

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya, artinya penelitian yang dilakukan adalah penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data *numeric* (angka), dengan menggunakan metode penelitian ini akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai obyek yang diteliti.

Menurut Sugiono, (2010:54) pengertian metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena kalau variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen). Jadi dalam penelitian ini peneliti tidak membuat perbandingan variabel itu pada sampel yang lain, dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain.

Menurut Sugiono (2010:8) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sample filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif merupakan metode yang bertujuan menggambarkan secara sistematis tentang fakta-fakta serta hubungan antar variabel yang diselidiki dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis statistik.

B. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengoprasikan konsep tersebut di lapangan (Singarimbun dan Efendi, 1995:21). Definisi konseptual dalam penelitian ini adalah:

1. Atribut produk

Adalah manfaat suatu produk, karakteristik pembeda produk, sesuatu yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen agar konsumen dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

2. Keputusan Pembelian Konsumen

Adalah tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan serta menggunakan barang dan jasa agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah bagaimana suatu variabel diukur dengan definisi operasional dalam suatu penelitian, maka kita akan mengetahui baik buruknya variabel tersebut, menurut Singarimbun dan Efendi, (1995:23). Definisi Operasional menjelaskan cara tertentu yang dapat digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan *construct*, sehingga memungkinkan peneliti yang lain untuk melakukan replikasi (pengulangan) pengukuran dengan cara yang sama, atau mencoba untuk mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik.

Definisi Operasional dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Harga (X1)	Suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk uang yang dapat diartikan sebagai harga beli yang berlaku bagi konsumen	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan porsinya	Interval

Merek (X2)	Istilah nama, tanda symbol, desain atau kombinasi yang memberdakan satu produk dengan produk lainnya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merek yang mudah diingat 2. Dengan merek konsumen mengetahui produk yang dijual 3. Merek yang dapat bersaing dengan kompetitornya 4. Merek menjadi nilai jual 	Interval
Kemasan (X3)	Merupakan wadah atau tempat yang dijadikan pembungkus suatu produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemasan yang menarik 2. Kemasan yang mudah dibawa dan dipegang 3. Kemasan aman untuk makanan 4. Adanya merek dan logo sehingga menarik minat konsumen untuk membeli 	Interval
Rasa (X4)	Nilai yang terkandung dalam produk yang langsung dapat dinikmati oleh konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak pilihan rasa 2. Mempunyai tekstur yang baik 3. Rasa yang membangkitkan selera. 	Interval
Pelayanan (X5)	Kegiatan yang dilakukan untuk memberikan layanan kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penampilan pelayan yang rapih 2. cepat dalam merespon kebutuhan atau permintaan pelanggan 3. memiliki pengetahuan yang baik terhadap produk makanan dan minuman yang ditawarkan. 4. peka terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan 	Interval
Keputusan Pembelian (Y)	Tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan serta menggunakan barang dan jasa agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pencarian informasi 2. Membandingkan dengan produk lain 3. Mempertimbangkan untuk membeli 4. Memutuskan untuk membeli 	Interval

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan yang membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus (Santoso dan tjiptono, 2001). Dalam hal

ini populasinya adalah seluruh konsumen J.CO Donuts & Coffee Chandra Tanjung Karang Bandar Lampung.

2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut menurut Sugiyono, (2008:116). Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk diteliti. Dalam hal ini sampel yang di ambil adalah seluruh konsumen J.CO Donuts & Coffee Chandra Tanjung Karang Bandar Lampung yang sedang membeli dan mengkonsumsi J.CO Donuts & Coffee.

Roscoe (1975) dalam Uma Sekaran (1992:252) memberikan pedoman penentuan jumlah sampel sebagai berikut:

- a. Sebaiknya ukuran sampel di antara 30 s/d 500 elemen
- b. Jika sampel dipecah lagi ke dalam subsampel (laki/perempuan, SD/SLTP/SMU, dsb) jumlah minimum subsampel harus 30
- c. Pada penelitian multivariate (termasuk analisis regresi multivariate) ukuran sampel harus beberapa kali lebih besar (10 kali) dari jumlah variabel yang akan dianalisis.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, dengan pengendalian yang ketat, ukuran sampel bisa antara 10 s/d 20 elemen.

Menurut Sitepu (1994:108-109) menentukan sampel dapat ditempuh melalui tiga tahap perhitungan yaitu menentukan perkiraan harga koefisien korelasi (ρ) terkecil antara variabel bebas dengan variabel terikat,

menentukan taraf nyata (α) dan kuasa uji ($1 - \beta$), dan menentukan ukuran sampel secara iteratif.

Iterasi pertama:

$$n = \left[\frac{(z_{1-\alpha} + z_{1-\beta})^2}{U' \rho^2} \right] + 3 \text{ dengan } U' \rho^2 = \frac{1}{2} \text{Ln} \left[\frac{1+\rho}{1-\rho} \right]$$

Keterangan :

- ρ = Koefisien korelasi terkecil yang diperkirakan dengan menggunakan rumus korelasi
- $Z_{1-\alpha}$ = Konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal
- $Z_{1-\beta}$ = Konstanta yang diperoleh dari tabel distribusi normal
- α = Tingkat signifikansi
- β = Kekeliruan

Iterasi kedua menggunakan rumus:

$$n = \left[\frac{(z_{1-\alpha} + z_{1-\beta})^2}{U' \rho^2} \right] + 3 \text{ sedangkan } U' \rho^2 = \frac{1}{2} \text{Ln} \left[\frac{1+\rho}{1-\rho} \right] + \left[\frac{\rho}{2(n-1)} \right]$$

Apabila ukuran sampel minimal iteratif pertama dan kedua harganya sama dengan bilangan satunya maka iterasi berhenti. Apabila belum sama perlu dilakukan iterasi ketiga dengan menggunakan rumus seperti pada iterasi kedua. Mengenai koefisien korelasi terkecil variabel-variabel bebas dari penelitian yang menganalisis lima variabel bebas dari keputusan pembelian konsumen diperoleh harga 0,34. Dengan dasar pertimbangan tersebut dalam penelitian ini diperkirakan korelasi terkecil dari variabel adalah 0,34 dan taraf kesalahan sebesar 5%.

Dengan demikian diperoleh harga:

$$\rho = 0,34 \quad Z_{1-\alpha} = 1,645$$

$$\alpha = 0,05 \quad Z_{1-\beta} = 1,645$$

1. Iterasi pertama =

$$U'_{\rho} = \frac{1}{2} \text{Ln} \left[\frac{1+\rho}{1-\rho} \right]$$

$$U'_{\rho} = \frac{1}{2} \text{Ln} \left[\frac{1+0,34}{1-0,34} \right] = \frac{1}{2} (\text{Ln } 1,34 - \text{Ln } 0,66)$$

$$U'_{\rho} = \frac{1}{2} (0,708185058)$$

$$U'_{\rho} = 0,354092529$$

Maka,

$$n_I = \frac{(z_{1-\alpha} + z_{1-\beta})^2}{U'_{\rho}{}^2} + 3$$

$$n_I = \left[\frac{(1,645+1,645)^2}{(0,354092529)^2} \right] + 3$$

$$n_I = 86,32930982+3$$

$$n_I = 89,32930982$$

$$n_I = 89$$

2. Iterasi kedua =

$$U'_{\rho} = \frac{1}{2} \text{Ln} \left[\frac{1+\rho}{1-\rho} \right] + \left[\frac{\rho}{2(n-1)} \right]$$

$$U'_{\rho} = \frac{1}{2} \text{Ln} \left[\frac{1+0,34}{1-0,34} \right] + \left[\frac{0,34}{2(89-1)} \right]$$

$$U'_{\rho} = 0,354092529 + \frac{34}{176}$$

$$U'_{\rho} = 0,354092529 + 0,001931818182$$

$$U'_{\rho} = 0,356024347$$

Maka,

$$n_I = \frac{(1,645+1,645)^2}{(0,354092529)^2} + 3$$

$$\begin{aligned}
 n_1 &= \frac{10,8241}{0,126753335} + 3 \\
 n_1 &= 85,39499178 + 3 \\
 n_1 &= 88,3499178 \\
 n_1 &= 88
 \end{aligned}$$

3. Iterasi ketiga =

$$\begin{aligned}
 U' \rho &= \frac{1}{2} \operatorname{Ln} \left[\frac{1+\rho}{1-\rho} \right] + \left[\frac{\rho}{2(n-1)} \right] \\
 U' \rho &= \frac{1}{2} \operatorname{Ln} \left[\frac{1+0,34}{1-0,34} \right] + \left[\frac{0,34}{2(89-1)} \right] \\
 U' \rho &= 0,354092529 + \frac{34}{176} \\
 U' \rho &= 0,354092529 + 0,001931818182 \\
 U' \rho &= 0,356024347
 \end{aligned}$$

Maka,

$$\begin{aligned}
 n_1 &= \frac{(1,645+1,645)^2}{(0,356024347)^2} + 3 \\
 n_1 &= \frac{10,8241}{0,126753335} + 3 \\
 n_1 &= 85,39499178 + 3 \\
 n_1 &= 88,3499178 \\
 n_1 &= 88
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka sampel minimal dalam penelitian ini sebanyak 89 pengunjung. Menurut Winarno Surakhman (1998:100) mengatakan bahwa “untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambahkan sedikit dari jumlah matematika”. Berdasarkan ukuran sampel (n) minimal, maka dalam penelitian ini ditetapkan ukuran sampel (n) yaitu sebanyak 90 pengunjung J.CO Donuts & Coffee agar lebih representatif

dan untuk menentukan sikap konsumen terhadap masing-masing atribut produk.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data mengenai objek penelitian, maka digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Penelitian lapangan (*Field Research*), yang terdiri dari:

- Metode kuesioner

Metode kuesioner adalah teknik pengumpulan data primer yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada sejumlah sampel responden yang di anggap dapat mewakili seluruh populasi yang akan diteliti berdasarkan metode statistik tertentu yang terdiri dari pertanyaan tentang atribut produk J.CO Donuts & Coffee untuk mengetahui sejauh mana atribut tersebut mempengaruhi keputusan pembelian.

Dalam kuesioner ini terdapat dua bagian, yaitu :

- Bagian I : Mengenai data responden yaitu nama, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, lama konsumsi, pengeluaran untuk membeli produk J.CO Donuts & Coffee dalam sebulan, tujuan membeli J.CO Donuts & Coffee, kuantitas pembelian produk J.CO Donuts & Coffee , dan ketersediaan untuk merekomendasikan produk J.CO Donuts & Coffee ke orang lain.
- Bagian II : Mengenai daftar pertanyaan yang akan di isi oleh responden.

- Teknik Observasi adalah dengan melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan pemasaran yang juga digunakan sebagai sumber penyusunan kuesioner.

2. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Penelitian ini dilakukan dengan mengadakan kegiatan pengumpulan bahan-bahan melalui buku-buku bacaan, catatan kuliah, literatur lainnya yang berhubungan dengan topik penulisan ini. Tujuan penelitian kepustakaan ini adalah untuk memperoleh data teoritis untuk membangun landasan teori yang kuat untuk mendukung penelitian ini.

F. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

1. Metode Analisis Data

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Tujuan analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan data yang telah terkumpul. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah bentuk analisa yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel umumnya random, pengumpulan data menggunakan

instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan, Sugiyono (2008:13).

2. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2008:131). Data yang dihasilkan dari penyebaran kuesioner ini berskala interval mengingat kuesioner yang disebarkan menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2008:132). Skala Likert merupakan skala yang dirancang untuk memungkinkan responden yang menjawab berbagai tingkatan pada setiap objek yang akan diukur. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan Skala Likert terdiri dari sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Jawaban dari kuesioner tersebut diberi bobot atau nilai sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Likert

Alternatif Jawaban Responden Alternatif Jawaban	Nilai Positif
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesalahan suatu instrumen (Arikunto, 1998:160). Suatu tes dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi bila alat tersebut memberikan hasil ukur yang sesuai dengan pengukuran. Analisis validitas yang digunakan adalah uji korelasi *Product Moment* dan diolah menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Uji validitas dapat diketahui dengan membandingkan antara r hitung dari hasil olahan komputer dengan r tabel. Kriteria penilaian uji validitas adalah:

- a. Apabila r hitung $>$ r tabel maka item kuesioner itu valid
- b. Apabila r hitung $<$ r tabel maka dapat dikatakan kuesioner tidak valid. Item yang tidak valid disisihkan dari kuesioner dan digunakan dengan item perbaikan.

Rumus Koefisiensi Korelasi *Product Moment*:

$$r_{XY} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x) - (\sum y)}{((n\sum x^2 - (\sum X^2)) (n\sum y^2 - (\sum Y^2)))}$$

Keterangan :

r_{XY} = Koefisiensi korelasi

n = Jumlah responden

x = Jumlah skor tiap item

y = Jumlah skor total seluruh item

Validitas dalam penelitian ini terdiri dari validitas variabel atribut produk yang terdiri dari X_1 yaitu Harga, X_2 yaitu Merek, X_3 Yaitu Kemasan, X_4

yaitu Rasa, X_5 yaitu Pelayanan dan variabel Y yaitu Keputusan Pembelian. Validitas instrument pada variabel bebas (*independent*) yaitu harga terdiri dari empat pertanyaan, merek empat pertanyaan, kemasan empat pertanyaan, rasa tiga pertanyaan, dan pelayanan yang terdiri dari empat pertanyaan, serta validitas pada variabel keputusan pembelian atau variabel terikat (*dependent*) terdiri dari empat pertanyaan.

Pengujian yang dilakukan dengan metode korelasi yaitu dengan melihat angka koefisiensi korelasi (r_{XY}) dan nilai signifikansinya (probabilita statistik) pada item korelasi yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total. Dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 30 responden yang telah dilakukan sebelumnya, maka dilakukan analisis korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total. Untuk pembahasan ini dilakukan uji signifikansi koefisiensi korelasi dengan menggunakan r kritis pada taraf signifikansi 0,05% atau 5% sesuai dengan ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian. Apabila nilai probabilita statistik $< level\ of\ significant\ 5\% = 0,05$, maka dapat dinyatakan item tersebut valid, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid dan kuesioner tersebut akan digunakan dalam penelitian ini. Berikut hasil pengujian validitas penelitian.

Tabel 3.3
Hasil uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kondisi	sign	ket
Harga (X ₁)	Item 1	0,948	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
	Item 2	0,966	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
	Item 3	0,658	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
	Item 4	0,966	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
Merek (X ₂)	Item 1	0,602	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
	Item 2	0,906	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
	Item 3	0,638	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
	Item 4	0,906	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
Kemasan (X ₃)	Item 1	0,578	0,361	r hitung > r tabel	0,001	Valid
	Item 2	0,829	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
	Item 3	0,580	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
	Item 4	0,829	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
Rasa (X ₄)	Item 1	0,928	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
	Item 2	0,816	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
	Item 3	0,856	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
Pelayanan (X ₅)	Item 1	0,736	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
	Item 2	0,871	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
	Item 3	0,711	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
	Item 4	0,871	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Item 1	0,927	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
	Item 2	0,967	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
	Item 3	0,720	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid
	Item 4	0,968	0,361	r hitung > r tabel	0,000	Valid

4. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk menguji kendala atau konsistensi instrument. Azwar (2001:78) analisis reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan tingkat kekuatan suatu alat pengukur dapat dipercaya dan diandalkan. Item-item yang dilibatkan dalam uji reliabilitas ini adalah seluruh item yang valid. Dalam penelitian untuk menguji reliabilitas digunakan rumus *cronchbach's alpha*, yaitu mencari reliabilitas instrument yang skornya rentang antara beberapa nilai yaitu misalnya 0-10 atau dalam bentuk skala 1-5 dan seterusnya (Umar, 2005:207).

Rumus :

$$r_{11} = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_i^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

K = Banyaknya jumlah pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian pertanyaan

σ_1^2 = Jumlah varian total

Dimana varians dapat dicari menggunakan rumus:

$$\sigma = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan :

N = Jumlah sampel

X = Nilai skor yang dipilih

Adapun indikator yang digunakan dalam menentukan besarnya nilai reliabilitas yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.4
Indikator Tingkat Reliabilitas

Nilai Reliabilitas (α)	Tingkat Reliabilitas
0,00 s.d 0,20	Kurang Reliabel
> 0,02 s.d 0,40	Agak Relieabel
> 0,40 s.d 0,60	Cukup Reliabel
> 0,60 s.d 0,80	Reliable
> 0,80 s.d 1,00	Sangat reliabel

Sumber : Triton (2005:248)

Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan rumus *cronchbach's alpha* dengan bantuan SPSS 16. Peneliti melakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing intrumen harga, merek, kemasan, rasa, pelayanan dan keputusan pembelian dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Koefisiensi reliabilitas ditunjukkan oleh *cronchbach's alpha*. Semakin besar nilai alphanya semakin tinggi reliabilitasnya, atau sebaliknya.

Selanjutnya indeks reliabilitas diinterpretasikan dengan menggunakan interpretasi r untuk menyimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan cukup atau reliabel. Dari hasil analisis dengan bantuan SPSS 16, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Harga (X_1)	0,910	Sangat Reliabel
Merek (X_2)	0,764	Reliabel
Kemasan (X_3)	0,715	Reliabel
Rasa (X_4)	0,810	Sangat Reliabel
Pelayanan (X_5)	0,838	Sangat Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,907	Sangat Reliabel

Sumber: Data Diolah 2014

Dalam suatu kelompok item-item pertanyaan dinyatakan reliabel bilamana angka koefisien $\alpha \geq 0,60$. Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronchbach's alpha*, dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 30 responden. Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program *SPSS for Windows Release 16*. Dari hasil perhitungan semua item diperoleh nilai r alpha lebih besar dari 0,60. Dengan demikian disimpulkan bahwa instrumen penelitian tersebut reliabel atau dengan kata lain instrumen penelitian ini dapat dipercaya atau dapat diandalkan untuk digunakan dalam penelitian ini.

5. Analisis Regresi

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisa kuantitatif. Dimana untuk mencapai tujuan pertama yaitu menganalisis pengaruh harga, merek, kemasan, rasa, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan analisis regresi

berganda (*multiple regression analysis*). Regresi berganda digunakan oleh peneliti apabila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel independen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Pada penelitian ini menggunakan alat bantu program statistic *SPSS 16* (*Statistical package for social science 16*). Untuk mempermudah proses pengolahan data-data penelitian dari program tersebut akan didapatkan output berupa hasil pengolahan data yang telah dikumpulkan, kemudian output hasil pengolahan data tersebut diinterpretasikan akan dilakukan analisis terhadapnya. Setelah analisis barulah kemudian diambil sebuah kesimpulan sebagai sebuah hasil dari penelitian.

Regresi berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pada regresi berganda terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian terhadap produk J.Co Donuts and Coffee, sedangkan yang menjadi variabel bebasnya adalah harga, merek, kemasan, rasa dan pelayanan. Model hubungan keputusan pembelian dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Dimana :

y = Variabel dependen (keputusan pembelian produk J.CO Donuts & Coffee.)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

X = Variabel independen (atribut produk)

X_1 = Harga.

X_2 = Merek

X_3 = Kemasan

X_4 = Rasa

X_5 = Pelayanan

6. Uji Hipotesis

a. Pengujian Hipotesis Dengan Uji Parsial Atau Uji T

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi variasi hubungan antara variabel X dan Y , apakah variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 benar-benar berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian).

Ujin t ini menggunakan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha=5\%$) dan derajat kebebasan $dk=(n-k-2)$ dimana k = jumlah regresi. Dimana t tabel diperoleh dari daftar tabel distribusi t dengan $\alpha=0,05$. Dalam melakukan uji t, digunakan penyusunan hipotesis yang akan diuji, berupa hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1). Cara pengujian hipotesis dengan Uji parsial atau Uji t adalah:

1). Membuat formulasi hipotesis

- Hipotesis 1

H_{a1} = Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak

H_{o1} = Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima

- Hipotesis 2

$H_{a2} = \text{Jika } t_{hitung} > t_{tabel} \text{ maka } H_a \text{ diterima dan } H_o \text{ ditolak}$

$H_{o2} = \text{Jika } t_{hitung} < t_{tabel} \text{ maka } H_a \text{ ditolak dan } H_o \text{ diterima}$

- Hipotesis 3

$H_{a3} = \text{Jika } t_{hitung} > t_{tabel} \text{ maka } H_a \text{ diterima dan } H_o \text{ ditolak}$

$H_{o3} = \text{Jika } t_{hitung} < t_{tabel} \text{ maka } H_a \text{ ditolak dan } H_o \text{ diterima}$

- Hipotesis 4

$H_{a4} = \text{Jika } t_{hitung} > t_{tabel} \text{ maka } H_a \text{ diterima dan } H_o \text{ ditolak}$

$H_{o4} = \text{Jika } t_{hitung} < t_{tabel} \text{ maka } H_a \text{ ditolak dan } H_o \text{ diterima}$

- Hipotesis 5

$H_{a5} = \text{Jika } t_{hitung} > t_{tabel} \text{ maka } H_a \text{ diterima dan } H_o \text{ ditolak}$

$H_{o5} = \text{Jika } t_{hitung} < t_{tabel} \text{ maka } H_a \text{ ditolak dan } H_o \text{ diterima}$

2). Menentukan level signifikansi dengan menggunakan t – tabel.

3). Menghitung nilai t – statistik dengan rumus :

$$t_h = \frac{ry^2 - \frac{1}{1} - 2\sqrt{n-1-k}}{\sqrt{1 - r^2y^2 - \frac{1}{y^1} - 2}}$$

4). Mengambil keputusan

Jika $t - \text{hitung} < t - \text{tabel}$, maka H_o diterima

Jika $t - \text{hitung} = t - \text{tabel}$, maka H_o diterima

Jika $t - \text{hitung} > t - \text{tabel}$, maka H_o ditolak

b. Pengujian Hipotesis Dengan Uji Serentak Atau Uji F

Dalam penelitian ini untuk mengetahui tingka signifikansi pengaruh variabel-variabel *independent* secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel *dependent* dilakukan dengan menggunakan uji F yaitu dengan cara membandingkan anatara F hitung dengan F tabel.

Cara pengujian dengan Uji Secara Serentak Atau Uji F adalah:

1. Membuat formulasi hipotesis

$$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$$

Tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen (x) secara bersama – sama terhadap variabel dependen (y).

2. Menentukan level signifikasi dengan tabel F – tabel
3. Mencari F – hitung dengan rumus :

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

4. Mengambil keputusan

Jika F – hitung < F – tabel, maka Ho diterima

Jika F – hitung = F – tabel, maka Ho diterima

Jika F – hitung > F – tabel, maka Ho ditolak

7. Uji Asumsi Klasik

Model regresi linear berganda (*multiple regression*) dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang kemudian disebut asumsi klasik. Proses pengujian asumsi klasik dilakukan bersama dengan proses uji regresi sehingga langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian asumsi klasik menggunakan langkah kerja

yang sama dengan uji regresi. Ada lima uji asumsi yang harus dilakukan terhadap suatu model regresi tersebut yaitu uji normalitas, autokorelasi, uji linieritas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah model estimasi telah memenuhi criteria ekometrik dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang diperlukan.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio, model yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal, Priyatno (2010:71). Jika asumsi ini dilanggar maka model regresi dianggap tidak valid. Dengan jumlah sampel yang ada. Untuk mengujinya akan digunakan alat uji normalitas, yaitu dengan melihat *Normal P-P Plot of regression Standarized Residual*. Dasar pengambilan keputusan *Normal P-P Plot of regression Standarized Residual* adalah:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dan garis diagonal tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Priyatno, (2010:81) multikolinearitas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independent dalam model regresi. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent variable*). Syarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas.

Beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya:

- a. Dengan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi
- b. Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual r^2 dengan nilai determinasi secara serentak R^2

Apabila nilai *tolerance value* lebih tinggi dari pada 0,10 atau VIF lebih kecil dari pada 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas, menurut Santoso (2000:206).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka terjadi problem heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu homoskedastisitas

atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu melihat *scatter plot* (nilai prediksi dependen ZPRED dengan residual SRESID), uji Gletjer, uji Park, dan uji White. Syarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas, menurut Priyatno (2010:83). Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dan pengamatan lain pada model regresi. Syarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi pada model regresi, Priyatno (2010:87). Nilai *Durbin Watson* kemudian dibandingkan dengan nilai $d_{\text{-tabel}}$. Hasil perbandingan akan menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Jika $d < dL$, berarti autokorelasi positif
2. Jika $DW > (4 - dL)$ berarti terdapat autokorelasi negatif
3. Jika $dL < DW < (4 - dL)$ berarti tidak terdapat autokorelasi

4. Jika $dL < DW < dU$ ($4 - dU$) berarti tidak dapat disimpulkan

8. Koefisiensi Determinasi

Koefisiensi determinan (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisiensi determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisiensi determinasi (R^2) nol variabel independent sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependent. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel ondependent berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). rumus yang digunakan adalah:

$$R^2 = \frac{n(b_{1.23}\sum X_1 + b_{12.3} + \sum X_1.X_2 + b_{13.2}\sum X_1.X_3) - (\sum X_1)}{n\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2}$$

Nilai R^2 (koefisien determinasi) terletak antara 0 dan 1. Jika nilai $R^2 = 1$ berarti 100 persen total variasi dependen diterangkan oleh variabel independen. Jika $R^2 = 0$ berarti tidak ada variasi yang diterangkan X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan X_5 .