

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Penelitian ini memanfaatkan data primer sebagai sumber utama. Pendekatan tersebut digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan menganalisis permasalahan serta tujuan penelitian yang hendak dicapai.

Menurut Sugiyono (2023), metode deskriptif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan suatu fenomena, peristiwa, maupun kondisi secara sistematis, faktual, dan akurat. Metode ini berfokus pada penyajian fakta-fakta serta hubungan antarvariabel yang diteliti tanpa bermaksud menghasilkan kesimpulan yang berlaku secara umum.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Kotler et al. (2024) menyatakan bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik suatu populasi atau fenomena tertentu secara sistematis dan akurat. Penelitian ini berfokus pada penyajian informasi mengenai siapa, apa, kapan, di mana, dan bagaimana suatu peristiwa terjadi, tanpa menguji hubungan sebab-akibat.

Sementara itu, metode verifikatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Selain itu, metode ini bertujuan untuk menguji kebenaran suatu pengetahuan atau hipotesis yang telah dirumuskan.

3.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut (Sugiyono, 2023), operasionalisasi variabel adalah suatu proses untuk menguraikan variabel penelitian ke dalam bentuk yang lebih konkret berupa dimensi, indikator, dan skala pengukuran sehingga dapat diukur secara empiris. Operasionalisasi variabel bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menyusun instrumen penelitian, mengumpulkan data, serta melakukan analisis terhadap variabel yang diteliti, sehingga hasil penelitian menjadi lebih terarah, sistematis, dan dapat diuji kebenarannya. Dalam penelitian ini diperlukan guna menentukan dimensi atau indikator dari variabel-variabel terkait dalam penelitian ini, dan bertujuan untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Secara lebih rinci oprasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	<i>Product quality is the ability of a product to perform its function, which includes durability, reliability, accuracy, ease of operation and repair, as well as other valuable attributes.</i>	1. <i>Performance</i> (Kinerja)	1. Produk baik dan berfungsi sesuai harapan 2. Konsumen merasa nyaman saat memakai sarung wadimor	Likert
		2. <i>Features</i> (Fitur)	1. Fitur produk lengkap Sesuai kebutuhan konsumen.	
		3. <i>Reliability</i> (Reliabilitas)	1. Produk jarang mengalami kerusakan 2. Produk dapat digunakan selama	
	Kualitas produk adalah kemampuan			

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
	suatu produk dalam melaksanakan fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya (Kotler dalam Fera Nurlisna and Al. 2023)		jangka waktu panjang	
		4. <i>Conformance to specification</i> (Kesesuaian dengan Spesifikasi)	1. Produk sesuai dengan spesifikasi 2. Warna dan gambar sesuai dengan kemasan	
		5. <i>Durability</i> (Daya Tahan)	1. Bahan warna tidak mudah luntur setelah dicuci berulang 2. Produk memiliki umur pakai yang panjang.	
		6. <i>Serviceability</i> (Kemudahan Perbaikan)	1. Produk yang rusak mudah diperbaiki 2. Konsumen mudah mendapatkan layanan perbaikan produk	
		7. <i>Aesthetics</i> (Estetika)	1. Desain produk menarik secara visual 2. Motif terlihat menarik bagi konsumen	
		8. <i>Perceived quality</i> (persepsi kualitas)	1. Konsumen menilai produk berkualitas tinggi 2. produk dianggap lebih baik dari merek lain	
Variasi Produk (X2)	<i>Product variation is a company's effort to provide a variety of product choices so that consumers have alternatives according to their needs and desires.</i>	1. <i>Model</i>	1. Model sarung wadimor tersedia untuk anak-anak dan dewasa 2. Keberagaman motif	Likert
		2. <i>Appearance</i>	1. Corak sarung wadimor membuat penampilan saya menarik	

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
	Variasi produk merupakan upaya perusahaan untuk menyediakan berbagai pilihan produk agar konsumen memiliki alternatif sesuai kebutuhan dan keinginannya (Kotler dalam Gladly M. Langi and Al. 2023; Rieneke Ryke Kalalo and Al. 2024)	2. Kesesuaian warna dan pola dengan gaya pribadi 3. <i>Composition</i> 4. <i>Product availability</i>	1. Bahan sarung terdiri dari komposisi katun, polyester, dan campuran. 2. Konsumen merasa komposisi sarung sesuai kebutuhan 1. Sarung tersedia di pasaran secara offline maupun online 2. Konsumen mudah menemukan produk sarung saat dibutuhkan	
Persepsi Harga (X3)	<i>Perceived price is the amount of money charged for a product or service, or the amount of value that consumers exchange for the benefits of having or using the product or service.</i>	1. <i>Affordability</i> (Keterjangkauan harga) 2. <i>Price Match With</i> (Kesesuaian harga dengan kualitas produk) 3. <i>Price matches with benefits</i> (Kesesuaian harga dengan manfaat) 4. <i>Prices according to capabilities or price competitiveness</i> (Harga sesuai kemampuan atau daya saing)	1. Harga terjangkau 2. variasi harga sesuai jenis produk 1. Harga sesuai kualitas produk 2. Harga sesuai dengan harapan 1. Kesesuaian harga dengan produk yang ditawarkan 2. Harga sesuai dibanding merek lain 1. Harga bersaing dengan merek lain 2. Harga sesuai kemampuan	Likert
	Persepsi harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dalam Rizki Tri			

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
	Afriani and Al. 2024)			
Keputusan Pembelian (Y)	<i>The purchase decision is the evaluation stage where consumers form preferences for brands in a choice set and select the most preferred product.</i> Keputusan pembelian adalah tahap evaluasi di mana konsumen membentuk preferensi terhadap merek dalam kumpulan pilihan dan memilih produk yang paling disukai (Kotler dalm Nurchalisa Putri and Al 2023)		1. <i>Product Selection</i> (Pilihan Produk) Konsumen memilih produk sebagai pilihan utama 2. <i>Brand Selection</i> (Pilihan Merek) Konsumen memilih produk tertentu dibanding produk yang lain 3. <i>Distribution Selection</i> (Pilihan Tempat) Konsumen memilih tempat pembelian yang produk mudah diakses 4. <i>Purchase Amount</i> (Jumlah Pembelian) Konsumen menentukan jumlah produk sesuai kebutuhan 5. <i>Purchase Time</i> (Waktu Pembelian) Konsumen membeli produk pada waktu tepat 6. <i>Payment Method</i> (Transaksi pembelian) Konsumen memilih metode pembayaran yang mudah	Likert

Sumber : diolah Penulis (2026)

3.2.1 Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2023), variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, atau *antecedent*. Dalam penelitian, variabel independen merupakan variabel yang diduga memiliki hubungan atau pengaruh terhadap variabel lain.

3.2.2 Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono, 2023), Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari keberadaan variabel independen. Variabel ini juga dikenal sebagai variabel output, kriteria, atau konsekuen. Dalam penelitian, variabel dependen menjadi fokus utama yang hendak dijelaskan atau diprediksi berdasarkan pengaruh variabel independen.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Saat peneliti melakukan sebuah penelitian, peneliti membutuhkan sumber dan jenis data yang dibutuhkan selama melakukan penelitian.

3.3.1 Jenis Data

Menurut (Sugiyono, 2023) dalam bukunya memaparkan bahwa jenis data dibedakan menjadi dua, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif:

1. Data kualitatif

Data kualitatif merupakan data yang berbentuk kata-kata, kalimat, skema, dan gambar yang digunakan untuk menggambarkan suatu fenomena secara mendalam dan tidak dinyatakan dalam bentuk angka (Sugiyono, 2023).

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (skoring) sehingga dapat dianalisis menggunakan teknik statistik. Data ini digunakan untuk mengukur variabel penelitian serta menguji hipotesis yang telah ditetapkan secara objektif. Menurut (Sugiyono, 2023), data kuantitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan dapat diolah menggunakan metode statistik untuk menghasilkan kesimpulan yang bersifat generalisasi. Dalam penelitian ini, data kuantitatif diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden yang kemudian diolah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, variasi produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Adapun responden dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna saruang Wadimor di Kota Bandung.

3.3.2 Sumber Data

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama tanpa melalui perantara. Data ini dikumpulkan oleh peneliti melalui teknik seperti kuesioner, wawancara, dan observasi untuk menjawab permasalahan penelitian. Menurut (Sugiyono, 2023), data primer adalah sumber data yang

langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, yaitu konsumen yang menggunakan sarung Wadimor di Kota Bandung, untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X1), variasi produk (X2) dan persepsi harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber pertama, melainkan melalui perantara seperti dokumen, laporan, buku, jurnal, maupun arsip yang relevan dengan penelitian. Data ini digunakan sebagai pendukung untuk melengkapi data primer. Menurut (Sugiyono, 2023), data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, melainkan melalui orang lain atau dokumen. Adapun bahan-bahan yang didapat dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan, informasi dari internet yang berkaitan dengan penelitian ini dan observasi langsung dilapangan.

3.4 Populasi dan Sampel

Dalam melakukan suatu penelitian, peneliti harus melakukan sejumlah populasi dan ukuran sample yang akan digunakan.

3.4.1 Penentuan Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian dijadikan dasar dalam penarikan kesimpulan (Sugiyono,

2023). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah masyarakat yang berdomisili di wilayah Kota Bandung. Populasi tersebut termasuk dalam kategori infinite population atau populasi tidak terbatas, karena jumlah pasti masyarakat yang menggunakan produk atau memakai sarung Wadimor tidak diketahui oleh peneliti.

3.4.2 Penentuan Ukuran Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut (Sugiyono 2023), sampel digunakan apabila peneliti tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi, sehingga diambil sebagian yang dapat mewakili populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling dengan metode simple random sampling. Metode simple random sampling merupakan teknik pemilihan sampel yang dilakukan secara acak tanpa mempertimbangkan tingkatan atau strata dalam populasi. Dengan demikian, setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel penelitian. Teknik ini dipilih karena penelitian memiliki keterbatasan waktu dalam proses pelaksanaannya. Menurut Sugiyono (2023), teknik ini termasuk dalam probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Penggunaan teknik tersebut bertujuan untuk memperoleh sampel yang representatif, sehingga data yang diperoleh mampu menggambarkan karakteristik populasi secara keseluruhan.

Dengan demikian, analisis mengenai pengaruh kualitas produk, variasi produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian dapat dilakukan secara

lebih akurat dan dapat dipercaya. Selain itu, penerapan teknik ini juga berperan dalam mengurangi kemungkinan terjadinya bias selama proses pengumpulan data. Oleh karena itu, hasil penelitian yang diperoleh diharapkan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan yang valid dalam konteks pemasaran produk sarung Wadimor (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini, populasi tidak diketahui secara pasti, oleh sebab itu teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling*. Teknik ini dipilih karena memberikan peluang yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Dengan demikian, data yang diperoleh diharapkan dapat menggambarkan karakteristik populasi secara lebih representatif. Adapun penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2023), sebagai berikut:

$$n_0 = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{e}$$

Keterangan:

n_0 = jumlah sampel

Z = nilai Z pada tingkat kepercayaan 95% (1,96)

p = estimasi proporsi populasi (0,5)

e = tingkat kesalahan (0,05)

Berdasarkan rumus tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini dapat dihitung sebagai berikut:

$$n_0 = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n_0 = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,0025}$$

$$n_0 = 384,16 \approx 385 \text{ responden}$$

Keterangan:

n_0 = jumlah sampel

Z = Nilai pada tingkat kepercayaan 95% adalah sebesar 1,96.

p = Estimasi proporsi populasi ditetapkan sebesar 0,5.

e = tingkat kesalahan (0,05)

3,8416 = hasil kuadrat dari 1,96

0,25 = hasil dari $0,5 \times (1 - 0,5)$

0,0025 = hasil dari $(0,05)^2$

Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 384,16 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 385 responden. Namun, guna mempermudah perhitungan serta memperoleh data yang lebih valid, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 385 responden.

3.5 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan penting dalam suatu penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data yang akurat, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan penelitian. Menurut (Sugiyono, 2023), teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui berbagai metode, seperti kuesioner, wawancara, observasi, dan dokumentasi, yang pemilihannya disesuaikan dengan karakteristik penelitian serta jenis data yang dibutuhkan. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner sebagai metode utama, karena dinilai paling efektif dan efisien untuk mengumpulkan data dari jumlah responden yang relatif besar, serta mampu mengukur variabel penelitian secara terstruktur dan sistematis.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan kondisi, persepsi, dan pengalaman yang mereka miliki. Dalam penelitian ini, kuesioner disusun berdasarkan indikator dari variabel kualitas produk, variasi produk, persepsi harga dan keputusan pembelian yang telah dioperasionalisasikan sebelumnya. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada responden yaitu pengguna sarung Wadimor di Kota Bandung. Melalui kuesioner ini, peneliti dapat memperoleh data primer secara langsung dari responden yang berkaitan dengan kualitas produk sarung, macam-macam variasi produk sarung, serta persepsi harga sarung Wadimor agar kesediaan melakukan keputusan pembelian produk tersebut.

Menurut (Sugiyono, 2023), skala Likert digunakan untuk mengukur variabel penelitian yang bersifat abstrak menjadi lebih terukur secara kuantitatif.

Dalam penelitian ini, pengukuran variabel dilakukan menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk menilai sikap, pendapat, serta persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial melalui pilihan jawaban yang telah disediakan.

Tabel 3.2 Kriteria Skor Variabel

Tipe	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : (Sugiyono, 2023)

Selain menggunakan kuesioner, penelitian ini juga didukung oleh teknik studi kepustakaan sebagai sumber data sekunder. Studi kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan berbagai referensi yang relevan, seperti buku, jurnal ilmiah, serta sumber-sumber lain yang berkaitan dengan topik penelitian yang dikaji. Data sekunder ini digunakan untuk memperkuat landasan teori, mendukung analisis, serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai konsep variabel kualitas produk, variasi produk, persepsi harga, dan keputusan pembelian. Dengan demikian, kombinasi antara data primer dan data sekunder diharapkan dapat menghasilkan penelitian yang lebih komprehensif, valid, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian merupakan tahapan yang dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian, seperti kuesioner, telah memenuhi kriteria valid dan reliabel. Instrumen yang baik harus mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten, sehingga data yang dihasilkan dapat dipercaya dan digunakan untuk analisis lebih lanjut. Menurut (Sugiyono, 2023), instrumen penelitian yang baik harus memenuhi dua syarat utama, yaitu validitas dan reliabilitas.

3.6.1 Uji Validitas

Dalam penelitian kuantitatif, kriteria utama terhadap data hasil penelitian adalah valid, reliabel, dan objektif. Menurut (Sugiyono, 2023), data yang valid adalah data yang menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Data yang reliabel adalah data yang memiliki tingkat konsistensi yang tinggi apabila digunakan secara berulang dalam kondisi yang sama. Sementara itu, data yang objektif adalah data yang sesuai dengan keadaan sebenarnya di lapangan dan tidak dipengaruhi oleh bias atau subjektivitas peneliti. Oleh karena itu, sebelum data dianalisis lebih lanjut, perlu dilakukan uji instrumen penelitian untuk memastikan bahwa data yang diperoleh telah memenuhi ketiga kriteria tersebut.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*, yaitu dengan

mengorelasikan skor setiap item pernyataan dengan skor total variabel. Pengujian dilakukan dengan bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* versi 27. Menurut (Ghozali 2023), suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar daripada r tabel (r hitung $>$ r tabel) pada tingkat signifikansi 0,05. Sebaliknya, apabila nilai r hitung lebih kecil daripada r tabel (r hitung $<$ r tabel), maka item pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid dan perlu diperbaiki atau dihapuskan. Dengan demikian, uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan akurat.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten apabila dilakukan pengukuran berulang dalam kondisi yang sama. Instrumen yang reliabel menunjukkan bahwa alat ukur tersebut dapat dipercaya dan memiliki tingkat kestabilan yang baik dalam mengukur variabel penelitian. Menurut (Sugiyono 2023), uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran suatu instrumen sehingga data yang dihasilkan dapat dipercaya. Sementara itu menurut (Ghozali 2023), pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* untuk mengukur konsistensi internal suatu instrumen penelitian.

Dalam pengujian ini, suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70. Namun, dalam penelitian eksploratori, apabila nilai *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,60, maka instrumen dinyatakan tidak reliabel dan perlu dilakukan perbaikan (Ghozali 2023). Dengan demikian, uji

reliabilitas sangat penting dilakukan guna memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan memiliki tingkat konsistensi yang baik, sehingga data yang diperoleh dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut secara akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah..

Dengan demikian, uji reliabilitas sangat penting dilakukan guna memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan memiliki tingkat konsistensi yang baik, sehingga data yang diperoleh dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut secara akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 27*, menggunakan instrumen alat ukur berupa kuesioner yang disebarkan kepada responden. Menurut (Ghozali 2023), suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70, sehingga hasil pengukuran dapat dianggap konsisten dan dapat dipercaya.

3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahapan pengujian yang dilakukan sebelum analisis regresi linear berganda, dengan tujuan untuk memastikan bahwa data penelitian memenuhi asumsi-asumsi dasar dalam model regresi. Pengujian ini penting dilakukan agar hasil analisis yang diperoleh bersifat *BLUE (Best Linear Unbiased Estimator)*, sehingga hasil penelitian dapat dipercaya dan tidak bias. Menurut (Ghozali 2023), terdapat beberapa uji asumsi klasik yang harus dipenuhi, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas.

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Menurut (Ghozali 2023), uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik, seperti *Kolmogorov-Smirnov*, atau dengan melihat grafik *Normal Probability Plot (P-P Plot)* dan grafik Histogram.

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan program SPSS. Kriteria pengujian yang digunakan adalah apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka data dinyatakan berdistribusi normal, sedangkan apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal..

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengandung gejala multikolinearitas. Menurut (Ghozali 2023), uji multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. apabila nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas
2. sebaliknya, apabila nilai *Tolerance* $< 0,10$ dan *VIF* > 10 , maka terjadi multikolinearitas.

3.7.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara residual pada satu periode dengan residual pada periode sebelumnya dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak menunjukkan adanya gejala autokorelasi. Menurut (Ghozali 2023), uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson (DW)*.

Kriteria pengujian:

1. Apabila nilai *Durbin-Watson* berada di bawah 1,5, maka terdapat indikasi autokorelasi positif.
2. Apabila nilai *Durbin-Watson* berada antara 1,5 sampai dengan 2,5, maka tidak terdapat gejala autokorelasi.
3. Apabila nilai *Durbin-Watson* berada di atas 2,5, maka terdapat indikasi autokorelasi negatif.

Jika nilai berada di luar rentang tersebut maka terjadi autokorelasi.

3.7.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengandung gejala heteroskedastisitas. Menurut (Ghozali 2023), pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* atau menggunakan uji *Glejser*.

Kriteria pengujian:

Apabila tidak terdapat pola tertentu pada grafik *scatterplot*, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan apabila terdapat pola tertentu, maka terjadi heteroskedastisitas.

Atau:

Sebagai alternatif, kriteria pengujian juga dapat dilihat dari nilai signifikansi (Sig.): apabila nilai Sig. $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sedangkan apabila nilai Sig. $< 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas.

3.7.5 Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi bersifat linear atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki hubungan linear antar variabel, karena analisis regresi linear mengasumsikan adanya hubungan garis lurus antara variabel bebas dan variabel terikat. Menurut (Ghozali 2023), uji linearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada hasil uji linearitas melalui bantuan program SPSS. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dinyatakan linear, sedangkan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hubungan tersebut dinyatakan tidak linear. Dengan demikian, uji linearitas penting dilakukan guna memastikan bahwa model regresi yang digunakan telah sesuai dengan asumsi yang diperlukan, sehingga hasil analisis dapat memberikan kesimpulan yang tepat.

3.8 Rancangan Analisis

Rancangan analisis merupakan proses pengolahan data yang dilakukan secara sistematis guna memperoleh informasi yang dapat menjawab rumusan masalah penelitian. Analisis data dilakukan dengan cara mengelompokkan, mengolah, serta menyajikan data dalam bentuk yang mudah dipahami, sehingga dapat ditarik kesimpulan yang tepat. Menurut (Sugiyono 2023), analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil pengumpulan data, sehingga data tersebut mudah dipahami dan dapat diinformasikan kepada pihak lain.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode analisis deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan karakteristik dari variabel-variabel penelitian, sedangkan analisis verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis serta mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel yang diteliti, yaitu kualitas produk, variasi produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode analisis yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah diperoleh dari hasil penelitian, tanpa dimaksudkan untuk membuat kesimpulan yang bersifat umum. Menurut (Sugiyono 2023), analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang

telah terkumpul sebagaimana adanya, sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi variabel yang diteliti.

Pengolahan data yang terkumpul dari hasil kuesioner dapat dikelompokkan ke dalam tiga (3) tahapan, yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian. Persiapan merupakan proses mengumpulkan serta memeriksa kebenaran cara pengisian kuesioner, dilanjutkan dengan melakukan tabulasi terhadap hasil kuesioner, serta memberikan nilai (scoring) sesuai dengan sistem penilaian yang digunakan dan tujuan penelitian, sehingga menghasilkan informasi dalam bentuk yang lebih ringkas..

Penentuan kriteria responden terhadap variabel penelitian dilakukan berdasarkan interval sebagai berikut:

Tabel 3.3 Pemberian Nilai *Scoring*

Item	Penilaian Responden										Skor Total	%
	SS = 5		S = 4		N = 3		TS = 2		STS = 1		Skor Aktual	Skor Ideal
	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor		
Skor Total Variabel												

Sumber : Data (Sugiyono 2023)

Keterangan :

Skor Ideal = Jumlah Responden x Jumlah Item Pernyataan x 5

$$\text{Skor Total} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} = 100\%$$

Untuk memudahkan penelitian terhadap jawaban responden, maka variabel penelitian dilakukan ketegorisai dan rumus distribusi penelitian terhadap jumlah skor tanggapan responden sebagai berikut :

$$\text{Indeks Maksimal} = 5$$

$$\text{Indeks Minimal} = 1$$

$$\text{Presentase Indeks Maksimal} = \text{Jumlah Responden} / \text{Jumlah Pernyataan} \times 100\%$$

$$= \frac{5}{5} \times 100\%$$

$$\text{Presentase Indeks Minimal} = \text{Jumlah Responden} / \text{Jumlah Pernyataan} \times 100\%$$

$$= \frac{1}{5} \times 100\%$$

$$\text{Jarak Interval} = \% \text{ indeks Maks} - \% \text{ Indeks Min} / \text{Kategori}$$

$$= (100\% - 20\%) / 5 = 16\%$$

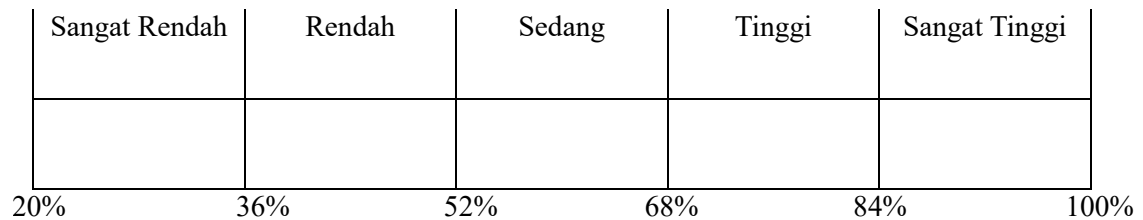
Berdasarkan perhitungan pada rumus diatas, maka diperoleh kategori jumlah skor responden pada tabel 3.4:

Tabel 3.4 Kategorisasi Jumlah Skor Responden

Hasil Perhitungan	Kategori
20% - 36%	Sangat Tidak Baik
36% - 52%	Tidak Baik
52% - 68%	Cukup
68% - 84%	Baik
84% - 100%	Sangat Baik

Sumber: Data Sugiyono (2023)

Adapun jumlah skor tanggapan responden tersebut dapat digambarkan secara kontinum yaitu :



Gambar 3. 1 Garis Kontinum

3.8.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif merupakan metode analisis yang digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya, serta untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antar variabel penelitian. Menurut (Sugiyono, 2023), analisis verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menguji teori melalui pengujian hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik, sehingga dapat diketahui tingkat kebenaran dari hubungan antar variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini, analisis verifikatif digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, variasi produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Data yang telah diperoleh dari hasil kuesioner selanjutnya diolah menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Analisis ini dilakukan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, mengingat terdapat lebih dari satu variabel independen yang memengaruhi variabel dependen. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk (X1), variasi produk (X2), dan persepsi harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Selain itu, analisis ini juga digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan dependen, apakah bersifat positif atau negatif.

Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut::

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi Kualitas Produk

b₂ = Koefisien regresi Variasi produk

b₃ = Koefisien regresi Persepsi Harga

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Variasi Produk

X₃ = Persepsi Harga

e = *Error* (tingkat kesalahan)

Selanjutnya, untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan uji statistik, yaitu uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh secara simultan, serta *koefisien determinasi* (R^2) untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dengan menggunakan analisis verifikatif ini, diharapkan dapat diperoleh hasil yang akurat mengenai hubungan dan pengaruh antar variabel sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam penarikan kesimpulan penelitian.

3.9 Rancangan Uji Hipotesis

Rancangan uji hipotesis merupakan tahapan analisis yang dilakukan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. Menurut (Sugiyono 2023), uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis statistik untuk menentukan apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak berdasarkan data yang telah dikumpulkan.

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, yang kemudian dilanjutkan dengan uji statistik berupa uji t (parsial) dan uji F (simultan). Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu kualitas produk, variasi produk dan persepsi harga, terhadap variabel dependen keputusan pembelian secara individu. Sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan tingkat kesalahan (α) sebesar 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel yang diuji. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hipotesis ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

Selain itu, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, digunakan *koefisien determinasi* (R^2). Nilai R^2 menunjukkan seberapa besar kontribusi kualitas produk, variasi produk dan persepsi harga dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dengan demikian, melalui rancangan uji hipotesis ini, peneliti dapat mengetahui dan membuktikan apakah hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh.

3.9.1 Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linier berganda merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, variasi produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Menurut (Ghozali 2023), analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua

variabel atau lebih, serta menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

Model persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

b₂ = Koefisien regresi Variasi produk

a = Konstanta

b₃ = Koefisien regresi Persepsi Harga

b₁ = Koefisien regresi Kualitas Produk

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Variasi Produk

X₃ = Persepsi Harga

e = Error (tingkat kesalahan)

Koefisien regresi (b₁, b₂ dan b₃) menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai koefisien regresi bernilai positif, maka menunjukkan adanya hubungan searah, artinya peningkatan pada variabel independen akan meningkatkan variabel dependen. Sebaliknya, apabila bernilai negatif, maka menunjukkan hubungan yang berlawanan arah. Sementara itu, konstanta (a) menunjukkan nilai keputusan

pembelian ketika variabel kualitas produk, variasi produk dan persepsi harga dianggap bernilai nol.

Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda ini, peneliti dapat mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta menentukan variabel mana yang memiliki pengaruh paling dominan dalam penelitian ini.

3.9.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Uji signifikansi parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji pengaruh kualitas produk, variasi produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian secara parsial. Menurut (Ghozali 2023), uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan tingkat kesalahan (α) sebesar 0,05. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima, yang berarti variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hipotesis ditolak, yang berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Selain itu, pengujian juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel: apabila nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, maka hipotesis

diterima, yang menandakan adanya pengaruh yang signifikan. Sebaliknya, apabila nilai t hitung lebih kecil daripada t tabel, maka hipotesis ditolak.

Dengan demikian, uji t digunakan untuk mengetahui variabel mana yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai hubungan antar variabel dalam penelitian ini.

3.9.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Pengujian signifikansi simultan atau uji F bertujuan menilai apakah seluruh variabel bebas yang terdapat dalam model regresi secara bersama-sama memberikan pengaruh yang berarti terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini, pengujian tersebut diterapkan untuk melihat pengaruh gabungan kualitas produk, variasi produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan pendapat Ghazali (2023) yang menyatakan bahwa uji F berfungsi untuk mengidentifikasi apakah keseluruhan variabel independen dalam model regresi berpengaruh secara kolektif terhadap variabel dependen.

Keputusan uji dibuat dengan cara mencocokkan nilai signifikansi hasil perhitungan terhadap taraf kesalahan (α) sebesar 0,05. Jika nilai signifikansi berada di bawah 0,05, hipotesis dinyatakan diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi melampaui 0,05, hipotesis dinyatakan ditolak, yang mengindikasikan bahwa

variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Di samping membandingkan nilai signifikansi, pengambilan keputusan uji F dapat pula dilakukan melalui perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} . Jika F_{hitung} melebihi F_{tabel} , hipotesis dinyatakan diterima sehingga terbukti terdapat pengaruh simultan yang signifikan. Sebaliknya, jika F_{hitung} berada di bawah F_{tabel} , hipotesis dinyatakan ditolak. Melalui pengujian ini, dapat dinilai kelayakan model regresi dalam menjelaskan hubungan kualitas produk, variasi produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian secara menyeluruh..

3.9.4 Uji Koefisien dan Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi menunjukkan sejauh mana variabel-variabel independen mampu menerangkan keragaman pada variabel dependen. Pada penelitian ini, pengujian tersebut dimanfaatkan untuk menilai besarnya sumbangan kualitas produk, variasi produk, dan persepsi harga terhadap perubahan keputusan pembelian. Ghazali (2023) menjelaskan bahwa nilai R^2 mencerminkan kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen, sementara bagian yang tersisa dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

Nilai *koefisien determinasi* bergerak dalam rentang 0 hingga 1. Semakin mendekati 1, semakin besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Sebaliknya, nilai yang mendekati 0 menandakan daya jelas

variabel independen yang sangat terbatas. Oleh karena itu, makin tinggi nilai R^2 , makin baik pula kemampuan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

Pada regresi linear berganda, *Adjusted R Square* lazim digunakan karena menghasilkan estimasi yang lebih akurat, terutama bila model memuat lebih dari satu variabel independen. Ukuran ini menggambarkan kontribusi variabel independen secara lebih realistis terhadap variabel dependen. Dengan demikian, uji *koefisien determinasi* berperan penting dalam menentukan besarnya pengaruh kualitas produk, variasi produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian secara keseluruhan.