

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek

Yang menjadi objek penelitian dalam skripsi ini adalah konsumen pada Biya salon muslimah, adapun sejarah Biya salon muslimah sebagai berikut :

3.1.1 Sejarah Biya Salon Muslimah

Munculnya usaha salon muslimah pada awalnya didorong oleh adanya kebutuhan kaum wanita khususnya wanita muslim terhadap perawatan tubuh dan kecantikan, namun tetap sesuai dengan ajaran dan tuntutan agama islam. Pemilik salon muslimah sebagai bagian dari kelompok konsumen ini menyadari bahwa penyedia layanan perawatan tubuh dan kecantikan yang memiliki karakteristik yang sesuai masih kurang dan sulit di temukan, khususnya di kota Bandung dan sekitarnya. Dorongan kebutuhan dan adanya peluang pasar yang sangat bagus inilah yang menimbulkan keinginan pemilik untuk menyediakan layanan untuk memenuhi kebutuhan yang ada. Untuk mewujudkan rencana ini pemilik melakukan survei lokasi dan pasar potensial di kawasan Bandung dan sekitarnya untuk menentukan lokasi usaha nantinya. Kemudian dilakukan penyediaan segala fasilitas yang diperlukan untuk menjalankan usaha. Proses persiapan ini berlangsung lebih kurang satu tahun. Akhirnya usaha salon muslimah ini berjalan semenjak April 2004.

Perusahaan Biya salon muslimah didirikan dengan status perusahaan perseorangan dimana kepemilikan perusahaan secara penuh di tangan satu orang

dengan izin usaha dari Dinas Indag (Perindustrian dan Perdagangan) yang disahkan oleh Kepala Dinas Indag. Disamping itu dilengkapi juga dengan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) dari instansi yang sama.

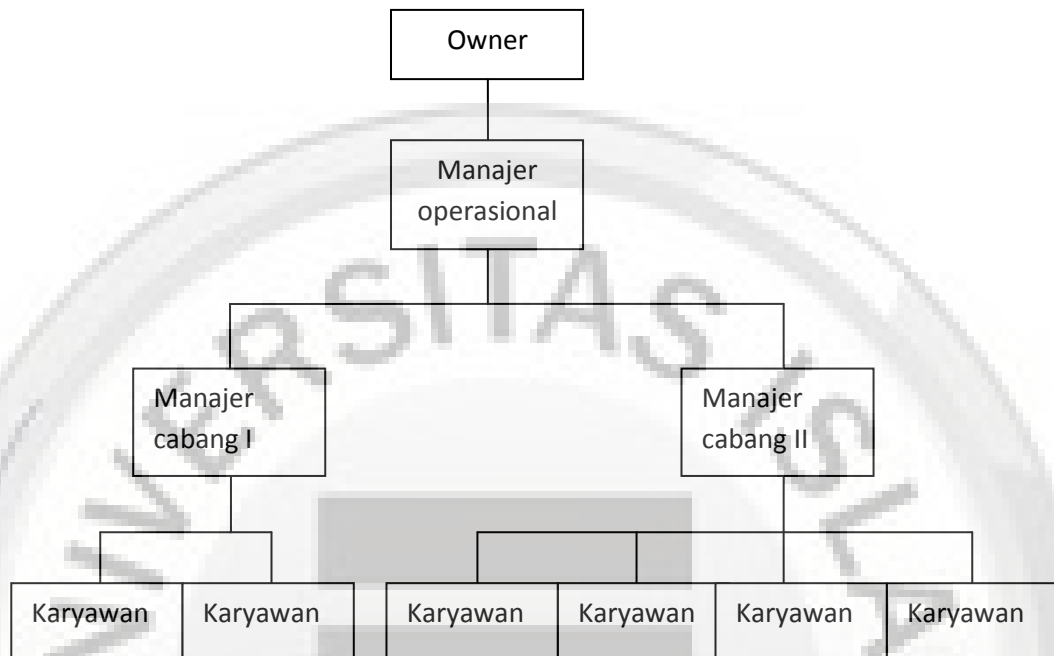
Pada awalnya layanan yang tersedia hanya seputar perawatan rambut, kemudian secara bertahap jenis perawatan lainnya mulai di sediakan, berupa perawatan wajah, perawatan tubuh dan berbagai jenis perawatan lainnya.

Untuk kebutuhan karyawan, pada awalnya perusahaan merekrut karyawan yang sudah berpengalaman dalam jasa salon. Karyawan tersebut merupakan pindahan dari salon lain yang sebelumnya sudah bekerja cukup lama dan kemudian menerima tawaran untuk bekerja di Biya salon muslimah.

3.1.2 Struktur Organisasi

Biya salon muslimah memiliki struktur organisai Sbb:

Gambar 3.1
Struktur organisasi



Sumber : Biya salon muslimah

Gambar 3.2
Logo perusahaan



Uraian pekerjaan dan masing-masing posisi dalam perusahaan Biya salon muslimah adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Uraian pekerjaan

Posisi	Uraian pekerjaan
Pemilik	<ul style="list-style-type: none"> - Kebijakan gaji - Keputusan penerimaan dan pemecatan karyawan - Pengembangan usaha - Keputusan program pemasaran - Keputusan-keputusan keuangan dan asset.
Manajer operasional	<ul style="list-style-type: none"> - Rekrutmen pegawai. - <i>training</i> pegawai. - Pengelolaan keuangan harian. - Menjalankan program promosi. - Penjagaan dan perawatan <i>asset</i> usaha. - Pengendalian karyawan cabang Bandung.
Manajer cabang I	<ul style="list-style-type: none"> - Pengelolaan keuangan harian. - Menjalankan program promosi. - Penjagaan dan perawatan <i>asset</i> usaha. - Pengendalian karyawan cabang I (jatinangor).
Karyawan	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan pelayanan perawatan tubuh sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen sesuai dengan keahlian yang dimilikinya.

Sumber : Biya salon muslimah, 2015

3.1.3 Jenis Perawatan

Berikut adalah jenis-jenis perawatan yang disediakan oleh Biya salon muslimah:

Tabel 3.2
Jenis-jenis perawatan

Jenis perawatan	Deskripsi singkat
Potong rambut	Penataan rambut sesuai keinginan konsumen, dengan tahapan pemotongan, pembersihan, dan <i>finishing</i> .
<i>Creembath</i>	Perawatan masalah rambut dengan bahan khusus yang dilakukan dengan pemijatan kepala.
<i>Hair spa</i>	Perawatan menyeluruh terhadap kulit kepala, akar rambut, dan helaian rambut dengan bahan-bahan aroma terapi.
<i>Hair loss</i>	Perawatan untuk rambut rontok dengan rangkaian bahan perawatan mulai dari sampo, krim, <i>loiton</i> , dan tonik khusus pencegahan kerontokan.
Masker rambut	Khusus perawatan rambut kering yang merawat helaian rambut.
<i>Facial</i>	Rangkaian perawatan wajah yang dilakukan beberapa tahap untuk membersihkan dan mengangkat sel kulit mati dan menyegarkan wajah. Tahapan mulai dari pembersihan pemijatan dan masker wajah.
Cat rambut	Pewarnaan rambut.

Masker wajah	Khusus perawatan wajah.
<i>Make up</i>	Rias wajah dengan serangkaian kosmetik.
Lulur	Perawatan tubuh yang dilakukan untuk membersihkan kulit dengan pemijatan pada tubuh menggunakan bahan tertentu.
<i>Body message</i>	Pemijatan pada anggota tubuh untuk menyegarkan dan menghilangkan kelelahan, pemijatan juga dilakukan untuk perawatan karena gangguan kesehatan tertentu.
Masker badan	Perawatan kulit tubuh untuk mempercepat <i>regenerasi</i> sel kulit dengan melapisi kulit menggunakan bahan khusus selama waktu tertentu.
<i>Pedicure</i>	Perawatan kuku kaki dan kulit sekitar telapak kaki, menyegarkan kaki, menghilangkan kelelahan, merapihkan kuku dan menjaga kelembaban kulit kaki.
<i>Manicure</i>	Perawatan kuku tangan dan kulit sekitar telapat tangan, menyegarkan kulit, merapikan kuku dan menjaga kelembaban kulit tangan.
Refleksi	Pemijatan pada simpul-simpul saraf yang terdapat pada telapak kaki untuk memberikan efek relaksasi, menghilangkan kelelahan, menghilangkan gangguan kesehatan tertentu dan memperlancar peredaran darah.

Sumber : Biya salon muslimah, 2015

3.2 Metode Penelitian

Pengertian metode penelitian adalah suatu cara untuk memecahkan masalah ataupun cara mengembangkan ilmu pengetahuan dengan metode ilmiah. Secara lebih luas lagi (Sugiono) menjelaskan bahwa metode penelitian merupakan cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.

3.2.1 Jenis Dan Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian korelasional, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan variabel independent dengan variabel dependent, dalam penelitian ini ingin diketahui hubungan antara variabel kualitas jasa dan loyalitas konsumen.

Sedangkan metode yang digunakan adalah korelasional, yaitu penelitian yang berfungsi untuk mengkaji tingkat keterkaitan antara kualitas jasa dan loyalitas konsumen.

3.2.2 Jenis Data, Sumber Data

1. Guna menjawab perumusan masalah no. 1 “Bagaimana pelaksanaan kualitas jasa yang diberikan pihak salon Biya muslimah?”, diperlukan data tentang:

Pelaksanaan dan kualitas jasa pada Biya salon muslimah .

- a. Jenis data: Primer
- b. Sumber data: Manajemen Biya salon muslimah

2. Guna menjawab permasalahan masalah no. 2 “Bagaimana tanggapan responden tentang kualitas jasa di Biya salon muslimah?”, diperlukan data tentang:

Tanggapan responden tentang kualitas jasa di Biya salon muslimah .

- a. Jenis data: primer
- b. Sumber data: Pelanggan Biya salon muslimah.

3. Guna menjawab permasalahan masalah no. 2 “Bagaimana tingkat loyalitas konsumen di Biya salon muslimah?”, diperlukan data tentang:

Tanggapan responden tentang kualitas jasa di Biya salon muslimah .

- c. Jenis data: primer
- d. Sumber data: Pelanggan Biya salon muslimah.

4. Guna menjawab permasalahan masalah no. 3 “Seberapa besar pengaruh kualitas jasa dengan loyalitas pelanggan?”. Diperlukan data tentang:

- a. Kualitas jasa Biya salon muslimah

Jenis data: Primer

Sumber data: Pelanggan Biya salon muslimah.

- b. Loyalitas pelanggan di biya salon muslimah

Jenis data: Primer

Sumber data: Pelanggan Biya salon muslimah.

3.2.3 Populasi, Teknik Sampling, Sampel

3.2.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiono (2014:80) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Biya salon muslimah.

3.2.3.2 Teknik Sampling Dan Sampel Penelitian

Sampel menurut Sugiono (2014:81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan dalam penarikan sampel yang digunakan untuk responden dilakukan dengan teknik *non probability sampling*, yaitu teknik penarik sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sugiono (2014:84).

Teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiono (2014:85) *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Peneliti melakukan penelitian tentang kualitas jasa Biya salon muslimah, maka sampel sumber datanya adalah responden yang melakukan perawatan di Biya salon muslimah lebih dari satu kali.

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin (Sevilla et. al., 1960:182), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Jumlah populasi konsumen di Biya Salon Muslimah sebesar 4.557 orang dan akan dilakukan penarikan sampel dengan batas toleransi 10 %

Dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = N / (1 + N e^2) = 4557 / (1 + 4557 \times 0,10^2) = 97,9 \approx 100.$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 100 orang

3.2.4 Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2014:37) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut, atau sifat, atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu:

1. Variabel Independent (variabel bebas), yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menyebabkan timbulnya variabel dependent. Variabel Independent dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (x).
2. Variabel Dependent (variabel terikat), yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel Dependent dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (y).

Definisi operasional variabel adalah penarikan batas yang lebih rendah menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substantivedari suatu konsep. Tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya maka peneliti harus memasukkan proses atau operasionalnya alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang ditelitinya.

Manfaat operasional variabel yaitu:

1. Untuk menentukan skala data
2. Sebagai acuan dalam pembuatan instrumen
3. Sebagai acuan dalam penentuan alat analisis rumus statistik.

Tabel 3.3
Operasionalisasi variable

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas jasa (X) Menurut Zeithaml dan bitner (2013 : 87) Kualitas Jasa adalah ketidaksesuaian antara harapan atau keinginan konsumen dengan yang diterima konsumen”	<i>Reliability</i> (Keandalan) “kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan”	Ketepatan waktu	Tingkat Ketepatan waktu pelayanan	Ordinal
	<i>Tangibles</i> (Keberwujudan) “Fasilitas yang dapat dilihat dan digunakan perusahaan”	Daya taik gedung	Tingkat daya tarik gedung	Ordinal
		Kelengkapan fasilitas	Tingkat Kelengkapan fasilitas	Ordinal
		Kebersihan salon	Tingkat Kebersihan salon	Ordinal
		Keluasan parkir	Tingkat keluasan parker	Ordinal
		Kerapihan seragam karyawan	Tingkat Kerapian seragam karyawan	Ordinal
		Tersedianya Papan media promosi	Tingkat ketersediaan Papan media promosi	Ordinal
	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) “Kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan jasa secara cepat”	Frekuensi karyawan memberikan bantuan	Tingkat frekuensi bantuan yang diberikan oleh karyawan	Ordinal
		Kecepatan pelayanan	Tingkat Kecepatan karyawan melayani tamu	Ordinal
	<i>Assurance</i> (Jaminan) “Kemampuan karyawan dalam menimbulkan kepercayaan dan	kesopanan	Tingkat kesopanan karyawan	Ordinal
		Keahlian	Tingkat keahlian karyawan	Ordinal

	keyakinan pelanggan”			
	<i>Empathy</i> (empati) “Kemampuan atau kesediaan karyawan memberikan perhatian yang bersifat pribadi”	Pemahaman terhadap pelanggan	Tingkat pemahaman dalam memahami pelanggan	Ordinal
		Perhatian	Tingkat perhatian yang diberikan oleh karyawan	Ordinal
loyalitas pelanggan (Y)	Melakukan pembelian ulang secara teratur		Tingkat pembelian ulang konsumen	Ordinal
Menurut griffin (2008:31) loyalitas pelanggan adalah pembentukan sikap dan pola perilaku seorang konsumen terhadap pembelian dan penggunaan produk merupakan hasil dari pengalaman mereka sebelumnya.			Tingkat pembelian produk atau jasa pada perusahaan yang sama	Ordinal
	Membeli antarlini produk dan jasa		Frekuensi pembelian dalam satu bulan	Ordinal
	Merekomendasikan kepada orang lain		Tingkat merekomendasikan penyedia jasa atau produk kepada orang lain	Ordinal
	Menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik produk atau jasa dari pesaing		tingkat kekebalan pelanggan terhadap daya tarik pesaing	Ordinal

3.3 Instrumen, Syarat Instrumen yang Baik Untuk Pedoman Kuesioner, dan Bentuk Instrumen Untuk Pedomas Kuesioner

3.3.1 Instrumen

1. Pedoman Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data karena peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data premier terkait dengan variabel kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen.

2. Pedoman Kuisoner

Kuisoner merupakan teknik pengumpulan data yang harus dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden yaitu konsumen Biya salon muslimah untuk dijawab yang terkait dengan variabel kualitas jasa terhadap loyalitas konsumen. Kuisoner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan terbuka atau tertutup.

3.3.2 Syarat Instrumen Penelitian (Pedoman Kuisoner)

Syarat instrument yang baik untuk pedoman kuisoner,yaitu meliputi:

- a. Di ujicoba (Try Out) kepada 30 orang responden dan 30 orang responden tersebut tidak dapat dimasukkan kembali pada anggota responden untuk pedoman kuisoner yang sebenarnya.
- b. Memenuhi Persyaratan Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. (Sugiyono, 2014:121). Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrument yang kurang valid mempunyai validitas yang rendah.

Uji validitas ini diperoleh dengan cara mengkorelasikan setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:

$$R_{xy} = \frac{n\sum X1.1 - \sum X1.1\sum X1}{((n\sum X1.1^2 - (\sum X1.1)^2)(n\sum X1^2 - \sum X1)^2)}$$

Dimana :

R_{xy} : korelasi antara skor variabel (X) dengan skor variabel (Y)

N : banyaknya sampel

X : skor dari item X

Y : skor dari item Y

c. Memenuhi Persyaratan Reliabilitas

Hasil penelitian yang reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.(Sugiyono, 2014:121).Selain menggunakan SPSS uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha cronbach.

Adapun rumus Alpha Cronbach yang digunakan:

$$a = \frac{k \cdot r}{1 + k - 1 \cdot r}$$

Dimana :

k : reliabilitas instrumen

r : banyaknya butir pertanyaan

Hasil pengujian validitas

Tabel 3.4
Uji validitas kualitas jasa

No	r korelasi	r kritis	Ket
1	0.697	0.300	Valid
2	0.388	0.300	Valid
3	0.696	0.300	Valid
4	0.483	0.300	Valid
5	0.387	0.300	Valid
6	0.683	0.300	Valid
7	0.648	0.300	Valid
8	0.746	0.300	Valid
9	0.772	0.300	Valid
10	0.617	0.300	Valid
11	0.844	0.300	Valid
12	0.404	0.300	Valid
13	0.771	0.300	Valid

Sumber : Kuisiner Diolah 2015

Tabel 3.5
Uji validitas loyalitas konsumen

No	r korelasi	r kritis	Ket
14	0.749	0.300	Valid
15	0.742	0.300	Valid
16	0.495	0.300	Valid
17	0.364	0.300	Valid
18	0.583	0.300	Valid

Sumber : Kuisiner Diolah 2015

Hasil pengujian realibilitas

Tabel 3.6
Nilai Reliabilitas

Koefisien Reliabilitas	Nilai	Reliabel
Kualitas jasa	0.900	Reliabel
Loyalitas konsumen	0.772	Reliabel

Sumber : Kuisisioner Diolah 2015

Nilai reliabilitas memberikan indikasi bahwa keandalan kuesioner yang digunakan sebagai alat pengukur termasuk pada kategori berkorelasi kuat untuk kedua variabel karena nilainya lebih besar dari 0,7.

3.3.3 Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuesioner

Dalam penelitian ini, dari operasionalisasi variabel diperoleh skala data variabel independen dan variabel dependen adalah ordinal. Maka bentuk instrumen yang digunakan penulis dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2014:93), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

Untuk keperluan analisis ini, maka jawaban setiap item dapat berupa kata-kata serta pemberian skor untuk setiap item pertanyaan.

Tabel 3.7
Kriteria Jawaban dan Skoring Penilaian Responden

No	Keterangan	Skor Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup (C)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2014:94)

Tabel 3.8
Rentang Klasifikasi Variabel

No	Lebar Interval	Kategori	
		X	Y
1	100 – 180	Sangat buruk	Sangat buruk
2	181 – 260	Buruk	Buruk
3	261 – 340	Cukup	Cukup
4	341 – 420	Baik	Baik
5	421 – 500	Sangat Baik	Sangat Baik

3.4 Metode Analisis Data

Metode pengolahan dan analisis data dilakukan dengan melalui bernagai tahap berikut :

3.4.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen

apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Rumus regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + bX$$

Dimana :

Y' : Variabel Dependen (Nilai yang diprediksikan)

a : Nilai Konstanta harga Y jika $X = 0$

b : koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

X : Nilai variabel independen

Rumus untuk mendapatkan nilai a yaitu sebagai berikut:

$$a = \frac{\sum Y}{N} - b \frac{\sum X}{N}$$

Rumus untuk nilai b adalah sebagai berikut:

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

Dengan ketentuan :

Y : Nilai taksiran volume penjualan

X : Nilai proses penjualan

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk melihat ada tidaknya pengaruh variabel kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Biya salon muslimah. Dengan menggunakan analisis ini dapat diketahui berapa besar pengaruh yang terjadi pada kualitas jasa jika terjadi perubahan loyalitas konsumen.

Guna memenuhi fungsi mencari pengaruh sebab akibat, dengan asumsi adalah setelah melakukan operasional variabel dimana skala data untuk variabel independen dan dependennya adalah skala data ordinal.

Maka untuk memenuhi asumsi rumus ini dengan skala data sekurang-kurangnya adalah interval. Dengan skala data ordinal maka untuk memenuhi asumsi skala data interval harus ditingkatkan lagi dengan menggunakan rumus *Method of Successive Interval* (MSI).

3.4.2 Analisis Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel independen (kualitas produk) dengan variabel dependen (keputusan pembelian)

maka penulis menggunakan koefisien *Korelasi Pearson Product Moment*. Adapun persamaan koefisien *Korelasi Pearson Product Moment* sebagai berikut :

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

Dimana :

r : Nilai korelasi pearson

$\sum X$: Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum Y$: Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum XY$: Jumlah hasil kali pengamatan variabel X dan Y

$\sum X^2$: Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X yang telah dikuadratkan

$\sum Y^2$: Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel Y yang telah dikuadratkan

Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya hubungan tersebut, maka dapat digunakan pedoman seperti yang tertera pada tabel berikut ini:

Tabel 3.9
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,0 – 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 (2014:184)

3.4.3 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk (X) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Perhitungan koefisien determinasi memiliki tujuan untuk mengetahui besar kecilnya kontribusi dari variabel kualitas produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y). Perhitungan koefisien determinasi dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Dimana :

Kd : Nilai koefisien determinan

r : Nilai koefisien korelasi

3.4.4 Transformasi Data

Agar data yang terkumpul dalam bentuk ordinal dapat diperoleh lebih lanjut, maka perlu pengubahan data kedalam bentuk interval menggunakan *Method Of Successive Interval* (MSI). Langkah kerja yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Menghitung frekuensi setiap pilihan jawaban untuk setiap pertanyaan.
2. Menghitung proporsi untuk setiap pilihan jawaban dengan cara membagi setiap bilangan (*frekuensi*) f dan n .
3. Menghitung proporsi kumulatif dengan menjumlahkan proporsi secara berurutan untuk setiap responden.
4. Proporsi kumulatif dianggap mengikuti distribusi normal baku, selanjutnya hitung nilai Z berdasarkan pada proporsi kumulatif.
5. Menentukan nilai kepadatan (*density*) untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai Z diatas pada rumus distribusi normal.
6. Menghitung *scale value* (nilai interval rata-rata) untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus, sebagai berikut :

Scale Value

$$= \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - (\text{Kepadatan batas atas})}{\text{Daerah dibawah batas atas} - (\text{Daerah dibawah batas bawah})}$$

Keterangan:

Scale value : Nilai skala.

Kepadatan Batas Bawah : Diperoleh dari table tinggi ordinal normal untuk pilihan jawaban dengan nilai yang lebih rendah.

Kepadatan Batas Atas : Diperoleh dari table tinggi ordinal normal untuk pilihan jawaban dengan nilai yang tinggi.

Daerah Dibawah Batas Atas : Diperoleh dari kumulatif proporsi untuk pilihan jawaban dengan nilai yang tinggi.

Daerah Dibawah Batas Bawah : Diperoleh dari kumulatif proporsi untuk pilihan jawaban dengan yang lebih rendah.

7. Menghitung skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban.

$$Skor = Nilai Skor + Nilai Skor Minimum + 1$$

Selanjutnya langkah yang harus dilakukan yaitu mensepadankan pasangan data interval hasil transformasi, disesuaikan dengan data ordinal aslinya, baik untuk variabel independen maupun variabel dependen dari setiap sampel penelitian untuk pengujian hipotesis.

3.5 Uji Hipotesis

3.5.1 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan).

1. Menentukan Hipotesis

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y

Ho: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y

2. Menentukan t_{hitung}

Menentukan t_{hitung} dengan melihat hasil pada tabel hasil SPSS

3. Menentukan t_{tabel}

Menentukan t_{tabel} dengan rumus:

$$dk = n - 2$$

Dimana :

dk = Derajat Kebebasan

n = Jumlah Sampel

4. Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

Kaidah Pengujian :

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka tolak Ho artinya signifikan

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka terima Ho artinya tidak signifikan

Dengan taraf signifikan (α) = 0,05

5. Membuat Kesimpulan