BAB III
METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan adalah strategi asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Strategi ini dimaksudkan agar dapat memberikan penjelasan mengenai adanyahubungan antara variabel bebas dengan variabel independen (X) dengan variabeldependen (Y).

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2014: 80) "Populasi adalah wilayah generalisasi, obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Berdasarkan pengertian tersebut, maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pengguna dan pembeli kitchenset alumunium di PT. Galaxy Perkasa Mandiri, berdasarkan dari 110 orang.

3.2.2. Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik *Purposive Sampling* . *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pengambilan sampel dipilih berdasarkan adanya pertimbangan tertentu. adapun pertimbangan yang dilakukan adalah

1. Lokasi rumah konsumen yang memakai produk Kitchenset Alumunium di PT. Galaxy Perkasa Mandiri
2. Konsumen yang sudah membeli produk Kitchenset Alumunium di PT. Galaxy Perkasa Mandiri selama 5 bulan

3. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga tingkat kewajaran terjadinya kesalahan dalam pengambilan sampel masih dapat ditolerir dalam penelitian ini. Rumus *Slovin* yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2} \quad \textbf{(3.1)}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel
N = Ukuran populasi
e = Tingkat kesalahan (10%)

Adapun perhitungan sampel dengan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{110}{1 + 110(0.1)^2} = 52$$

Jadi, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 52 orang.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, tehnik pengumpulan daata yang digunakan adalah penelitian riset pustaka (*library research*) dan riset lapangan (*field study*). Penelitian riset pustaka (*library research*) melakukan teknik dilakukan untuk memperoleh bahan dan data yang bersifat teoritis yang relevan dengan perubahan yang dipelajari dari buku-buku kuliah. Adapun riset lapangan (*field study*) riset ini dilakukan untuk mendapatkan data secara langsung dari responden yang menjadi obyek penelitian, dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang dapur rumahnya sedang dipasang Kitchenset Alumunium.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini menggunakan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang. Jawaban dari pernyataan responden (kualitatif) diubah menjadi kuantitas berupa angka skor, seperti Tabel 3.1 di bawah ini,

Tabel 3.1. Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, (2013)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien, untuk menilai sikap dan presepsi responden dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert,* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu.[83]

Variabel yang diukur dijabarkan ke beberapa indikator, masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner yang digunakan pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini.

Tabel 3.2. Instrumen Variabel Kualitas Produk, Pelayanan, Harga dengan Keputusan Konsumen

Variabel Penelitian	**Indikator**	**Item Pernyataan**
Kualitas Produk (X_1)	Daya tahan dan keunggulan	1
Kualitas Produk	Daya tahan dan	2

(X_1)	keunggulan	
	Kinerja Produk	3
		4
Kualitas Pelayanan (X_2)	Kesigapan	5
		6
	Empati	7
		8
Harga (X_3)	Kesesuaian harga dengan produk	9
		10
	Daya saing harga	11
		12
Keputusan Konsumen (Y)	Nilai Produk	13
		14
		15

Sumber : Tjiptono (2012), Tjiptono (2014), Stanton (2012), Kotler dan Armstrong (2012).

Suatu kuesioner bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang akan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *validity* (tingkat kesahihan) dan *realibility* (tingkat keandalan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuaatu yang diukur oleh kuesioner tersebut

(Ghozali). Menurut Sugiyono untuk menguji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya.[85]

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah *Product Moment* dari Karl Pearson, sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum X\ Y - (\sum X\ )(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X\ )^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \text{ .....} \mathbf{(3.2)}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

n = Banyaknya responden yang dicari (sampel)

X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Kemudian hasil dari r_{xy} dibandingkan dengan harga kritis *product moment* (r_{tabel}), apabila hasil yang diperoleh $r_{xy} > r_{tabel}$, maka instrument tersebut valid. Dalam praktiknya untuk menguji validitas kuesioner sering digunakan bantuan *software Microsoft Office Exel*, *dan Statistical Product and Service Solution* (SPSS).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran konsisten atau stabil dari waktu ke waktu apabila dilkaukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula, kualitas data yang peroleh dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi dengan menggunakan uji reliabilitas dan validitas. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan internal *consistency* dengan teknik belah dua (*Split Half*), yang dianalisis dengan menggunakan rumus *Spearman Brown*, sebagai berikut

$$r_i = \frac{2.r_b}{1 + r_b} \text{ .....} \mathbf{(3.3)}$$

Dimana :

$$r_b = \frac{(n\sum X_1X_2)-(\sum X_2).(\sum X_2).}{\sqrt{\{(n.\sum x_1^2)-(\sum x_1)^2\}\{(n\sum x_2^2)-(\sum x_2)^2\}}} \quad \textbf{(3.4)}$$

Keterangan :

r_b = Koefisien korelasi antar kelompok genap dan ganjil

r_i = Reliabilitas instrumen

n = Jumlah anggota sampel

X_1 = Total skor butir ganjil

X_2 = Total skor butir genap

Lebih lanjut, instrument penelitian dikatakan reliabel apabila cronbach alpha hasilnya sebesar >0.6.

3.5. Metoda Analisis Data

1. Cara Pengolahan Data

Analisis statistik data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS. Hal ini dilakukan agar dalam mengolah data statistik dapat lebih cepat dan tepat.

2. Cara Penyajian Data

Dalam penyajian data pada penilitian ini berupa tabel dalam menjelaskan hasil penelitian yang akan di uji seperti hasil perhitungan melalui uji analisis korelasi dan pengujian hipotesis.

3. Alat Analisis Statistik Data

Untuk membahas hasil penelitian, penulis menggunakan data berpasangan berdasarkan data yang diperoleh. Oleh karena terdapat lebih dari satu variabel independen, yaitu tiga buah variabel independen, dan satu buah variabel dependen, maka digunakan koefisien korelasi (parsial dan berganda) dan pengujian hipotesis koefisien korelasi parsial dan berganda.

1. Analisis koefisien korelasi

Analisis koefisien korelasi terdisiri dari analisis koefisien korelasi parsial dan analisis koefisien korelasi berganda sebagai berikut :

(1) Koefisien korelasi parsial

Analisis ini dapat digunakan dalam suatu penelitian apabila penelitian tersebut terdapat lebih dari satu variabel bebas. Koefisien korelasi parsial digunakan untuk mengetahui hubunga variabel bebas tertentu dan variabel terikat dengan aasumsi varibel bebas lainnya konstan. Pengukuran koefisien ini dilakukan dengan menggunakan koefisien person *correlation product moment*, untuk menguji hubungan asosiatif atau hubungan bila datanya berbentuk interval atau rasio.

a. Koefisien korelasi parsial antar X_1 dengan Y (X_2 dan X_3 = konstan)

$$r_{Y1.23} = \frac{r_{Y1}-(r_{Y2}.r_{Y3}.r_{Y123})}{\sqrt{\{1-(r_{Y2})^2).\{1-(r_{Y3})^2\}.\{1-(r_{123})^2\}}} \quad \textbf{(3.5)}$$

b. Koefisien korelasi parsial antar X_2 dengan Y (X_1 dan X_3 = konstan)

$$r_{Y2.13} = \frac{r_{Y2}-(r_{Y1}.r_{Y3}.r_{Y123})}{\sqrt{\{1-(r_{Y1})^2).\{1-(r_{Y2})^2\}.\{1-(r_{123})^2\}}} \quad \textbf{(3.6)}$$

c. Koefisien korelasi parsial antar X_3 dengan Y (X_1 dan X_2 = konstan)

$$r_{Y3.12} = \frac{r_{Y3}=(r_{Y1}.r_{Y2}.r_{Y123})}{\sqrt{\{1-(r_{Y1})^2).\{1-(r_{Y2})^2\}.\{1-(r_{123})^2\}}} \quad \textbf{(3.7)}$$

Keterangan :

r_{y1} = Koefisien korelasi sederhana antar X_1 dengan Y

$$= \frac{\sum x_{1i}.y_i}{\sqrt{\sum x_{1i}^2}\sqrt{\sum y_i^2}} \quad \textbf{(3.8)}$$

r_{y2} = Koefisien korelasi sederhana antar X_2 dengan Y

$$= \frac{\sum x_{2i}.y_i}{\sqrt{\sum x_{2i}^2}\sqrt{\sum y_i^2}} \text{..... ....} \textbf{(3.9)}$$

r_{y3} = Koefisien korelasi sederhana antar X_3 dengan Y

$$= \frac{\sum x_{3i}.y_i}{\sqrt{\sum x_{3i}^2}\sqrt{\sum y_i^2}} \text{..... .....} \textbf{(3.10)}$$

r_{123} = Koefisien korelasi sederhana antar X_1 X_2 X_3 dengan Y

$$= \frac{\sum x_1 x_2 x_3}{\sqrt{\sum x_1^2}\sqrt{\sum x_2^2}\sqrt{\sum x_3^2}} \text{..... .....} \textbf{(3.11)}$$

X_1 = Selisisih skor variabel harga butir i (X_{1i}) dengan rata-rata skor variabel harga $\overline{x}_1$ atau (X_{1i} - $\overline{x}_1$)

X_2 = Selisisih skor variabel harga butir i (X_{2i}) dengan rata-rata skor variabel harga $\overline{x}_2$ atau (X_{2i} - $\overline{x}_2$)

X_3 = Selisisih skor variabel harga butir i (X_{3i}) dengan rata-rata skor variabel harga $\overline{x}_3$ atau (X_{3i} - $\overline{x}_1$)

Y_i = Selisisih skor variabel harga butir i (Y_i) dengan rata-rata skor variabel harga $\overline{y}$ atau (Y_i - $\overline{Y}_1$)

$$\overline{x}_1 = \sum_{i=1}^{n} x_{1i}$$

= Rata-rata skor variabel kualitas produk (X_1)

$$\overline{x}_2 = \sum_{i=1}^{n} x_{2i}$$

= Rata-rata skor variabel kualitas produk (X_2)

$$\overline{x}_3 = \sum_{i=1}^{n} x_{3i}$$

= Rata-rata skor variabel kualitas produk (X_3)

$$\bar{Y} = \sum_{i=1}^{n} Y$$

= Rata-rata skor variabel kualitas produk (Y)

X_1 = Kualitas produk

X_2 = Pelayanan

X_3 = Harga

Y = Keputusan Pembelian

(2) Koefisien korelasi berganda

Analisis koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara inovasi produk dan harga dengan loyalitas konsumen secara simultan.

$$r_{Y123} = \sqrt{\frac{(r_{x1})^2+(r_{x2})^2+(r_{x3})-2(r_{y1}.r_{y2}.r_{y3})}{1-(r_{12})^2}} \text{.....} \textbf{(3.12)}$$

Nilai koefisien berkisar dari –1 sampai 1. Interpretasi bagi nilai koefisien korelasi (r) tertentu adalah:

(1) Jika r mendekati 0, maka antara variabel X dan variabel Y semakin lemah

(2) Jika r mendekati -1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat dan negatif

(3) Jika r mendekati 1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat dan positif

Tingkat hubungan antara yang terjadi pada suatu koefisien korelasi dapat dijelaskan dengan menggunakan tabel di bawah ini.

Tabel 3.3. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

No	Interval koefisien (nilai mutlak)	Tingkat hubungan antara
1	0.00-0.200	Sangat rendah
2	0.20-0.399	Rendah
3	0.40-0.599	Sedang
4	0.60-0.799	Kuat
5	0.80-1.000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono, (2013)

2. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan suartu proses menaksir parameter populasi berdasarkan data yang diambil dari sampel penelitian (statistik). Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui nyata (signifikan) atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

(1) Pengujian hipotesis parsial

a. Hubungan antara X_1 dengan Y

$H_0 : \rho y_{1.2.3} > 0$ (secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen membeli kitchenset alumunium di PT. Galaxy Perkasa Mandiri).

$H\alpha : \rho y_{1.2.3} \leq 0$ (secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen membeli kitchenset alumunium di PT. Galaxy Perkasa Mandiri).

b. Hubungan antara X_2 dengan Y

H_0 : $\rho y_{1.2.3} > 0$ (secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pelayanan dengan keputusan pembelian konsumen membeli kitchenset alumunium di PT. Galaxy Perkasa Mandiri).

$H\alpha$: $\rho y_{1.2.3} \leq 0$ (secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pelayanan dengan keputusan pembelian konsumen membeli kitchenset alumunium di PT. Galaxy Perkasa Mandiri).

c. Hubungan antara X_3 dengan Y

H_0 : $\rho y_{1.2.3} > 0$ (secara parsial tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian konsumen membeli kitchenset alumunium di PT. Galaxy Perkasa Mandiri).

$H\alpha$: $\rho y_{1.2.3} \leq 0$ (secara parsial terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian konsumen membeli kitchenset alumunium di PT. Galaxy Perkasa Mandiri).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas pada variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai *Significance* dibandingkan dengan α (10% = 0,1). Kriteria pengujiannya adalah :

H_0 ditolak, jika *Significance t* < 0,1 dan

H_0 diterima, jika *Significance t* $\geq$ 0,1

(2) Pengujian hipotesis simultan

H_α : $\rho y_{1.2.3} > 0$ (secara serentak (simultan) tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk, pelayanan, harga dengan keputusan pembelian konsumen membeli kitchenset alumunium di PT.

Galaxy Perkasa Mandiri).

$H_0 : \rho_1, \rho_2, \rho_3 \leq 0$ (secara serentak (simultan) terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk, pelayanan, harga dengan keputusan pembelian konsumen membeli kitchenset alumunium di PT. Galaxy Perkasa Mandiri).

Adapun untuk menguji hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan (bersama-sama), digunakan nilai *Significance F* dibandingkan dengan α 10% = 0,1). Kriteria pengujiannya adalah :

H_0 ditolak, jika *Significance F* < 0,1 dan

H_0 diterima, jika *Significance F* $\geq$ 0,1

BAB IV

HASIL-HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Obyek Penelitian

Seiring perkembangan jaman di dunia usaha kitchenset, berkembangnya teknologi, kini sudah ada banyak pilihan dalam mewujudkan *kitchenset* idaman, salah satunya kitchenset alumunium yang diproduksi oleh perusahaan PT Galaxy Perkasa Mandiri. Andika Darma selaku pemilik usaha sudah merintis usahanya sejak tahun 2012, tetapi baru mendapatkan akta pendirian PT tahun 2015. Perusahaan ini berkedudukan di Bogor tepatnya di Kp. Bubulak Rt 05/05 Bojongkulur, Gunung Putri.

Ada banyak sekali jenis bentuk kitchentset yang dijual di perusahaan ini dari ukuran yang kecil, sedang dan besar. Bahkan konsumen bisa meminta bentuk kitchenset yang mereka inginkan sendiri sesuai selera mereka hanya dengan mengirimkan gambar contoh. Produk yang dijual tidak langsung jadi atau tersedia melainkan ada proses pembuatan terlebih dahulu, kurang lebih 3 minggu sampai 1 bulan lamanya. Lamanya produksi tergantung dari pemesanan bentuk dan ukuran produk yang diminta, harga kitchenset alumunium terbilang cukup murah dari pesaingnya apalagi kualitas kitchenset tersebut sangat bagus dan kuat. Dan kualitasnya sudah terbukti saat konsumen dipersilahkan untuk menaiki dan menginjak-injak kitchenset tersebut, alhasil tidak terjadi perubahan seperti penyok atau cacad.

4.2. Deskripsi Responden

Pada penelitian ini pengambilan data menggunakan kuesioner, yang diberikan kepada 52 orang responden kitchenset alumunium yang menggambarkan deskripsi responen, deskripsinya sebagai berikut :