

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan sebab akibat. Penelitian kuantitatif yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungan gejala sebab-akibat, maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan pada beberapa variabel (Sugiyono, 2012:8).

Penelitian ini menggunakan teknik analisis linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan secara simultan antara variabel independen dimensi kualitas pelayanan *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* terhadap variabel dependen yakni keputusan pembelian.

3.2 Objek Penelitian

Adapun objek dalam penelitian ini adalah variabel independen berupa dimensi kualitas pelayanan *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* terhadap variabel dependen yakni keputusan pembelian di Toko basmalah Kecamatan Tempeh kabupaten Lumajang. Sedangkan pada penelitian ini subjek yang dipilih adalah konsumen pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang. Alasan melakukan penelitian Pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang adalah lokasi penelitian mudah dijangkau, dan data mudah diperoleh.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah dalam penelitian (Istijanto, 2010:33-38). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

3.3.2 Sumber Data

Menurut (Istijanto, 2010:32) menyatakan bahwa data adalah informasi yang dihasilkan oleh riset pemasaran yang merupakan hasil akhir proses pengolahan selama riset berlangsung. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data internal dan eksternal, dimana data internal diperoleh dari profil perusahaan dan jumlah karyawan pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang, sedangkan data eksternal diperoleh dari konsumen pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:61). Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah masyarakat yang melakukan pembelian pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang jumlah populasi tidak bisa diukur karena tidak terbatas.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut (Sugiyono, 2012:62) Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dari penelitian ini adalah sebagian masyarakat yang telah melakukan pembelian pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara metode *sampling Insidental* untuk mengambil sampel. Hal tersebut dikarenakan pengambilan sampel dilakukan berdasarkan pertimbangan yang sesuai dengan maksud penelitian. Menurut (Sugiyono, 2012:67) *Sampling Insidental* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Menurut (Sugiyono, 2012:74) “metode penentuan ukuran sampel adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe dalam buku *Research Methods For Bussiness* (1982:253)” yang dikutip sebagai berikut:

- 1) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500.
- 2) Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- 3) Bila dalam penelitian melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.

4) Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing kelompok antara 10 s/d 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *multivariate* yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 5 (lima) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil 10×6 variabel = 60 anggota sampel.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2012:2) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini menggunakan 6 (enam) variabel terdiri dari 5 (lima) variabel independen yaitu dimensi kualitas pelayanan *Tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan 1 (satu) variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

a) Variabel Independen

Variabel independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent* atau sering disebut sebagai variabel bebas. “Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya dan timbulnya variabel dependen” (Sugiyono, 2012:4). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu dimensi kualitas pelayanan *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), dan *empathy* (X5).

b) Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen atau sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012:4). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual Variabel

Variabel independen dalam penelitian ini adalah dimensi kualitas pelayanan *tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), *empathy* (X5) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

a. *Tangible* (berwujud)

Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan fisik fasilitas, kedisiplinan serta penampilan pegawai (Fatihudin & Firmansyah, 2019:29). Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Oleh karena itu penting bagi perusahaan untuk memberikan impresi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi.

b. *Reliability* (kehandalan)

Kemampuan dan kecermatan perusahaan dalam memberikan dan melakukan pelayanan kepada pelanggan dengan segera, akurat dan sesuai janji yang ditawarkan (Fatihudin & Firmansyah, 2019:28).

c. *Responsiveness* (ketanggapan)

Kemampuan perusahaan dalam merespon permintaan serta keluhan dari pelanggan (Fatihudin & Firmansyah, 2019:28). Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketetapan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan.

d. *Assurance* (jaminan)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan rasa aman dan menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan (Fatihudin & Firmansyah, 2019:29). Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan yang tinggi dimana pelanggan akan merasa aman dan terjamin.

e. *Empathy* (empati)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian serta menghargai pelanggan dengan bersikap santun dan tidak membedakan (Fatihudin & Firmansyah, 2019:29). Inti dari dimensi *empathy* adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dipahami.

3.5.3 Definisi Operasional Variabel

a. *Tangible* (berwujud)

Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan fisik fasilitas, kedisiplinan serta penampilan pegawai. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Oleh karena itu penting bagi perusahaan untuk memberikan impresi yang positif terhadap kualitas pelayanan yang

diberikan tetapi tidak menyebabkan harapan pelanggan yang terlalu tinggi.

Komardi & Yudi (2018) menyebutkan indikator *tangible* adalah:

- 1.) Fasilitas fisik.
- 2.) Penampilan karyawan.
- 3.) Kedisiplinan pelayanan.

Berdasarkan indikator-indikator diatas tentang *tangibles* dalam penelitian ini, maka disusun kuisisioner sebagai berikut:

- a) Tempat pelayanan pada Toko Basmalah sangat nyaman bagi konsumen.
- b) Penampilan karyawan Toko Basmalah selalu rapi dan bersih.
- c) Kedisiplinan karyawan pada Toko Basmalah sangat sesuai dengan yang konsumen harapkan.

b. *Reliability* (kehandalan)

Kemampuan dan kecermatan perusahaan dalam memberikan dan melakukan pelayanan kepada pelanggan dengan segera dan akurat. Komardi & Yudi (2018) menyebutkan indikator *reliability* adalah:

- 1) Dapat diandalkan dalam menangani masalah.
- 2) Kecepatan pelayanan yang diberikan oleh toko.
- 3) Toko menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang diinginkan.

Berdasarkan indikator-indikator diatas tentang *reliability* dalam penelitian ini, maka disusun kuisisioner sebagai berikut:

- a) Karyawan Toko Basmalah cekatan jika terjadi keluhan atau masalah pada konsumen.
- b) Karyawan pada Toko Basmalah memberikan kecepatan saat melayani.
- c) Karyawan Toko Basmalah menyelesaikan masalah secara tepat waktu.

c. Responsiveness (ketanggapan)

Kemampuan perusahaan dalam sikap tanggap dan merespon permintaan serta keluhan dalam upaya memuaskan pelanggan. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketetapan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan. Komardi & Yudi (2018) menyebutkan indikator *responsiveness* adalah:

- 1) Karyawan selalu bersedia membantu.
- 2) Layanan yang cepat dan cermat.
- 3) Kesiapan dalam merespon permintaan.

Berdasarkan indikator-indikator diatas tentang *responsiveness* dalam penelitian ini, maka disusun kuisisioner sebagai berikut:

- a) Karyawan Toko Basmalah akan selalu membantu apa yang konsumen butuhkan.
- b) Karyawan Toko Basmalah melakukan pelayanan dengan cepat dan cermat bagi konsumen.
- c) Karyawan pada Toko Basmalah selalu siap saat dibutuhkan oleh konsumen.

d. Assurance (jaminan)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan rasa aman dan menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan yang tinggi dimana pelanggan akan merasa aman dan terjamin. Komardi & Yudi (2018) menyebutkan indikator *assurance* adalah:

- 1) Rasa percaya.
- 2) Keamanan.
- 3) Sikap karyawan.

Berdasarkan indikator-indikator diatas tentang *assurance* dalam penelitian ini, maka disusun kuisisioner sebagai berikut:

- a) Karyawan Toko Basmalah selalu menumbuhkan rasa percaya konsumen untuk melakukan pembelian.
- b) Karyawan pada Toko Basmalah membuat konsumen merasa aman dalam melakukan pembelian.
- c) Karyawan pada Toko Basmalah selalu konsisten bersikap sopan kepada konsumen.

e. *Empathy* (empati)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian serta menghargai pelanggan dengan bersikap santun dan tidak membeda-bedakan. Inti dari dimensi *empathy* adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dipahami. Komardi & Yudi (2018) menyebutkan indikator *empathy* adalah:

- 1) Mengutamakan kepentingan pelanggan.
- 2) Melayani dan menghargai setiap pelanggan.
- 3) Karyawan melayani tidak bersifat diskriminatif.

Berdasarkan indikator-indikator diatas tentang *empathy* dalam penelitian ini, maka disusun kuisisioner sebagai berikut:

- a) Karyawan Toko Basmalah lebih mengutamakan kepentingan konsumen.
- b) Karyawan Toko Basmalah selalu melayani dan menghargai konsumen.
- c) Karyawan Toko Basmalah tidak membeda-bedakan saat melayani konsumen.

f. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahap evaluasi konsumen dalam membentuk preferensi antara merek atau produk dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek ataupun produk yang disukai (Kotler & Keller, 2009:188). Komardi & Yudi (2018) menyebutkan indikator keputusan pembelian adalah:

- 1) Pengenalan Masalah.
- 2) Pencarian Informasi.
- 3) Evaluasi Alternatif
- 4) Keputusan pembelian.
- 5) Perilaku Pasca Pembelian

Berdasarkan indikator-indikator diatas tentang keputusan pembelian dalam penelitian ini, maka disusun kuisisioner sebagai berikut:

- a) Saya melakukan pembelian pada Toko Basmalah karena kebutuhan dan banyak diminati oleh konsumen.
- b) Saya mencari informasi dari sumber-sumber yang berkaitan sebelum saya memutuskan untuk membeli pada Toko Bamalah kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.
- c) Saya memilih Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang sebagai alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan.

- d) Saya memutuskan untuk membeli produk pada Toko Basmalah.
- e) Jika saya akan membeli produk maka akan datang lagi pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

3.6.1 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2015:178). Instrumen pada penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator variabel, selanjutnya instrumen penelitian dan skala pengukurannya disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1
Variabel Instrumen Penelitian dan skala pengukuran

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	<i>Tangible</i>	Fasilitas fisik	Tempat pelayanan pada Toko Basmalah sangat nyaman bagi konsumen.	Ordinal	Komardi & Yudi (2018)
		Penampilan karyawan	Penampilan karyawan Toko Basmalah selalu rapi dan bersih.		
		Kedisiplinan dalam melakukan pelayanan	Kedisiplinan karyawan pada Toko Basmalah sangat sesuai dengan yang konsumen harapkan.		
2.	<i>Reliability</i>	Dapat diandalkan dalam menangani masalah.	Karyawan Toko Basmalah dapat diandalkan untuk menangani masalah konsumen.	Ordinal	Komardi & Yudi (2018)
		Kecepatan pelayanan yang diberikan oleh toko.	Karyawan pada Toko Basmalah memberikan kecepatan saat melayani.		
		Toko menyelesaikan pelayanan tepat waktu yang diinginkan.	Karyawan Toko Basmalah menyelesaikan masalah secara tepat waktu.		

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
3.	<i>Responsiveness</i>	Karyawan selalu bersedia membantu.	Karyawan Toko Basmalah akan selalu membantu apa yang konsumen butuhkan.	Ordinal	Komardi & Yudi (2018)
		Layanan yang cepat dan cermat.	Karyawan Toko Basmalah melakukan pelayanan dengan cepat dan cermat bagi pelanggan.		
		Kesiapan dalam merespon permintaan.	Karyawan pada Toko Basmalah siap dan sigap dalam merespon permintaan konsumen.		
4.	<i>Assurance</i>	Rasa percaya.	Karyawan Toko Basmalah selalu menumbuhkan rasa percaya konsumen untuk melakukan pembelian.	Ordinal	Komardi & Yudi (2018)
		Keamanan	Karyawan pada Toko Basmalah membuat konsumen merasa aman dalam melakukan pembelian.		
		Sikap karyawan	Karyawan pada Toko Basmalah selalu konsisten bersikap sopan kepada konsumen.		
5.	<i>Empathy</i>	Mengutamakan kepentingan pelanggan	Karyawan Toko Basmalah memberikan perhatian secara individu dan mendahulukan konsumen.	Ordinal	Komardi & Yudi (2018)
		Memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan.	Karyawan Toko Basmalah selalu melayani dan menghargai konsumen.		
		Karyawan melayani dengan tidak bersifat diskriminatif	Karyawan Toko Basmalah tidak membedakan saat melayani konsumen.		
6.	Keputusan pembelian	Pengenalan Masalah	Saya melakukan pembelian pada Toko Basmalah karena kabutuhan dan banyak diminati konsumen.	Ordinal	Komardi & Yudi (2018)
		Pencarian Informasi	Saya mencari informasi dari sumber-sumber yang berkaitan sebelum memutuskan untuk membeli prduk pada Toko Basmalah		

Indikator	Instrumen
Evaluasi Alternatif	Saya memilih Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang sebagai alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan.
Keputusan Pembelian	Saya memutuskan untuk membeli produk pada Toko Basmalah.
Perilaku Pasca Pembelian	Jika saya akan membeli produk maka akan datang lagi pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang

Sumber: Literatur yang relevan

3.6.2 Skala Pengukuran

Teknik skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Ordinal* yang digunakan untuk pembeda data, sekaligus mengandung unsur pemeringkatan. Derajat atau tingkatan melalui penelitian tertentu dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015:136). Adapun skala *ordinal* beserta skor dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Skala *Ordinal*

No	Pernyataan	Nilai
1.	Setuju, selalu, sangat positif, sangat baik	5
2.	Setuju, sering, positif, baik	4
3.	Ragu-ragu, kadang-kadang, netral, cukup baik	3
4.	Tidak setuju, tidak pernah, negatif, tidak baik	2
5.	Sangat tidak setuju, sangat negatif, sangat tidak baik	1

Sumber: Sugiyono (2015:136)

3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini antara lain sebagai berikut :

3.7.1 Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain, yaitu wawancara dan kuisioner. Teknik

pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang di amati terlalu besar (Sugiyono, 2017:229). Observasi dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung kepada pelanggan Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

3.7.2 Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk melakukan dan menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah responden sedikit atau kecil (Sugiyono, 2017:220). Wawancara yang dilakukan peneliti adalah kepada konsumen pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

3.7.3 Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017:225). Penyebaran kuesioner kepada konsumen pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang. Dengan menyebarkan kuesioner ini diharapkan peneliti dapat memperoleh data yang akurat mengenai dimensi kualitas pelayanan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap keputusan pembelian pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh kabupaten Lumajang. Proses pengukuran data dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban dari beberapa pertanyaan sebuah kuesioner dalam bentuk angket.

3.8 Teknik Analisis Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian kuantitatif teknik analisis data yang digunakan sudah jelas yakni responden diarahkan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal (Sugiyono, 2015:238).

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka perlu dilakukan uji validitas dan realibilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berkontribusi normal, terbebas dari multikolonieritas dan heteroskedastisitas.

3.8.1 Uji Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuisioner yang digunakan untuk menjangar data responden, dimana asumsi dasar harus dipenuhi oleh kuisioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahapan berikutnya.

a. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu instrumen yang digunakan untuk mengukur kecocokan obyek yang seharusnya diukur. Analisis faktor yang dilakukan pada uji validitas ini adalah dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi setiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi

antar skor faktor dengan skor total kurang dari 0,3 maka hasil dari instrumen dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2015:173).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran relatif konsisten dari waktu ke waktu (Purnomo, 2019:70). Metode yang digunakan untuk melihat data sudah reliabel adalah dengan metode *Cronbach Alpha* (α). Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel berikut :

Tabel 3.3
Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval Cronbach Alpha	Tingkat Reliabilitas
1.	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,20 – 0,40	Agak Reliabel
3.	0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
4.	0,60 – 0,80	Reliabel
5.	0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho (2011:33)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Alat uji yang dilakukan pada uji asumsi klasik adalah uji normalitas data, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas (Purnomo, 2019:49).

a. Pengujian Normalitas Data

Uji normalitas data adalah untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui

itu perlu dilakukan analisis grafik yang menguji normalitas data dengan melihat normal *Probability Plot*. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas atau normalitas terpenuhi (Umar, 2008:181).

b. Pengujian Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan mengacu pada *Variance Inflation Factor* (VIF) dimana jika nilai <10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 (Purnomo, 2019:56).

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah digunakan untuk mencari tahu apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam sebuah model regresi. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara scatter plot dengan menggunakan suatu nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit (Purnomo, 2019:59).

Dalam pengambilan keputusan dengan menggunakan uji glejser dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Jika nilai (sig.) > 0,05 maka tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas dalam model regresi.
2. Jika nilai (sig.) < 0,05 maka terjadi gejala Heteroskedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Sugiyono (2012:275) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti untuk meramalkan bagaimana suatu keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), apabila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi. Sehingga analisis regresi linier berganda tersebut dilakukan bila keseluruhan variabel bebasnya minimal dua.

Rumus Regresi Linier Berganda

$$KP = a + b_1TB + b_2RL + b_3RS + b_4AS + b_5EM$$

Dimana :

KP = Keputusan Pembelian

TB = *Tangible*

RL = *Reliability*

RS = *Responsiveness*

AS = *Assurance*

EM = *Empathy*

a = Koefisien konstanta

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linier berganda sudah dilakukan maka langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun signifikan antara variabel independen yaitu dimensi kualitas pelayanan *tangible*

(X1), *reliability* (X2), *responsiveness* (X3), *assurance* (X4), *empathy* (X5) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

a. Uji t (parsial)

Menurut (Widarjono, 2015:22) Uji t digunakan untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh antara variabel independen (dimensi kualitas pelayanan *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) secara parsial dan simultan. Peneliti mengajukan lima hipotesis yang diuji dengan menggunakan uji t, sebab pengajuan hipotesis dilakukan secara parsial. Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut :

1) Merumuskan Hipotesis

a) Hipotesis Pertama

H1 : Terdapat pengaruh dimensi kualitas layanan *tangible* secara parsial signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

b) Hipotesis Kedua

H2 : Terdapat pengaruh dimensi kualitas layanan *reliability* secara parsial signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

c) Hipotesis Ketiga

H3 : Tidak terdapat pengaruh dimensi kualitas layanan *responsiveness* secara parsial signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

d) Hipotesis keempat

H4 : Terdapat pengaruh dimensi kualitas layanan *assurance* secara parsial signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

e) Hipotesis kelima

H5 : Terdapat pengaruh dimensi kualitas layanan *empathy* secara parsial signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

2) Menentukan *level of signifikansi* dengan $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian :

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan $\alpha < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh).

Jika $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ dan $\alpha > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh).

4) Menentukan nilai t_{tabel} :

Nilai t_{tabel} dapat dicari dengan mengamati tabel statistic pada tingkat signifikansi α sebesar 0,05 serta derajat kebebasan $df = n-k$ dengan menggunakan uji 2 sisi (n yaitu jumlah data dan k yaitu jumlah variabel independen).

5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} untuk mengetahui tingkat signifikansi.

b. Uji F (Simultan)

Menurut (Widarjono, 2015:19) mengemukakan bahwa uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen secara simultan terhadap

variabel dependen. Uji F dijelaskan dengan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA). Langkah-langkahnya sebagai berikut :

1) Merumuskan Hipotesis :

H₆ : Terdapat pengaruh dimensi kualitas layanan *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (kepedulian) secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

2) Menentukan besarnya F_{tabel}

F_{tabel} dapat dicari dengan mengamati tabel statistic dengan tingkat signifikansi α sebesar 0,05 serta derajat kebebasan df_1 (jumlah variabel-1) dan df_2 (n-k-1). Dengan keterangan bahwa n yaitu jumlah data dan k yaitu jumlah variabel independen.

3) Kriteria pengujiannya :

a) Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh).

b) Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh).

4) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil f_{hitung} dengan f_{tabel} .

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa baik garis regresi yang sesuai dengan data aktualnya yang ditunjukkan dalam besaran determinasi (R^2) antara 0 sampai 1. Koefisien determinasi diperoleh dari total variasi variabel dependen dan variabel independen yang dinyatakan dalam prosentase. Apabila diperoleh $R^2 = 1$ atau mendekati 1, maka garis regresi yang

dihasilkan semakin baik, jika garis regresi mendekati 0 maka garis regresi dinyatakan kurang baik (Widarjono, 2015:17).

Koefisien determinasi biasa disebut dengan koefisien determinasi majemuk yang hampir sama dengan koefisien r^2 . R juga hampir sama dengan r, hanya saja keduanya berbeda didalam fungsi kecuali regresi linier berganda. Determinasi regresi linier berganda menggunakan R_{square} (Sanusi, 2011:136).

Koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yakni dimensi kualitas pelayanan *tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy* terhadap variabel dependen yakni keputusan pembelian pada Toko Basmalah Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

