

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Metode dan Pendekatan Penelitian**

##### **1. Metode Penelitian**

Ulber Silalahi (2015:15) menyebutkan bahwa metode (*methods* dalam bahasa Inggris; *methodos* dalam bahasa Yunani) merujuk pada cara atau jalur tertentu. Dalam upaya mencapai tujuan yang diinginkan, metode menjadi salah satu pendekatan yang terstruktur. Metode ini terlibat dalam proses ilmiah untuk memahami obyek yang menjadi fokus dalam ilmu yang bersangkutan. Sebagai instrumen proses ilmiah, metode berfungsi untuk mendekati, mengamati, dan menggambarkan fenomena dengan menggunakan dasar teori. Ada berbagai aspek yang terkait dengan metodologi penelitian, seperti sumber dan jenis data yang digunakan dalam kaitannya dengan penelitian tersebut.

##### **2. Pendekatan Penelitian**

Penulis memilih penelitian pendekatan kuantitatif dalam menjawab permasalahan dengan rasionalisasi tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengumpulkan data langsung yang dapat dihitung atau dikelola melalui statistik. Data yang dikumpulkan untuk penelitian ini terdiri dari angka-angka yang diolah dengan metode statistik dan pengumpulan data kuantitatif diperoleh dari hasil pengukuran kuesioner.

Metode penelitian kuantitatif ialah cara memberi panduan atas masalah atau memberikan jawaban atas pertanyaan melalui data numerik yang dihasilkan melalui kuesioner dan wawancara serta menganalisa nilainya (Ulber Silalahi, 2015).

Adapun menurut Sugiyono (2013), penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat *post positivisme* dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu.

Metode deskriptif dan verifikatif digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data penelitian. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan konsumen untuk membeli madu perhutani. Karena jenis penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan, metode penelitian yang digunakan adalah survei penjelasan (*explanatory survey*).

Rumusan masalah diuraikan dengan cara deskriptif. Untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menarik kesimpulan tentang teori-teori yang telah dipelajari, data yang dibutuhkan harus sesuai dengan masalah-masalah yang terkait dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2017:19), metode deskriptif adalah cara untuk menjelaskan keadaan atau nilai salah satu atau lebih variabel secara independen. Metode ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah: bagaimana kualitas produk dan bagaimana harga serta bagaimana promosi memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli madu perhutani.

Selanjutnya Sugiyono (2017:20) menggambarkan metode verifikatif sebagai penyelidikan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah dibuat. Berkenaan dengan penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017:23), penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang berbasis filsafat positivisme. Hal tersebut digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, dan

menganalisis data secara kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menjelaskan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pada outlet madu perhutani cabang kota Bandung, penelitian verifikatif dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga serta promosi terhadap keputusan pembelian konsumen secara simultan maupun parsial.

## **B. Jenis Data dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

#### **a. Kuantitatif**

Menurut Keller, Warrack & Bartel sebagaimana dijelaskan oleh Ulber Silalahi (2015), data kuantitatif adalah hasil dari pengamatan yang diekspresikan dalam bentuk angka. Data kuantitatif adalah representasi numerik yang muncul dari proses perhitungan di mana operasi matematika dapat diterapkan. Data kuantitatif menunjukkan bahwa nilai-nilai adalah angka-angka nyata dan perhitungan aritmatika yang dilakukan valid. Dalam penelitian ini, penulis memilih untuk menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif.

#### **b. Kualitatif**

Data yang menggambarkan perilaku yang tidak dapat diukur melalui hubungan aritmatika, tetapi dinyatakan melalui gambar, kata-kata, atau elemen visual lainnya, dikenal sebagai data kualitatif (Ulber Silalahi, 2015). Data semacam ini biasanya berisi analisis mengenai situasi saat ini di suatu perusahaan atau organisasi, yang pada akhirnya membantu para peneliti dalam mengidentifikasi masalah. Penelitian semacam ini umumnya

melibatkan jenis data yang diperoleh melalui transkripsi, wawancara, dokumen, foto, dan catatan lapangan.

## **2. Sumber Data**

### **a. Data Primer**

Data primer adalah sekumpulan fakta yang didapatkan oleh peneliti secara langsung melalui berbagai cara diantaranya yakni observasi, wawancara, maupun penyebaran kuesioner. Menurut Sugiyono (2018:456) data primer ialah proses peneliti memperoleh data langsung dari sumber data pertama. Peneliti menghimpun data sendiri langsung dari objek penelitian dilakukan.

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang disebar secara daring kepada para responden yang merupakan konsumen Madu Perhutani di Kota Bandung.

### **b. Data Sekunder**

Data Sekunder adalah keseluruhan fakta yang didapatkan dari pihak kedua dan pihak lain yang masih berkaitan dengan objek yang diteliti. Biasanya data sekunder dikumpulkan dan disimpan oleh suatu lembaga penghimpun data yang kemudian dipublikasikan kepada masyarakat umum. Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder ialah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, contohnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari sejarah dan profil perusahaan, penelitian terdahulu yang dilakukan peneliti sebelumnya, buku

dan jurnal mengenai penelitian madu perhutani, manajemen, pemasaran, dan metodologi penelitian, serta data langsung dari outlet madu perhutani di Kota Bandung.

## **C. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Pada umumnya, populasi adalah keseluruhan orang berkumpul di suatu wilayah tertentu. Menurut Sugiyono (2019:126), Populasi ialah daerah yang disama ratakan yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang sudah ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Maka dari itu, populasi bukan hanya manusia, tetapi bisa juga objek atau benda di sekitar yang mencakup semua karakteristik yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut.

Ditinjau dari jumlah populasinya, populasi terbagi menjadi dua yaitu populasi yang mempunyai anggota terbatas (*finite population*) dan populasi yang mempunyai anggota tidak terbatas (*infinite population*). *Finite population* memiliki sumber data yang jelas batas-batasnya secara kuantitatif, mempunyai elemen atau anggota yang dapat dihitung atau dapat diketahui berapa jumlahnya. Sedangkan *Infinite population* mempunyai sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif, mempunyai anggota yang yang tidak dapat diketahui berapa banyak anggotanya.

Melalui pemaparan di atas, populasi dalam penelitian ini adalah pembeli atau konsumen yang pernah melakukan pembelian di outlet madu perhutani cabang Kota Bandung, yang mana jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga.

Populasi tak terhingga yakni populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif. Oleh karenanya luas populasi bersifat tak terhingga dan hanya dapat dijelaskan secara kualitatif. Konsumen Madu Perhutani yang menjadi sampel responden meliputi tingkatan usia, jenis kelamin dan berasal dari Kota Bandung.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016:116), sampel adalah bagian dari total dan karakteristik yang dipunyai oleh populasi. Untuk karena itu, sampel yang ditarik dari populasi harus mewakili populasi yang ada.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability* yakni teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam **Sugiyono (2016:85)**. Tujuan penggunaan teknik *purposive sampling* karena sesuai digunakan dalam penelitian skripsi ini secara kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi menurut Sugiyono, (2016: 85). Kriteria yang dijadikan sebagai sampel pada penelitian ini yaitu:

- a. Konsumen yang berkunjung ke Outlet Madu Perhutani Cabang Kota Bandung.
- b. Konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian produk madu perhutani cabang kota bandung
- c. Konsumen yang bersedia mengisi kuesioner

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lemeshow yaitu:

$$n = \frac{z^2 \cdot P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$z$  = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

$P$  = maksimal estimasi = 0,5

$d$  = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang diambil adalah:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2} = 96,04$$

Dari perhitungan rumus Lemeshow di atas diperoleh hasil sampel sebesar 96,04. Dari hasil tersebut dibulatkan menjadi 96. Dengan begitu jumlah sampel adalah 97 responden.

#### **D. Operasionalisasi Variabel**

Sugiyono (2016) mengemukakan bahwa variabel penelitian merujuk pada setiap sifat atau karakteristik individu, objek, atau aktivitas yang peneliti tentukan untuk diinvestigasi dan ditarik kesimpulannya. Mengikuti rangkaian permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, dalam upaya mengukur dampak Kualitas Produk

dan Harga serta Promosi terhadap Keputusan Pembelian Madu Perhutani, maka beberapa variabel yang menjadi fokus penelitian adalah sebagai berikut:

### **1. Variabel Independen (X)**

Variabel independent merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun negatif. Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah:

- a. (X1) Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Pengaruh Kualitas Produk.
- b. (X2) Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Pengaruh Harga.
- c. (X3) Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Pengaruh Promosi

### **2. Variabel Dependen (Y)**

Ferdinand (2007) sebagaimana dikutip dalam Ashari (2022) menjelaskan bahwa variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti. Dalam konteks penelitian ini, variabel yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian. Berikut ini adalah tabel yang menjelaskan operasionalisasi variabel dalam penelitian ini:

**Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Konsep Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Kualitas Produk (X1)  (Boyd,2005)	Produk adalah suatu parameter sebuah perusahaan dalam mempertahankan keunggulan kompetitifnya dengan cara memahami beberapa aspek dimensi yang dipertimbangkan konsumen untuk membedakan produk yang dijual dengan produk pesaing.	Kinerja	Rasa makanan Bersama dengan kebersihannya	Likert
		Daya Tahan	Waktu kadaluwarsa makanan	Likert
		Kesesuaian	Kesesuaian penyajian produk	Likert
		Fitur	Ciri khas makanan	Likert
		Reliabilitas	Konsistensi rasa produk	Likert
		Estetika	Daya tarik tampilan kemasan	Likert
		Kesan Kualitas	Kualitas makanan secara umum	Likert
Harga (X2)  (Kotler,2012)	Harga adalah sejumlah uang yang diminta untuk suatu barang atau jasa.	Keterjangkauan Harga	Persepsi individu mengenai harga madu perhutani yang sesuai daya beli	Likert
		Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Harga sesuai dengan produk yang ditawarkan	Likert
		Daya Saing Harga	Harga lebih murah dibanding produk pesaing	Likert
		Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan	Likert
Promosi (X3)  (Kotler, 2012)	Setiap bentuk komunikasi berupa promosi yang dilakukan (bersifat nonpersonal) berdasarkan	Periklanan	Informasi yang berada di media cetak, media social, televisi, ataupun radio yang menarik dan dapat dipercaya	Likert

Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	2	3	4	5
	gagasan, barang atau produk dan jasa oleh sponsor yang sudah ditentukan.	Promosi Penjualan	Potongan Harga	Likert
		Penjualan Perorangan	Menyebarkan informasi tentang produk dengan menarik dan kreatif	Likert
		Penjualan Langsung	Melakukan penjualan langsung ke pasar sasaran dengan promosi sesuai kebermanfaatan produk	Likert
Keputusan Pembelian (Y) (Kotler, 2009)	Keputusan pembelian merupakan respon dari konsumen untuk memutuskan pembelian atau tidak melakukan pembelian.	Pengenalan Masalah	Kebutuhan konsumen yang dirasakan	Likert
		Pencarian Informasi	Pencarian informasi produk	Likert
		Evaluasi Alternatif	Melakukan perbandingan dengan produk kompetitor	Likert
		4	5	6
		Keputusan Pembelian	Menentukan pilihan dari berbagai merek produk	Likert
Perilaku Pasca Pembelian	Dampak yang dirasakan setelah membeli meliputi keinginan untuk <i>repeat order</i> atau tidak serta merekomendasikan pada orang lain atau tidak.	Likert		

Sumber: Data diolah oleh penulis (2022)

## E. Teknik Pengumpulan Data

Sebagai bentuk mengumpulkan data yang diperlukan, penulis memakai metode pengumpulan data yang diperoleh dari hasil pendistribusian kuesioner pada keputusan pembelian madu perhutani. Kuesioner difokuskan pada beberapa pernyataan dalam format tertentu, sehingga responden hanya memiliki akses ke salah satu alternatif jawaban yang tersedia. Skala likert digunakan dalam penelitian ini. Menurut Amanah (2022) skala likert adalah teknik yang dipakai guna mengukur perilaku dan asumsi individu ataupun kelompok orang mengenai fenomena sosial. Pada umumnya skala Likert menggunakan lima angka penelitian yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (M), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Skor masing-masing pilihan jawaban yang terdapat pada kuesioner sebagai berikut:

**Tabel 3.2 Skor Jawaban Kuesioner Skala Likert**

<b>Keterangan</b>	<b>Skor</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
Sangat Setuju	(5)
Setuju	(4)
Ragu-ragu	(3)
Tidak Setuju	(2)
Sangat Tidak Setuju	(1)

Sumber: Sugiyono (2009) dan diolah penulis (2002)

Untuk kuesioner yang sifatnya negatif, skornya sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Skor Jawaban Kuesioner Skala Likert**

<b>Keterangan</b>	<b>Skor</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
Sangat Setuju	-1
Setuju	-2
Ragu-ragu	-3
Tidak Setuju	-4
Sangat Tidak Setuju	-5

Sumber: Sugiyono (2009) dan diolah penulis (2002)

#### **F. Teknik Analisis Data**

Data yang dihasilkan dari kuesioner akan diolah secara kuantitatif. Data kuantitatif diolah dan ditampilkan dalam bentuk tabel frekuensi dan tabulasi silang. Tabulasi silang dipakai untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian madu perhutani. Pengolahan dan analisis data kuantitatif dilaksanakan dengan mereduksi (meringkas) data dengan menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data sehingga sesuai dengan keperluan untuk menjawab pertanyaan analisis di dalam penelitian. Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

##### **1. Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis yang disajikan di sini adalah analisis yang tujuan utamanya menganalisis variabel tertentu yang ada di dalam suatu karya ilmiah ataupun penelitian yang menggambarkan kondisi temuan dari penelitian tersebut. Tujuan analisis ini ialah untuk mengidentifikasi faktor penyebab dari setiap masalah yang

ada sebelum membuat cara yang dapat digunakan guna menyelesaikan masalah (Aqmarina, 2022).

## 2. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018: 203) uji validitas adalah pengukuran yang memperlihatkan tingkatan atau seberapa besar ke validan instrumen tersebut. Dikatakan valid apabila instrumen itu bisa dipakai untuk pengukuran yang perlu ditakar. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui instrumen penelitian yang sedang di teliti itu benar-benar dapat mengukur apa yang hendak diukur dan bisa dikatatakan valid.

Menurut Arikunto (dalam Maulana, 2019: 68), validitas yaitu ukuran yang memperlihatkan tingkatan validnya suatu instrument. Sehingga, diharapkan bisa mengukur data yang bersifat akurat dan bisa dipercaya. Rumus Uji validitas yaitu berikut ini:

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

Keterangan:

$r_{xy}$  = Menjelaskan indeks korelasi pada 2 atau lebih dari 2 variabel

$n$  = Jumlah responden

$X$  = Skor didapatkan subjek dari seluruh item

$Y$  = Jumlah skor keseluruhan pernyataan

$XY$  = Skor pernyataan dikalikan total skor

$\sum X^2$  = Total kuadran pada nilai distribusi X

$\sum Y^2$  = Total kuadran pada nilai distribusi Y

Selanjutnya akan didapatkan suatu nilai korelasi pada rumus tersebut, untuk mencari nilai validitas yaitu nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ . Setelah seluruh korelasi tiap pernyataan sudah didapatkan skor totalnya, nilai-nilai yang telah didapatkan tersebut dibandingkan dengan nilai kritiknya. Pengujian validitas tersebut dikerjakan melalui uji dua sisi dengan taraf signifikansi sebesar 0,05. Kriteria uji signifikansi tersebut, yakni:

Apabila  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dengan uji 2 sisi menggunakan sig. 0,05. Maka item-item atau instrumen pertanyaan yang berkorelasi signifikan pada skor total tersebut berarti dinyatakan valid.

Apabila  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  dengan uji 2 sisi menggunakan sig. 0,05. Maka item-item atau instrumen pertanyaan yang tidak memiliki korelasi signifikan pada skor total tersebut berarti dinyatakan tidak valid.

Penulis menggunakan bantuan aplikasi software SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25 for Windows. Untuk menentukan item tersebut layak dipakai atau tidak, maka perhitungannya memakai kriteria  $r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 0,05 yang di uji didasarkan pada uji dua sisi. Jika nilai tersebut menunjukkan positif yaitu  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item tersebut dapat dinyatakan valid. Lalu, apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item tersebut dikatakan tidak valid. Menurut Priyatno (2012: 122), terdapat beberapa langkah dalam menguji validitas, yaitu sebagai berikut:

- a. Langkah pertama klik start, kemudian pilih menu all programs, lalu klik IBM SPSS Statistic.
- b. Kemudian klik icon cancel untuk memunculkan data baru.

- c. Klik *variable view* lalu item tersebut diisi.
- d. Kemudian masukkan data pada *sheet Data View*. Pilih *Data View*, lalu isi data *item* sesuai pada variabelnya.
- e. Untuk menganalisis datanya, pilih menu *Analyze*, pilih *Correlate*, kemudian pilih *Bivariate*.
- f. Untuk *Bivariate Correlation* tersebut: pilih variabel item 1, pilih tombol gambar pada tanda penunjuk, lalu input variabel item selanjutnya.
- g. Langkah terakhir pilih tombol OK.

### 3. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018) dalam Aqmarina (2022) uji reliabilitas ialah alat uji guna mengukur sebuah kuesioner yang berfungsi sebagai indikator variabel. Kuesioner dapat dinyatakan layak ketika *cronbach's alpha*  $> 0,60$  dan dikatakan tidak layak ketika *cronbach's alpha*  $< 0,60$ .

Uji reliabilitas ialah seberapa baik kinerja pengukuran tertentu terhadap objek serupa lalu mendapatkan data yang sama pula. Instrumen reliabel ialah instrumen yang bilamana dipakai beberapa kali dalam mengukur objek yang serupa hasil pengukurannya terhadap objek pun akan menunjukkan hasil data yang sama. Koesioner dapat dinyatakan reliable apabila pernyataan seseorang atas sebuah pertanyaan selalu sama jawabannya dalam beberapa waktu.

Menurut Ruseffendi dalam Aqmarina (2022) hasil dari koefisien reliabilitas, selanjutnya dapat diinterpretasikan berdasarkan kriteria dari Guilford di bawah ini:

**Tabel 3.4 Klasifikasi Koefisien Reliabilitas**

<b>Koefisien Reliabilitas</b>	<b>Interpretasi</b>
<b>1</b>	<b>2</b>
0,00 - 0,20	Sangat Rendah
> 0,21 - 0,40	Rendah
> 0,40 - 0,60	Sedang
> 0,61 - 0,80	Tinggi
> 0,81 - 0,100	Sangat Tinggi

Sumber: Aqmarina (2022) dan diolah penulis (2022)

Sekaran dan Roger (2016) pada Aqmarina (2022), menjelaskan pengukuran reabilitas memiliki indikator dan terbagi menjadi beberapa tingkatan kategori di bawah ini jika alpha atau  $r_{hitung}$ :

- a. 0,8 – 1,0 berarti memiliki tingkat realibilitas yang baik
- b. 0,6 – 0,799 berarti memiliki tingkat realibilitas yang diterima
- c. Kurang dari 0,6 berarti memiliki tingkat realibilitas yang kurang baik

#### **4. Uji Koefisien Korelasi**

Analisis koefisien korelasi yaitu dimana pengujian hipotesis yang diuji memiliki hubungan antara dua variabel independen atau lebih secara bersamaan dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2018: 246). Analisis koefisien korelasi mempunyai tujuan untuk dapat melakukan pengukuran dalam kekuatan hubungan (asosiasi) linear di antara dua variabel, korelasi tersebut tidak memperlihatkan hubungan secara fungsional atau analisis korelasi tersebut tidak memiliki perbedaan antara variabel terikat dengan variabel bebas (Ghozali, 2011:225).

Korelasi merupakan angka yang memperlihatkan arah yang menyatakan bentuk hubungan positif maupun negatif dan kuatnya hubungan diantara kedua variabel maupun lebih variabel yang telah dinyatakan besarnya koefisien korelasi tersebut.

Analisis koefisien korelasi ini dipakai untuk mengetahui keterkaitan kekuatan atau derajat hubungan erat antara variabel independen (X) yaitu Kualitas Produk dan Harga serta Promosi terhadap variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Pembelian. Untuk mengetahui keadaan interpretasi korelasi memakai kriteria berikut ini (Sugiyono, 2018: 297).

Dimana :

$$R_{yx_1x_2} = \sqrt{\frac{r^2_{yx_1} + r^2_{yx_2} - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

$R_{yx_1x_2}$  = Korelasi antara variabel X1 dengan X2 secara bersama-sama dengan variabel Y

$r_{yx_1}$  = Korelasi Product Moment antara X1 dengan Y

$r_{yx_2}$  = Korelasi Product Moment antara X2 dengan Y

$r_{x_1x_2}$  = Korelasi Product Moment antara X1 dengan X2

Koefesien korelasi ini memperlihatkan apakah ada korelasi atau hubungan antara Kualitas Produk dan Harga serta Promosi dengan Keputusan Pembelian Konsumen Madu Perhutani di Kota Bandung. Berlandaskan Sugiyono (2016: 191) dalam penelitian ini terdapat perhitungan koefesien korelasi *product moment*, yakni teknik korelasi itu dipakai dalam mencari hubungan dan memperlihatkan hubungan antara dua variable bila data variabel berupa interval atau ratio dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut". Berikut merupakan rumus untuk menentukan analisis korelasi berganda:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

$r_{xy}$  = Korelasi *Product Moment*

$n$  = Jumlah Responden

$\sum x$  = Total Skor dari Variabel X

$\sum xy$  = Total Hasil Skor dari Variabel X dan Y

$\sum x^2$  = Total Kuadrat dari Variabel X

$\sum y^2$  = Total Kuadrat dari Variabel Y

$(\sum x)^2$  = Kuadrat dari Total dari Variabel X

$(\sum y)^2$  = Kuadrat dari Total Variabel Y

**Tabel 3.5 Kriteria Interpretasi Koefisien Korelasi**

INTERVAL KOEFISIEN	TINGKAT HUBUNGAN
1	2
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2018: 287)

Ketetapan dalam pemakaian rumus *product moment* ini yaitu apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas Produk dan Harga serta Promosi dengan Kualitas Produk Konsumen Madu Perhutani di Kota Bandung Sedangkan, apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak. Artinya Kualitas Produk dan Harga serta Promosi tidak berpengaruh dalam Keputusan Pembelian Konsumen Madu Perhutani di Kota Bandung.

Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan bantuan aplikasi *software* SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25 for Windows untuk menghitung atau menguji analisis korelasi berganda. Kemudian setelah itu penulis menguji dari hasil perhitungan SPSS tersebut apakah arah korelasinya menyatakan bentuk hubungan positif atau negatif dan kuatnya hubungan diantara kedua variabel. Menurut Purnomo (2016: 138), langkah-langkah untuk melakukan analisis korelasi berganda adalah sebagai berikut:

- a. Buka program IBM Statistic SPSS.
- b. Pilih variable view dalam SPSS data editor untuk input nama variabel.
- c. Di baris pertama kolom Name tulislah subjek, kolom type klik string. Pada baris kedua kolom name tulislah variabel X1, di kolom type klik numeric. Pada baris tiga kolom name tulislah variabel X2, pada kolom type pilih numeric. Pada baris empat kolom name tulislah variabel X3, pada kolom type pilih numeric. Pada baris lima kolom name tulislah variabel Y, di kolom type pilih numeric.
- d. Kemudian, alihkan ke kotak data view dan pakailah input data yang sesuai dengan variable tersebut.
- e. Kemudian, pilih *analyze*, pilih *correlation*, kemudian pilih bivariate.
- f. Pilih variabel bebas (independent), alihkan pada kotak variable. Di correlation coefficient pilih pearson.
- g. Pilih OK.

## 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018) tujuan digunakannya analisis ini adalah agar dapat diketahuinya maksud, arah dan seberapa besar pengaruh dari suatu variabel independen bagi variabel dependen.

Metode pada analisis ini yakni:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Penjelasan:

a	= Konstanta
b	= Koefisien Regresi
X1	= Kualitas Produk
X2	= Harga
X3	= Promosi
Y	= Keputusan Pembelian

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial (Uji t)

Analisis perbandingan satu variabel bebas diingat dengan uji t atau uji tes.

Menurut Ghozali (2018) Uji statistik t dilakukan guna mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel dependen. Uji-t ini merupakan uji statistik untuk mencari tahu efek atau pengaruh dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini yaitu kualitas produk, harga, dan promosi. Berikut rumus uji t yang dinyatakan dalam persamaan berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r}$$

Dalam artian:

T= t hitung ialah nilai t yang akan dihitung selanjutnya

R = r merupakan koefisien korelasi

N= total sampel

Berikut tata cara yang dipakai dalam pengujian ini:

- 1) Prosedur setelah mendapatkan t hitung: Menentukan hipotesis
- 2) Berdasarkan hasil dari SPSS Versi 25, didapatkan nilai t-hitung dengan nilai signifikan nilai t
- 3) Mengacu pada nilai t-hitung dan t-tabel:
  - (a) Jika nilai t hitung  $>$  t tabel, variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat
  - (b) Jika nilai t hitung  $<$  t tabel, variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat
  - (c) Mengacu pada nilai signifikan dari hasil SPSS Versi 25:
- 4) Jika signifikan (sig.)  $<$  0,05, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat
  - (a) Jika signifikan (sig.)  $<$  0,05, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
  - (b) Jika signifikan (sig.)  $>$  0,05, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
  - (c) Adapun nilai ttabel diperoleh dengan dk (derajat kebebasan) = n-k-1, dimana:

n = jumlah sampel dan k = jumlah variable

### a. Uji Simultan (Uji f)

Uji f bertujuan untuk mencari tahu apakah semua *independent variable* yang diinput pada model berpengaruh sama kepada *dependent variable*. Dalam rangka mengetahui signifikansi suatu korelasi berganda maka dilakukanlah uji f. Pembuktiannya menggunakan cara perbandingan antara nilai signifikansi dan nilai  $f_{\text{hitung}}$  pada tabel analisis varian (Aqmarina, 2022).

Apabila nilai signifikasinya di bawah 0,05, maka keputusan menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) dan menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ), yang berarti menurut perhitungan data yang digunakan untuk menyatakan bahwa seluruh variabel independen memiliki pengaruh kepada variabel dependen Uji f menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Penjelasan:

$f_{\text{hitung}}$  = Skor f yang dihitung

R = Skor koefisien korelasi berganda

k = Total variable independent

n = Total sampel

Berikut merupakan tata cara dipakai pada pengujian ini:

1) Perumusan hipotesis, sebagai berikut:

$H_0$  = tidak terdapat pengaruh dari variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

$H_a$  = terdapat pengaruh dari variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

- 2) Menentukan tingkat signifikan ( $\alpha = 0,05$ )
- 3) Membuat karakteristik penerimaan dan penolakan  $H_0$
- 4) Apabila probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (bahwa semua variabel bebas tidak berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat).
- 5) Apabila probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$  (bahwa semua variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat).

### 7. Koefisien Determinasi

Kegunaan dari koefisien ini ialah untuk menilai sejauh mana keterlibatan variabel bebas (X) bagi variabel (Y). Bilamana hasil  $R^2$  menjadi lebih banyak artinya perubahan jumlah presentase dari variabel (Y) yang dipengaruhi dari variabel bebas (X) menunjukkan jumlah yang tinggi. Sebaliknya apabila  $R^2$  menjadi lebih sedikit artinya jumlah perselisihan variabel (Y) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (X) menunjukkan presentase yang bertambah kecil/sedikit.

**Tabel 3.6 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi**

<b>Koefisien Determinasi</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,000	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono (2018) dan diolah penulis (2022)

## **G. Tempat dan Jadwal Penelitian**

### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian ini bertempat di outlet madu perhutani kota bandung, yang menjadi responden adalah konsumen madu perhutani di Kota Bandung melalui survei *Google Form*.

### **2. Jadwal Penelitian**

Untuk lebih jelasnya, penelitian ini dilaksanakan penulis pada:



**Tabel 3.7 Jadwal Penelitian**

Tahapan Penelitian	2023								
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agus	Sept
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Penajuan Judul Proposal									
Penyusunan Proposal Penelitian									
Bimbingan Proposal Penelitian									
Sidang Proposal Penelitian									
Pengumpulan dan Pengolahan Data									
Bimbingan Skripsi									
Penyelesaian Skripsi									
Sidang Skripsi									

Sumber: Diolah Penulis (2022)