 2004. Pada Maret 2011 sampai sekarang, bapak Anum Senopati diangkat menjadi direktur menggantikan ibu Teten Herawati.

PT.Suryaputra Sarana merupakan salah satu dealer resmi PT.Krama Yudha Tiga Berlian Motor untuk daerah Bandung dan sekitarnya. Visi PT.Suryaputra Sarana adalah menjadi dealer Mitsubishi terbaik di Bandung serta misi PT.Suryaputra Sarana adalah memberikan layanan terbaik bagi setiap pelanggannya, baik dalam hal penjualan mobil Mitsubishi, penjualan suku cadang (*sparepart*) Mitsubishi dan perbaikan (*service*) dan pemeliharaan. PT.Suryaputra Sarana pun memiliki budaya perusahaan yang berlandaskan asas kekeluargaan dan kerja sama dimana PT.Suryaputra Sarana berusaha memperhatikan dan meningkatkan kesejahteraan karyawannya dengan cara memberikan fasilitas kesehatan berupa senam aerobik untuk para karyawan setiap hari jumat, fitness pada hari rabu, dan badminton pada hari sabtu, memberikan kredit kendaraan tanpa bunga, memberikan asuransi jamsostek, dan memberikan susu (khusus kepada karyawan divisi bengkel dan *sparepart*) pada hari rabu dan sabtu.

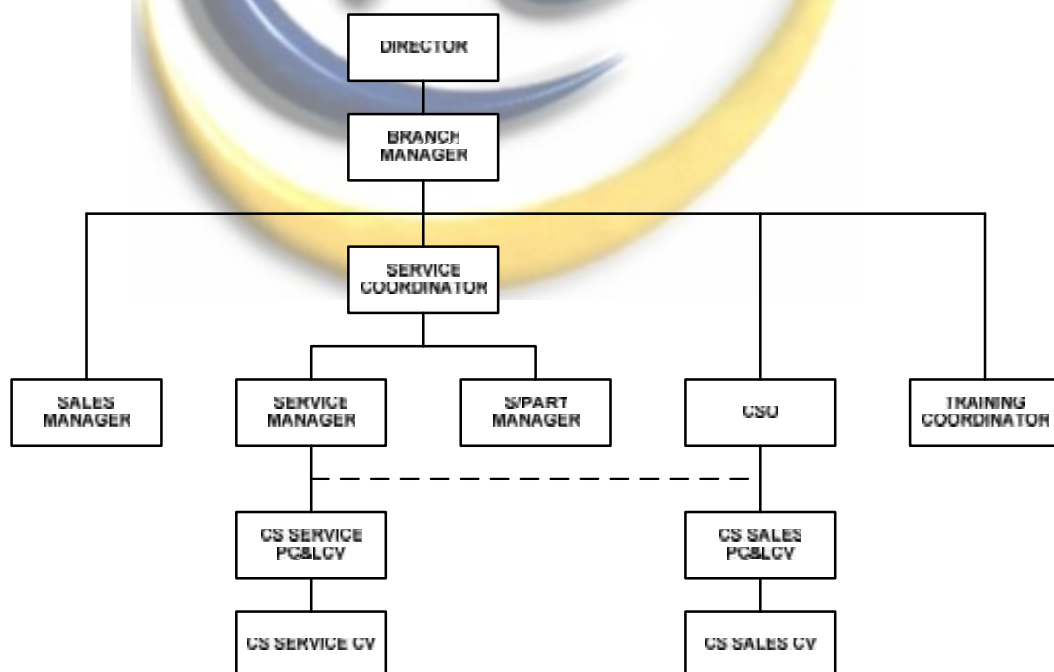
3.1.2 Struktur Organisasi PT.Suryaputra Sarana Bandung

Menurut Webster, organisasi adalah struktur eksekutif dari bisnis dimana struktur tersebut harus menempatkan karyawan dari berbagai tingkat kemampuan untuk mencapai efisiensi maksimal. Menurut Eddy Soeryanto Soegoto, organisasi adalah pengelompokan orang secara terstruktur yang bekerja bersama untuk mencapai suatu tujuan. Organisasi terdiri atas tiga unsur utama, yaitu interaksi manusia, aktivitas yang diarahkan oleh tujuan dan struktur.

Struktur organisasi merupakan rangka kerja sama dari berbagai bagian menurut pola yang tertib, penyusunan yang logis dan hubungan yang serasi dimana didalamnya mencakup tugas-tugas, hubungan-hubungan, fungsi-fungsi,

wewenang dan tanggung jawab tiap anggota organisasi. Menurut Eddy Soeryanto Soegoto, struktur organisasi merupakan spesifikasi pekerjaan yang harus dilakukan di dalam organisasi beserta cara-cara mengaitkan suatu pekerjaan dengan pekerjaan lainnya.

Jenis-jenis struktur organisasi ada banyak, diantaranya struktur organisasi garis/lini, organisasi garis dan staf, organisasi matriks, organisasi komite, organisasi fungsional dan lain-lain. Jenis struktur organisasi yang ada di PT.Suryaputra Sarana adalah struktur organisasi fungsional. Salah satu ciri struktur organisasi fungsional adalah menghendaki adanya spesialisasi. Struktur organisasi fungsional memiliki sisi positif dan sisi negatif. Sisi positif dari struktur organisasi fungsional adalah masing-masing kepala divisi fokus memperhatikan bagian/divisinya, tiap orang dapat mempelajari bidangnya sehingga memiliki keahlian khusus, dapat menghemat waktu serta mementingkan tanggung jawab dari tiap anggotanya. Sisi negatif dari struktur organisasi fungsional adalah sering terjadi perselisihan antar atasan, sulit menyatukan pekerjaan yang telah terbagi-bagi serta manusia dianggap mesin sehingga tidak ada pengembangan karier.



Gambar 3.1

Struktur Organisasi PT Suryaputra Sarana

3.1.3 Job Description PT. Suryaputra Sarana Bandung

Berdasarkan pada struktur organisasi yang ada di PT.Suryaputra Sarana maka jabatan-jabatan yang ada di PT.Suryaputra Sarana beserta dengan tugas dan wewenangnya, adalah sebagai berikut:

1. *Director*

Tugas dan wewenangnya adalah sebagai penanggung jawab, sebagai pengambil keputusan, menentukan kebijakan-kebijakan perusahaan serta mengawasi direktur secara langsung.

2. *Branch Manager*

Tugas dan wewenangnya adalah merencanakan, merumuskan dan menetapkan tujuan perusahaan, membuat rencana perusahaan jangka pendek dan jangka panjang, menentukan target *profit* perusahaan, mengkoordinasi dan mengawasi seluruh kegiatan perusahaan serta mengawasi kepala penjualan, kepala keuangan, koordinator *sparepart*, koordinator *service*, kepala akuntansi & pajak serta kepala personalia & umum secara langsung. Direktur bertanggung jawab kepada presiden direktur.

3. *Service Coordinator*

Tugas dan wewenangnya adalah bertanggung jawab terhadap kegiatan *service* dan pemeliharaan kendaraan, mengontrol kegiatan *service* agar sesuai dengan program kerja yang telah ditetapkan serta mengawasi langsung *service head*.

4. *Sales Manager*

Tugas dan wewenangnya adalah mengkoordinir *salesman-salesman* yang berada di dalam timnya agar tercapai hasil penjualan yang maksimal, memotivasi para *salesman* yang berada di dalam timnya, mendampingi anggota timnya yang tidak mencapai target penjualan serta mensosialisasikan cara pencapaian target penjualan.

5. *Service Manager*

Tugas dan wewenangnya adalah bertanggung jawab atas kelancaran kerja di bengkel, melaksanakan program kerja yang telah dibuat oleh koordinator *service*, meningkatkan keterampilan teknis para montir baik teori maupun

praktek, mengawasi *front section chief*, serta melakukan pengadaan peralatan bengkel untuk menunjang kegiatan bengkel.

5. *S/Part Manager*

Tugas dan wewenangnya adalah mengontrol jumlah suku cadang (*sparepart*), menentukan penempatan *sparepart* di gudang, mengawasi langsung administrasi *sparepart* serta mengawasi persediaan *sparepart* di gudang.

6. *CSO*

Tugas dan wewenangnya adalah melakukan kegiatan penjualan mobil maupun *sparepart* dengan baik dan jujur sehingga tercapai target penjualan, menjalin hubungan dan komunikasi yang baik dengan pelanggan, mencari area pemasaran baru serta mencari pelanggan baru.

7. *Training Coordinator*

Tugas dan wewenangnya adalah melakukan perekrutan pegawai, *mentraining* para pegawai dengan memberikan pelatihan-pelatihan, mengawasi pegawai yang ada, mensosialisasikan peraturan pemerintah mengenai ketenagakerjaan, menentukan kebijakan mengenai fasilitas yang akan diberikan kepada pegawai, menentukan besar kenaikan gaji pegawai serta menetapkan peraturan kerja bagi seluruh pegawai beserta sanksinya apabila terjadi pelanggaran.

8. *CS Service*

Tugas dan wewenangnya adalah mengawasi langsung administrasi *service*, membuat perintah perbaikan (*work order*), memberikan penjelasan kepada pelanggan mengenai perbaikan yang dilakukan serta rincian biayanya, mengevaluasi *free service* yang diberikan kepada pelanggan serta bertanggung jawab kepada *service head*.

9. *CS Sales*

Tugas dan wewenangnya adalah bertanggung jawab atas kondisi *showroom* serta *melayani* setiap pelanggan yang datang ke *showroom* dengan sebaik mungkin baik menyangkut penjualan, *service*, keluhan-keluhan maupun keperluan administrasi.

3.1.4 Aktivitas PT.Suryaputra Sarana Bandung

PT.Suryaputra Sarana memiliki tiga aktivitas utama, yaitu:

1. Bengkel (*service* dan pemeliharaan kendaraan)

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan adalah menerima kendaraan *customer* yang masuk ke PT.Suryaputra Sarana oleh *front lady*, baik yang tujuannya untuk diperbaiki/*diservice* maupun hanya untuk pemeliharaan saja. Lalu *front lady* mengestimasi pekerjaan yang akan dilakukan beserta biaya perbaikan/pemeliharaannya. Setelah *customer* menyetujui estimasi pekerjaan maupun harga yang telah dibuat maka *mechanic* langsung memperbaiki kendaraan atau melakukan pemeliharaan kendaraan secara efektif dan efisien. Terakhir *final checker* melakukan pemeriksaan ulang kendaraan sebelum diserahkan kembali kepada *customer*.

Sebagian besar kendaraan *customer* yang diperbaiki/*diservice* biasanya dibeli dari PT.Suryaputra Sarana, akan tetapi PT.Suryaputra Sarana dapat melayani kendaraan selain kendaraan Mitsubishi. Kegiatan *service* dan pemeliharaan kendaraan tidak hanya dilakukan di bengkel PT.Suryaputra Sarana, akan tetapi PT.Suryaputra Sarana dapat melayani *service* dan pemeliharaan kendaraan di tempat *customer*, baik di rumah *customer* maupun di perusahaan/tempat usaha *customer* (*Mobile Workshop*).

2. *Showroom* dan Penjualan mobil

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan adalah menyediakan ruang pameran (*showroom*) untuk mobil-mobil Mitsubishi, memberikan informasi kepada *customer* yang datang ke *showroom* baik informasi mengenai produk maupun harga produk, melakukan penjualan mobil baik penjualan melalui *salesman* maupun *sales counter*, mengevaluasi hasil penjualan mobil, mencari pelanggan baru, serta melakukan promosi penjualan seperti *customer* yang membeli kendaraan di PT.Suryaputra Sarana akan mendapatkan dua kali *service* gratis. *Service* gratis pertama dilakukan ketika mobil berada pada jarak tempuh 1.000 km dan *service* gratis kedua dilakukan ketika mobil berada pada jarak tempuh 5.000 km.

Kegiatan lainnya yaitu perusahaan mengingatkan para *customernya* melalui surat, SMS, telepon, fax, bahkan email, ketika kendaraannya harus menjalani proses pengecekan. Mobil Mitsubishi yang dijual diantaranya adalah Lancer, Eterna, Gallant, L300, T120, Pajero, Kuda, Grandis dan lain-lain.

3. Penjualan suku cadang (*sparepart*)

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan adalah menjual suku cadang (*sparepart*) Mitsubishi, dimana sebelumnya perusahaan harus melakukan pemesanan suku cadang (*sparepart*) agar perusahaan memiliki persediaan suku cadang (*sparepart*) untuk dijual kepada *customer* maupun untuk memenuhi kebutuhan bengkel, serta mengawasi persediaan suku cadang (*sparepart*) tersebut agar tidak terjadi kekurangan maupun kelebihan persediaan suku cadang (*sparepart*).

Penjualan suku cadang (*sparepart*) dilakukan ke toko-toko, bengkel, maupun perusahaan-perusahaan melalui *salesman* maupun penjualan secara langsung saat kendaraan *customer* sedang diperbaiki maupun dalam pemeliharaan di bengkel PT.Suryaputra Sarana. Jenis-jenis suku cadang (*sparepart*) yang dijual diantaranya yaitu bushing, bolt, oil seal, fuel filter, absorber, rep kit, dan lain-lain.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Metode yang digunakan

Metode yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian deskriptif verifikatif. Data penelitian yang diperoleh tersebut diolah, dianalisis secara kuantitatif. Serta diproses lebih lanjut dengan alat bantu berupa dasar-dasar teori yang dipelajari sebelumnya sehingga dapat memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti dan kemudian dari hasil tersebut ditarik kesimpulan

Metode Deskriptif menurut **Sugiyono (2015:29)** adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Metode deskriptif ini merupakan metode yang bertujuan untuk mengetahui sifat serta hubungan yang lebih mendalam antara dua variabel dengan cara mengamati aspek-aspek tertentu secara lebih spesifik untuk memperoleh data yang sesuai dengan masalah yang ada dengan tujuan penelitian, dimana data tersebut diolah, dianalisis, dan diproses

lebih lanjut dengan dasar teori-teori yang telah dipelajari sehingga data tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan.

Kemudian definisi metode verikatif menurut **Masyhuri (2010:45)** sebagai berikut:

“Metode verifikatif yaitu memeriksa benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan.”

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Terdapat dua variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Yaitu variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain yang tidak bebas (*dependent variable*). Variabel bebas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X_1) dan harga (X_2).

2. Variabel terikat (*dependent variabel*)

Yaitu variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain (*independent variabel*). Variabel terikat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Kualitas produk (variable X_1)	kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan Sabran (2011:143)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Performance</i> (kinerja) • <i>Reliability</i> (kehandalan) • <i>Durability</i> (daya tahan) 	<ul style="list-style-type: none"> - Kualitas kinerja yang baik - Mudah memperoleh sparepart - Tidak mudah rusak - Kehandalan dalam waktu lama - Daya tahan lama - Awet digunakan 	Ordinal

		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Serviceability</i> (kemudahan layanan) • <i>Perceived quality</i> (kesan kualitas) 	<ul style="list-style-type: none"> - Transaksi pembelian mudah dan cepat - Pelayanan yang ramah - Segel sebagai jaminan kualitas - Kualitas sesuai dengan harapan konsumen 	
Harga (X_2)	Nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang Alma (2012:169)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Perceived price</i> 2. <i>Perceived Quality</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Harga terjangkau - Harga lebih murah - Harga kompetitif - Harga sesuai dengan kualitas yang dirasakan - Harga dirasakan wajar - Harga bersaing 	Ordinal
Proses Keputusan Pembelian (Y)	Tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk Kotler dan Keller (2012;220)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Berkunjung karena mempunyai kebutuhan - Berkunjung karena telah dikenal sebelumnya - Berkunjung karena telah merasakan manfaatnya - Mencari informasi yang akan dikunjungi - Mencari informasi lewat keluarga, teman, tetangga - Mendapat informasi lewat 	ordinal

			iklan	
		3. Evaluasi informasi	<ul style="list-style-type: none"> - Telah melalui proses perbandingan - Berusaha mencari manfaat dari produk - Memilih melakukan pembelian 	
		4. Perilaku pasca pembelian	<ul style="list-style-type: none"> - Merasa puas setelah melakukan pembelian - Memutuskan melakukan pembelian ulang - Menginformasikan kepada orang lain 	

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan dari pengamatan langsung pada perusahaan tempat penulis melakukan penelitian. Dalam penelitian ini penulis memperoleh data primer dari perusahaan tempat penulis melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen PT. Suryaputra Sarana Bandung .
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari studi kepustakaan dengan mempelajari literatur-literatur baik berupa buku-buku perpustakaan, karya ilmiah, literatur, jurnal dan referensi-referensi yang berhubungan dengan penelitian.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Adapun dalam pengumpulan data digunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

1. Studi pustaka (*library research*)

Merupakan penelitian secara teoritis untuk memperoleh data sekunder yang dilakukan untuk mendapatkan teori yang diperlukan sebagai landasan teori masalah yang akan diteliti.

2. Penelitian lapangan (*field research*)

Merupakan penelitian lapangan yang dilakukan untuk memperoleh data primer dengan cara sebagai berikut:

- a. Kuesioner, yaitu usaha untuk memperoleh data yang diperlukan dengan membuat daftar pertanyaan atau pernyataan secara tertulis dan diberikan kepada responden secara acak.
- b. Meneliti dan mengumpulkan dokumen-dokumen perusahaan yang diperlukan.

3.2.5 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel

Di dalam penelitian, tidaklah selalu untuk meneliti seluruh jumlah individu dalam populasi karena di samping memakan biaya besar juga akan membutuhkan waktu yang lama. Karena itu, dari populasi tersebut dapat diambil suatu jumlah sampel yang memadai dan cukup *representative* dalam mewakili populasinya, untuk diteliti.

Berikut adalah pengertian populasi menurut Nazir (2011:271) :

“Populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan”.

Pengertian populasi menurut Sekaran dalam Zulganef (2008:133):

Populasi sebagai keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal-hal yang menarik bagi peneliti untuk ditelaah.

Apabila dalam populasi terdapat jumlah yang besar yang mengakibatkan peneliti tidak mungkin dapat mempelajari semua yang ada pada populasi oleh karena terbatasnya waktu dan biaya yang dimiliki oleh peneliti, maka peneliti

mengambil sebagian sampel untuk diteliti yang tentunya mewakili populasi tersebut. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang datang ke PT. Suryaputra Sarana Bandung.

Sedangkan sampel menurut **Sugiyono (2015:73)** adalah sebagai berikut :

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Metode pengambilan sampel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode *Probability Sampling* yaitu metode sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. **Nazir (2011:325)**.

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan iterasi, karena jumlah populasi belum diketahui. Menurut **Sitepu** dalam Meiditia **(2015)** penggunaan metode iterasi sesuai dengan alat analisis yang digunakan dalam pengujian hipotesis. Langkah perhitungan ukuran sampel dengan metode iterasi :

1. Tentukan perkiraan besarnya koefisien korelasi terkecil berdasarkan keterangan sekunder, kepakaran peneliti dalam bidang yang akan diteliti, kerangka pemikiran tertentu, secara intuisi, atau keterangan-keterangan lainnya.
2. Tentukan taraf nyata () dan kuasa uji (1-) yang diinginkan dalam penelitian.
3. Lihat tabel Distribusi Normal dengan memperhatikan arah uji, apakah satu arah atau dua arah.
4. Secara iteratif hitung ukuran sampel.

Pada iterasi pertama gunakan rumus

$$U_p = \frac{1}{2} \text{Ln} \left(\frac{1+\rho}{1-\rho} \right) \quad n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U_p)^2} + 3$$

Pada iterasi kedua gunakan rumus

$$U_p = \frac{1}{2} \text{Ln} \left(\frac{1+\rho}{1-\rho} \right) + \frac{\rho}{2(n-1)}, \quad n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U_p)^2} + 3$$

Keterangan :

- = koefisien korelasi
- $Z_{1-\alpha}$ = konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal
- $Z_{1-\beta}$ = konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal
- = kekeliruan tipe I
- = kekeliruan tipe II
- n = ukuran sampel

Apabila ukuran sampel (n) minimal yang diperoleh pada iteratif pertama dan iteratif kedua bernilai sama, maka iterasi dihentikan. Apabila belum sama lakukan iterasi berikutnya dengan menggunakan rumus pada iterasi kedua. Demikian seterusnya hingga hasil ukuran sampel yang diperoleh bernilai sama.

Dalam penelitian ini digunakan taraf nyata (α) = 0,05 dan kuasa uji ($1 - \beta$) = 0,95 serta dengan memperkirakan koefisien korelasi terkecil antara variabel X_i dengan variabel Y secara intuisi atau keterangan-keterangan lainnya diasumsikan sebesar 0,3, dari tabel normal diperoleh nilai z pada pengujian satu arah sebagai berikut :

$$Z_{(1-\alpha)} = 1,645 \quad Z_{(1-\beta)} = 1,645$$

Iterasi pertama :

$$U_p = \frac{1}{2} Ln \left(\frac{1+0,30}{1-0,30} \right) = 0,3095 \quad n = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,3095)^2} + 3 \quad 115,96 \approx 116$$

terasi kedua :

$$U_p = \frac{1}{2} Ln \left(\frac{1+0,30}{1-0,30} \right) + \frac{0,30}{2(116-1)} = 0,3108$$

$$n = \frac{(1,645 + 1,645)^2}{(0,3108)^2} + 3 \quad 115,02 \approx 115$$

Karena dari iterasi pertama dan kedua diperoleh nilai n yang berbeda, maka harus dilakukan iterasi ketiga

Iterasi ketiga :

$$U_r = \frac{1}{2} L_n \left(\frac{1+0,30}{1-0,30} \right) - \frac{0,30}{2(115-1)} = 0,3108$$

$$n = \frac{(1,645+1,645)^2}{(0,3108)^2} + 3 = 115,01 \approx 115$$

Karena nilai n untuk iterasi kedua dan ketiga telah sama, maka nilai n ini diambil sebagai ukuran sampel minimal. Jadi jumlah sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 115 responden.

3.2.6 Pengujian Instrumen Penelitian

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Ada dua syarat penting yang berlaku untuk sebuah kuesioner yaitu valid dan reliabelnya instrumen yang ada dalam kuesioner tersebut, untuk itu perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2015:109).

Pengujian validitas menurut Simamora (2008 :172) yaitu :

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang ingin di ukur, dengan kata lain mampu memperoleh data yang dapat dari variabel yang diteliti.

Sebelum kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data, terlebih dahulu di uji validitasnya kepada responden dengan menggunakan rumus teknik korelasi pearson, Umar (2011:114) sebagai berikut :

$$r_{hitung} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N(\sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

- r = korelasi *product moment*/korelasi pearson
- X = tiap item pertanyaan
- Y = jumlah dari setiap pertanyaan

Semua item kuesioner yang digunakan untuk mengukur kualitas produk, hargadan keputusan pembelian, akan diuji validitasnya. Nilai validitas masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat pada nilai *Correct item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Apabila data perhitungan SPSS koefisien korelasi (r) diketahui bahwa seluruh korelasi item variabel X lebih besar dari r tabel maka instrumen dinyatakan valid. Begitu pula untuk variabel Y, jika seluruh korelasi item variabel Y lebih besar dari r tabel maka instrumen dinyatakan valid.

Kriteria pengujian validitas menurut **Simamora (2008 : 174)** keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dianggap valid, dapat dilakukan dengan beberapa cara berikut :

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut valid.
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat sejauh mana suatu instrumen bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. (**Sugiyono, 2015:109**).

Pengertian Reliabilitas menurut **Simamora (2008 : 177)**, adalah : Tingkat kehandalan kuesioner yang apabila diuji cobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Di dalam pengujian reliabilitas penulis menggunakan teknik belah dua (*split half method*) ganjil genap dimana peneliti mengelompokkan skor butir bernomor ganjil sebagai belahan pertama dan kelompok butir genap sebagai belahan kedua. Adapun rumus yang digunakan menurut **Umar (2011:118)** adalah dengan menggunakan rumus *spearman-brown*:

$$r_i = \frac{2 \times r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan :

r_i = Reliabilitas internal seluruh instrumen.

r_b = Korelasi *Product Moment* antara belahan pertama dan kedua.

Untuk kuesioner yang mempunyai item banyak (*Multi item questionnaire*) umumnya diukur melalui *Cronbach Alpha*. Pengukuran reliabilitas yang digunakan oleh penulis adalah *one shoot* atau pengukuran sekali saja yaitu pengukuran yang dilakukan sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan skor total. SPSS memberi fasilitas untuk mengukur reliabilitas, dengan uji statistik *cronbach alpha*. Menurut Umar (2011:120) Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0.6.

3.2.7 Teknik Analisis Data

3.2.7.1 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, terdapat beberapa uji asumsi klasik yang terlebih dahulu harus dipenuhi. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Pengujian ini dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Dimana dalam penelitian ini digunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* yang dilakukan dengan bantuan *software* SPSS. Pengambilan keputusan pada pengujian ini dilakukan sebagai berikut:

- Asymp. Sig < 0.05 = Distribusi Tidak Normal
- Asymp. Sig > 0.05 = Distribusi Normal

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Model regresi yang baik seharusnya adalah yang tidak terjadi korelasi di antara variabel-variabel bebas. Cara untuk mendeteksi adanya multikolinieritas adalah

dengan cara melihat tabel VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada indikasi adanya multikolinieritas yang sebenarnya perlu dihindari.

Rumus yang digunakan untuk memperoleh nilai VIF adalah :

$$VIF = \frac{1}{Tolerance}$$

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastis dan jika berbeda disebut heteroskedastis. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastis.

Cara untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastis dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di *studentized*. Dengan dasar analisis sebagai berikut:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan terjadinya heteroskedastis.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastis.

4. Uji Linearitas

Menurut Prayitno (2010:73) Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui hubungan yang linier atau tidak secara signifikan variabel penelitian. Uji ini digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian Linieritas pada penelitian ini menggunakan *Test for linearity* pada taraf

signifikan 0,05. Variabel penelitian dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila signifikansi (Linieritas) kurang dari 0,05

Menurut Winarsunu (2010:180) Uji Linearitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linier tidaknya suatu distribusi data penelitian. Hasil yang diperoleh melalui uji linieritas akan menentukan teknik analisis yang akan digunakan. Apabila dari hasil uji linieritas didapatkan kesimpulan bahwa distribusi data linier, maka penelitian diselesaikan dengan teknik analisis linier, namun apabila distribusi data tidak linier, maka penelitian diselesaikan dengan teknik non-linier.

Dasar pengambilan keputusan dengan melihat angka probabilitas, yaitu:

- (a) Probabilitas Sig. > 0,05, berarti tidak terdapat perbedaan kelinieran antara variabel independen (variabel bebas) dengan variabel dependen (variabel terikat).
- (b) Probabilitas Sig. < 0,05, berarti terdapat perbedaan kelinieran antara variabel independen (variabel bebas) dengan variabel dependen (variabel terikat).

H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$.

Jadi apabila H_0 ditolak berarti hubungan antara X dan Y tidak linier, jika H_0 diterima berarti hubungan antara X dan Y linier

3.2.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data adalah cara-cara mengolah data yang telah terkumpul kemudian dapat memberikan interpretasi. Hasil pengolahan data ini digunakan untuk menjawab masalah yang telah dirumuskan. Analisa data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y : proses keputusan pembelian

X_1 : kualitas produk

X_2 : harga

a : *Intercept* (Konstanta)

b_{1,2}: Koefisien Regresi

e : Error

Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan atau pengaruh antara dua variabel X dan Y yang telah memiliki beberapa sub variabel X. Hubungan yang diperoleh dinyatakan dalam bentuk persamaan matematis yang dalam statistik dikenal dengan nama regresi.

3.2.7.3 Analisis Koefisien Korelasi

Untuk menentukan hubungan antara kedua variabel yang ada, yaitu variabel independen dan variabel dependen, maka dilakukan uji korelasi *Pearson*.

Rumus Korelasi *Pearson Product Moment* :

$$r_{YX_j} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\left[n\sum X^2 - (\sum X)^2 \right] \left[n\sum Y^2 - (\sum Y)^2 \right]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi *Pearson* antara item dengan variabel yang bersangkutan

X = Skor Item dalam variabel

Y = Skor semua item dalam variabel

n = Jumlah responden

Tabel 3.2
Tingkat Hubungan 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 (2015:231)

3.2.7.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Koefisien determinasi ini digunakan karena dapat menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi terletak antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang mendekati 0 menunjukkan kemampuan variabel independen sangat terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 yang mendekati 1 menunjukkan semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2016).

Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan program Microsoft/SPSS atau secara manual dengan rumus koefisien determinasi adalah :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Di mana :

Kd = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

3.2.8 Teknik Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis untuk penelitian ini menggunakan analisis regresi dengan menggunakan *Software SPSS Statistics* dimana metode yang dipilih adalah metode analisis regresi berganda. Untuk mengetahui apakah suatu persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen atau tidak, dilakukan dengan melakukan Uji Koefisien Determinasi (R^2), Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F), dan Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t) (Ghozali, 2016).

3.2.8.1 Uji Model Fit (Uji F)

Hipotesis nol yang dikemukakan dalam pengujian ini adalah bahwa semua variabel independen yang dipergunakan dalam model persamaan regresi serentak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka pedoman yang digunakan adalah jika nilai signifikan lebih kecil

dari 0,05 maka kesimpulan yang dapat diambil adalah menolak hipotesis nol (H_0) yang berarti koefisien signifikan secara statistik (Ghozali, 2016).

Uji F merupakan pengujian hubungan regresi secara simultan yang bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan Uji F adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh secara simultan variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dimana hipotesis nol (H_0) yaitu hipotesis tentang tidak adanya pengaruh, umumnya diformulasikan untuk ditolak. Sedangkan hipotesis alternatif (H_1) merupakan hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini. Masing-masing hipotesis tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1). $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$ artinya tidak terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) dari kualitas produk (Variabel X_1) dan harga (Variabel X_2) terhadap proses keputusan pembelian (Variabel Y).

2). $H_1 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$ artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) dari kualitas produk (Variabel X_1) dan harga (Variabel X_2) terhadap proses keputusan pembelian (Variabel Y).

2. Menentukan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 5\%$

Tingkat signifikansi 0.05 atau 5% artinya kemungkinan besar hasil penarikan kesimpulan memiliki probabilitas 95% atau toleransi kesalahan 5%. Dengan $DF = n - (k+1)$

3. Menghitung Uji (F-Test)

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

Sumber: Sugiyono (2015:257)

Keterangan :

R^2 : Koefisien determinasi gabungan

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah sampel

4. Kriteria Pengambilan Keputusan

- a. H_0 tidak berhasil ditolak apabila F hitung $\leq F$ tabel, dengan demikian secara bersama tidak ada pengaruh dari variabel yang diteliti.
- b. H_0 ditolak apabila F hitung $> F$ tabel, dengan demikian secara bersama ada pengaruh dari variabel yang diteliti

Atau perhitungan dengan menggunakan *software* SPSS:

H_0 ditolak atau pengaruh signifikansi apabila:

$$Significance F Change < = 0.05$$

H_0 diterima atau pengaruh tidak signifikansi apabila:

$$Significance F Change > = 0.05$$

3.2.8.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji t (*t-test*) digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji t adalah pengujian koefisien regresi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Dalam hal ini, variabel independennya yaitu kualitas produk, dan harga. Sedangkan variabel dependennya yaitu proses keputusan pembelian. Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh antara variabel X (variabel bebas) dan variabel Y (variabel terikat). Dimana hipotesis nol (H_0) yaitu hipotesis tentang tidak adanya pengaruh. Sedangkan hipotesis alternatif (H_1) merupakan hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini. Masing-masing hipotesis tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1) Hipotesis Pertama

$H_0 : r_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian

$H_1 : r_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian

2) Hipotesis Kedua

$H_0 : r_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap proses keputusan pembelian

$H_2 : r_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh antara harga terhadap proses keputusan pembelian

2. Menentukan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 5\%$

Tingkat signifikansi 0.05 atau 5% artinya kemungkinan besar hasil penarikan kesimpulan memiliki probabilitas 95% atau toleransi kesalahan 5%.

$$DF = n - (k + 1)$$

3. Menghitung Uji t (*t-test*)

$$t = \frac{b_i}{Sb_i}$$

Keterangan:

b_i : Koefisien regresi

Sb_i : Standar deviasi koefisien regresi

4. Kriteria Pengambilan Keputusan

a. H_0 tidak berhasil ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, dengan demikian secara individu tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel yang diteliti.

b. H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, dengan demikian secara individu ada pengaruh yang signifikan dari variabel yang diteliti

Atau perhitungan dengan menggunakan *software* SPSS :

H_0 ditolak atau pengaruh signifikansi apabila:

$$Significance < \alpha = 0.05$$

H_0 diterima atau pengaruh tidak signifikansi apabila:

$$Significance > \alpha = 0.05$$