

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yakni penelitian yang bersifat kuantitatif dengan menggali hubungan asosiatif, asosiatif yakni penelitian yang memakai rumusan masalah dengan menanyakan keterkaitan dua atau lebih variabel. Hubungan kausal juga dipakai dalam penelitian ini, hubungan kausal yakni keterkaitan yang bersifat sebab serta akibat dengan maksud untuk memahami dampak variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2014:36-37).

Teknik analisis yang dipakai dalam penelitian ini yakni analisis regresi linier berganda. Teknik ini dipakai dengan maksud untuk mengkaji variabel bebas (X) yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi terhadap variabel terikat (Y) yakni keputusan pembelian. Oleh karena itu hipotesis ini mengungkapkan dampak secara parsial antara variabel bebas (X) yakni variabel produk (X_1) harga (X_2) tempat (X_3) dan promosi (X_4) orang (X_5) proses (X_6) sarana fisik (X_7) dan terhadap variabel terikat (Y) yakni keputusan pembelian bisa diuji.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yang dipakai yakni variabel produk (X_1), harga (X_2) tempat (X_3) dan promosi (X_4) orang (X_5) proses (X_6) sarana fisik (X_7). Sedangkan variabel terikatnya yakni keputusan pembelian (Y). Mengenai tempat yang digunakan dalam penelitian ini yakni para pelaku di Pemancingan di Kelurahan jogoyudan dusun suko kecamatan lumajang kabupaten lumajang.

Pertimbangan yang melandasi penelitian ini dilakukan ditempat tersebut yakni:

- a. Pemancingan di Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang merupakan salah satu tempat yang paling banyak tambak pemancingan di Kabupaten Lumajang.
- b. Pemancingan di Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang merupakan alternatif pengembangan penyediaan lapangan pekerjaan bagi warga yang tinggal dekat di daerah tersebut.
- c. Pemancingan di Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang merupakan salah satu tempat program pengembangan untuk kelangsungan usaha perbenihan perikanan.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Data yang dipakai dalam penelitian ini yakni data primer. Menurut (Indriantoro & Supomo, 2014:146) data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab suatu pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu para pelaku di Pemancingan di Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang. Hasil dari data primer adalah jawaban dari responden atas pernyataan-pernyataan yang diajukan di dalam kuesioner. Pernyataan tersebut menyangkut tentang produk, harga, tempat, lokasi dan keputusan pembelian dari para pelaku di Pemancingan di Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data internal. “Data internal merupakan data yang berasal dari organisasi tersebut (Mudrajar Kuncoro, 2013:148)”. Data internal diperoleh dari para pelaku di Pemancingan di Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

3.4.1 Populasi

Hatmawan Riyanto (2020:11) menerangkan populasi penelitian didasarkan pada objek penelitian merupakan atribut yang mempunyai ciri-ciri dan data variasi yang ditentukan oleh peneliti, sehingga mudah untuk mengumpulkan, menganalisis dan menarik kesimpulan dari atribut atau data tersebut. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pelaku di Pemancingan Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia dan jenis kelamin dengan jumlah 80 responden.

3.4.2 Sampel dan Teknik *Sampling*

Sampel penelitian merupakan bagian yang memberikan gambaran secara umum dari populasi (Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., 2020:12). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah para pelaku di pemancingan Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan jenis *nonprobability sampling* yang merupakan teknik *sampling* dengan tidak

memberikan kesempatan (peluang) kepada setiap anggota populasi untuk menjadi anggota sampel Unaradjan (2019:118).

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode teknik *Accidental Sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2009:85). Penentuan metode ukuran sampel yang dipergunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe (1982) dalam (Sugiyono, 2015:133) seperti berikut ini:

- a. Ukuran sampel yang cocok dalam penelitian yaitu antara 30 sampai dengan 500
- b. Bila sampel dibagi dalam beberapa kategori (seperti: pria dan wanita, pegawai negeri swasta dan lainnya) maka total anggota sampel setiap kategori
- c. jika dalam penelitian ingin melakukan analisis regresi dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya) maka total anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Contohnya variabel penelitian ada 8 (independen + dependen), maka total anggota sampel = $10 \times 8 = 80$.
- d. Untuk penelitian eksperimen sederhana dengan menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol maka total anggota kelompok sampel masing-masing 10 sampai dengan 20.

Analisis dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari (7) variabel independen dan (1) variabel dependen maka ukuran sampel yang diambil 10×8 variabel = 80 anggota sampel.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian bermakna apapun yang bisa diberi beberapa tipe nilai yang ditentukan oleh peneliti untuk diamati dan dipelajari dengan maksud untuk mendapatkan informasi terkait hal tersebut, untuk kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2014:38). Terdapat beberapa variabel yang dipakai dalam penelitian ini yakni:

a. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas umumnya dikenal dengan nama lain variabel independen maupun variabel stimulus ini memiliki makna sebagai variabel yang menjadi sebab adanya perubahan atau munculnya variabel terikat (Sugiyono, 2014:39). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yakni:

- 1) Produk (X_1)
- 2) Harga (X_2)
- 3) Tempat (X_3)
- 4) Promosi (X_4)
- 5) orang (X_5)
- 6) proses (X_6)
- 7) sarana fisik (X_7)

b. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat ini umumnya dikenal dengan nama lain variabel output, kosekuen maupun kriteria. Variabel ini bermakna sebagai variabel yang menjadidampak atau menjadi akibat dari keberadaan variabel bebas (Sugiyono,

2014:39). Variabel dependen juga disebut sebagai bentuk variabel yang dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel bebas. Variabel terikat yang dipakai dalam penelitian ini yakni: Pengambilan Keputusan (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah sebuah konsep yang diartikan dengan konsep lain guna menciptakan logika dalam proses pembuatan hipotesis (Sholihah, 2020:91). Definisi konseptual dari masing-masing variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu memberikan kepuasan bagi penggunaannya. Selain itu, produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya (Musfar, 2020:30). Produk adalah barang atau jasa yang diperjual belikan perusahaan kepada konsumen dengan tujuan memberikan kepuasan dan keinginan kepada konsumen.

b. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Abubakar, 2017:39). Harga adalah alat yang digunakan untuk proses pertukaran terhadap sejumlah barang atau manfaat serta pelayanan dari produk atau jasa yang akan didapat oleh konsumen tersebut. Dimana dengan adanya

harga sebuah perusahaan akan mendapatkan *income* bagi keberlangsungan perusahaan untuk jangka panjang.

c. Lokasi

Place (tempat) merupakan letak dimana sebuah perusahaan atau industri berada yang dianggap memiliki nilai penting yang berpengaruh pada penjualan dan pencarian laba baik secara jangka pendek dan panjang (Rusydi Abu bakar, 2017:60). Lokasi adalah tempat dimana sebuah perusahaan melakukan kegiatan bisnisnya atau lokasi adalah suatu wilayah atau tempat sesuatu objek tertentu.

d. Promosi

Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu (Kotler dan Armstrong, 2013:76). Promosi Merupakan salah satu bentuk dari komunikasi impersonal (*impersonal communication*) yang digunakan oleh perusahaan baik yang memproduksi barang atau jasa

e. Orang

Orang atau (*people*) merupakan aset utama yang berfungsi sebagai *service provider* yang sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan (Adam, 2015:96). Orang (*people*) adalah untuk mencapai kualitas yang baik seorang pegawai perlu dilatih dengan baik agar tidak melakukan kesalahan saat bekerja, *people* ini bukan hanya memegang peranan penting dalam bidang produksi atau operasional saja, tetapi juga dalam melakukan hubungan kontak langsung dengan konsumen. sehingga mampu memberikan kepuasan dalam pelayanan terhadap konsumen.

f. Proses

Proses merupakan gabungan semua aktifitas, yang umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme dan hal-hal rutin lainnya, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen”(Lupiyoadi, 2014:98). Proses terjadi di luar pandangan konsumen dan konsumen tidak mengetahui bagaimana proses itu terjadi yang terpenting adalah jasa yang mereka terima harus memuaskan.

g. Sarana fisik

Zeithaml dan Bitner (Wijaya, 2012:210) mendefinisikan bukti fisik sebagai “lingkungan di mana jasa disampaikan dan merupakan tempat dimana organisasi dapat berinteraksi dengan pelanggan serta di dalamnya terdapat unsur-unsur berwujud (*tangible*) yang akan mempengaruhi kinerja atau proses komunikasi jasa”. *Physical evidence* adalah Bukti fisik termasuk salah satu dari tujuh elemen bauran pemasaran jasa yang terdiri dari semua variabel yang bisa dikendalikan oleh perusahaan-perusahaan dalam komunikasinya dan akan dipakai untuk memuaskan konsumen sasaran.

h. Pengambilan keputusan

Menurut (Sunarji, 2016:138) Keputusan adalah sesuatu pilihan yang di ambil diantara satu atau lebih pilihan yang tersedia. Setiap manajer atau pimpinan sebaiknya harus cekatan dalam mengambil keputusan mengenai sesuatu masalah atau hal tertentu. Pengambilan keputusan (*Decision Making*) adalah melakukan penilaian dan menjatuhkan pilihan. Keputusan ini di ambil setelah melalui beberapa perhitungan dan pertimbangan alternatif.

3.5.3 Definisi Operasional

Sholihah,Q. (2020:91) menjelaskan definisi operasional sebagai definisi yang dilandaskan pada sifat-sifat hal yang dapat diobservasi. Definisi operasional dalam penelitian ini menggunakan variabel sebagai berikut:

a) Variabel Independen (X)

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yakni:

1) Produk (X_1)

Menurut Assauri (2015:200) adapun indikator produk sebagai berikut:

- a) Ukuran (sizes)
- b) Jenis (product lines)

Berlandaskan indikator mengenai produk, dapat disusun kuesioner serta jawaban dan skala pengukuran yang diantaranya :

- a. Saya merasa, Pemancingan menyediakan ragam jenis ikan yang saya butuhkan.
- b. Saya merasa, ukuran ikan sesuai dengan yang diharapkan.

2) Harga (X_2)

Indikator variabel independen harga dalam penelitian ini yang Menurut Kotler dan Gary Armstrong (2012:214), ada tiga indikator yang mencirikan harga.

- a) Keterjangkauan harga
- b) Perbandingan harga
- c) Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Berlandaskan indikator mengenai harga, dapat disusun kuesioner serta jawaban dan skala pengukuran yang diantaranya :

- a. Saya merasa, Harga yang ditawarkan pada usaha pemancingan terjangkau bagi saya.
- b. Saya merasa, Perbandingan harga pemancingan dengan tempat lain cukup bersaing.
- c. Saya merasa, Harga yang ditawarkan sesuai dengan jenis ikan yang ada

3) Lokasi (X_3)

Indikator variabel independen lokasi dalam penelitian ini menurut Ratih Hurriyati (2015 : 56).

- a) Akses
- b) *Visibilitas*
- c) Lalu Lintas (*traffic*)

Berlandaskan indikator mengenai tempat, dapat disusun kuisioner serta jawaban dan skala pengukuran yang diantaranya :

- a. Saya merasa, tempat pemancingan mudah dijangkau.
- b. Saya merasa, tempat pemancingan dapat dilihat dari google maps.
- c. Saya merasa, arus lalu lintas ketempat pemancingan lancar.

4) Promosi (X_4)

Indikator variabel independen promosi dalam penelitian ini yang menurut Ririn Tri Ratnasari (2012:80).

- a) *Personal selling*
- b) *Public relation*
- c) *Word of mouth*

Berlandaskan indikator mengenai tempat, dapat disusun kuisioner serta jawaban dan skala pengukuran yang diantaranya :

- a. saya merasa, karyawan pemancingan cepat tangga dalam memberikan informasi
- b. Saya merasa, pemancingan memberikan bonus 1 kali mancing bagi pemancing apabilan memancing lebih dari 10 kali.
- c. Saya mendapatkan informasi dari teman saya

5) Orang (X₅)

Indikator variabel independen orang menurut Ratih Hurriyati (2010:63)

- a) Keramahan
- b) Kerapian berpakaian
- c) Ketepatan dan kecepatan
- d) Penggunaan bahasa dalm berkomunikasi

Berlandaskan indikator mengenai tempat, dapat disusun kuisioner serta jawaban dan skala pengukuran yang diantaranya :

- a. Saya merasa, sikap dan pelayanan di pemancingan terhadap saya ramah
- b. Saya merasa, cara berpakaian karyawan di pemancingan rapih
- c. Saya merasa, karyawan di pemancingan bekerja secara optimal
- d. Saya merasa, komunikasi karyawan dengan pemancing sangat baik

6) Proses (X₆)

Indikator variabel independen proses menurut Anza Boby Adi (2016:133)

- a) Ketepatan
- b) Kecepatan

c) Kemudahan

Berlandaskan indikator mengenai tempat, dapat disusun kuisioner serta jawaban dan skala pengukuran yang diantaranya :

- a. Saya merasa, karyawan memiliki keahlian dalam menimbang ikan yang di tangkap
- b. Saya merasa karyawan di pemancingan cepat tanggap dalam menghadapi keluhan saya
- c. saya merasa, jumlah karyawan yang mencukupi di area pemancingan membuat saya mudah untuk berinteraksi

7) Sarana Fisik (X₇)

Indikator variabel independen sarana fisik Zeithmal (2013:98)yaitu:

- a) Keamanan
- b) Kenyamanan
- c) Tempat parkir yang nyaman

Berlandaskan indikator mengenai tempat, dapat disusun kuisioner serta jawaban dan skala pengukuran yang diantaranya :

- a. Saya merasa aman berada di pemancingan ini
- b. Saya merasa, fasilitas yang diberikan pemancingan membuat saya nyaman (wc& wifi)
- c. Saya merasa, tempat parkir di pemancingan cukup luas

b) Variabel Terikat (Y)

Indikator variabel dependen pengambilan keputusan dalam penelitian ini menurut Kotler dan Keller (2012:178) yaitu.

- a) Kemantapan pada sebuah produk
- b) Kebiasaan dalam membeli produk
- c) Melakukan pembelian ulang

Berlandaskan indikator mengenai pengambilan keputusan, dapat disusun kuisionerserta jawaban dan skala pengukuran yang diantaranya :

- a. Saya merasa yakin akan kualitas produk di tempat pemancingan ini
- b. Saya biasa membeli ikan di pemancingan ini
- c. Saya membeli ikan berulang-ulang di tempat ini

3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

Sumanto. (2020:107) menjelaskan instrumen penelitian sebagai alat yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dan akan dilampirkan atau digunakan untuk menguji hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, terdapat 3 instrumen yang digunakan, diantaranya sebagai berikut:

- a. Instrumen untuk mengukur produk.
- b. Instrumen untuk mengukur harga
- c. Instrumen untuk mengukur lokasi
- d. Instrumen untuk mengukur promosi
- e. Instrumen untuk mengukur orang.
- f. Instrumen untuk mengukur proses.
- g. Instrumen untuk mengukur sarana fisik.
- h. Intrumen untuk mengukur pengambilan keputusan.

Skala pengukuran merupakan acuan pengukuran yang digunakan peneliti untuk mengukur variabel penelitian (Riyanto, S., & Hatmawan, A. A.,

2020:23).Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert* yang merupakan model skala yang banyak digunakan oleh peneliti untuk mengukur sikap, persepsi atau fenomena sosial lainnya (Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., 2020:24). Dalam penelitian ini dapat disusun tabel instrumen penelitian dan skala pengukuran sebagai berikut:

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala pengukuran	Sumber
1.	Produk	a) Ukuran (<i>size</i>) b) Jenis (<i>product lines</i>)	a) Pemancingan menyediakan ragam jenis ikan yang saya ingin butuhkan terdapat ukuran ikan yang beragam. b) Ukuran ikan sesuai dengan yang diharapkan.	Ordinal	Menurut Assauri (2015:200)
2.	Harga	a) Keterjangkauan harga b) Perbandingan harga c) Kesesuaian harga	a) Harga yang ditawarkan pada usaha pemancingan terjangkau bagi saya Pilihan harga yang bervariasi. b) Perbandingan harga pemancingan dengan tempat lain cukup bersaing c) Harga yang ditawarkan sesuai dengan jenis ikan yang ada	Ordinal	Kotler dan Gary Amstrong (2012:214)

Lanjutan Tabel 3.1

No	Varibel	Indikator	Intrumen	Skala Pengukuran	Sumber
3.	Tempat	a) Akses b) Visibilitas c) Lalu Lintas (traffic)	a) Lokasi pemancingan mudah dijangkau bagi saya b) Lokasi pemancingan dapat dapat dicari lewat google maps dari jalan. c) Arus lalu lintas ke tempat pemancingan lancar	Ordinal	Ratih Hurriyati (2015 :56).
4.	Promosi	a) <i>Personal selling</i> b) <i>Public relation</i> c) <i>Word of muth</i>	a) Karyawan pemancingan cepat anggap dalam memberikan informasi b) Pemancingan memberikan bonus 1 kali mancing bagi pemancing apabila memancing lebih dari 10 kali. c) Mendapatkan informasi pemancingan dari teman saya	Ordinal	Ririn Tri Ratnasari (2012:80)

Lanjutan Tabel 3.2

No	Variabel	Indikator	Intrumen	Skala Pengukuran	Sumber
5.	Orang (<i>people</i>).	a) Karamahan b) Kerapian berpakaian c) Ketepatan & kecepatan pelayanan d) Penggunaan bahasa dalam berkomunikasi	a) Sikap dan pelayanan di pemancingan terhadap saya ramah dan baik b) Cara berpakaian karyawan di pemancingan rapih c) Karyawan di pemancingan bekerja secara optimal d) Karyawan di pemancingan menggunakan bahasa yang sopan saat berinteraksi	Ordinal	Ratih Hurriyati (2010:63)
6.	Proses (<i>process</i>)	1) Ketepatan 2) Kecepatan 3) Kemudahan	a) Karyawan memiliki kemampuan dalam mengukur bobot ikan b) Karyawan pemancingan cepat tanggap dalam emnghadapi keluhan saya c) Jumlah karyawan yang mencukupi di area pemancingan membuat saya mudah untuk berinteraksi	Ordinal	Anza Bobby Adi (2016:133)

Lanjutan Tabel 3.2

No	variabel	Indikator	Intrumen	Skala pengukuran	Sumber
7.	Sarana fisik	1) Keamanan 2) Kenyamanan 3) Tempat parkir yang nyaman	a) Merasa aman berada di pemancingan ini b) Fasilitas yang di berikan pemancingan membuat saya nyaman (wc & wifi) c) Tempat parkir di pemancingan cukup luas.	Ordinal	Zeithanl (2013:98)
8.	Pengambilan Keputusan	1) Kemantapan pada sebuah produk 2) Kebiasaan dalam membeli produk 3) Melakukan pembelian ulang	a) Yakin akan kualitas produk di tempat pemancingan ini.. b) Biasa membeli ikan di pemancingan ini c) Membeli berulang-ulang ikan di tempat ini	Ordinal	Kotler dan Keller (2012:178)

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Kuesioner

Kuesioner adalah cara yang dilakukan dalam mengumpulkan data dengan memberikan beberapa pernyataan maupun pertanyaan berupa tulisan terhadap

responden agar dijawab (Sugiyono, 2015:230). Kuesioner disebarikan kepada para pelaku di Pemancingan di Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang. Dengan tujuan untuk memperoleh data atau data yang nantinya akan digunakan didalam penelitian. Data – data yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner terhadap 80 responden pelaku sentra di pemancingan, dapat membuat peneliti mengetahui pengaruh produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan sarana fisik terhadap pengambilan keputusan pada pelaku di Pemancingan di Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang. Pengukuran data mengenai variabel produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses dan sarana fisik terhadap pengambilan keputusan dilakukan dengan cara memberikan skor pada setiap jawaban dari pernyataan yang dicantumkan di kuesioner tersebut. Skor yang diberikan pada penelitian ini menggunakan skala *likert*. Menurut (Sugiyono, 2015:136) menyatakan bahwa bentuk – bentuk skor berdasarkan skala *likert* antara lain :

- | | | |
|----|--|---|
| a) | Sangat setuju atau sangat positif (SS / SP) dengan skor | 5 |
| b) | Setuju atau positif (ST / PS) dengan skor | 4 |
| c) | Ragu – ragu atau netral (RG / NT) dengan skor | 3 |
| d) | Tidak Setuju atau negatif (TS / NG) dengan skor | 2 |
| e) | Sangat tidak setuju atau sangat negatif (STS / SN) dengan skor | 1 |

3.7.2 Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan

penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3.7.3 Wawancara

“Wawancara atau interview adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden” (Sugioyo, 2008:8900. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pemilik Pemancingan di Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

3.7.4 Survei

“Cara survey merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun secara tertulis” (Sanusi, 2011:105). Jika pernyataan diajukan dalam bentuk lisan maka namanya wawancara, kalau diajukan secara tertulis disebut kuesioner. Berkaitan dengan itu, cara survey dibagi menjadi 2 bagian yaitu wawancara (interview) dan kuesioner.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data yakni suatu aktivitas menghimpun berdasarkan jenis responden serta variabel, melakukan tabulasi data dengan berpedoman pada variabel dari semua responden, menyajikan data dari variabel, menghitung data tersebut dengan maksud untuk mencari jawaban terhadap rumusan masalah, serta untuk menguji hipotesis penelitian (Sugiyono, 2013:76). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linear berganda yakni analisis yang menghubungkan antara dua atau lebih variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen). Analisis ini bertujuan untuk menilai berapa besar

keterkaitan dua atau lebih variabel (Bahri, 2018:195) Penelitian ini melakukan analisis data dengan menggunakan program SPSS. Mengenai metode data yang dipakai dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

3.8.1 Uji Instrumen

Sebelum dilakukannya pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas yang merupakan asumsi dasar yang harus dipenuhi, bahwa data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

a. Pengujian Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan. Seperti yang dikatakan oleh Arikunto (2003:135) bahwa instrumen dikatakan valid apabila mampu menggali apa saja yang diinginkan dan mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Syarat untuk mengetahui suatu alat ukur dapat dikatakan valid dalam buku (Siregar, 2015:77) yaitu:

1. Koefisien korelasi product moment melebihi 0,3.
2. Koefisien korelasi product moment $> r$ tabel ($\alpha: n - 2$) n = jumlah sampel
3. Nilai sig $\leq \alpha$

Untuk menguji validitas data yang digunakan dalam penelitian ini, digunakan pengolahan data melalui SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) dengan menggunakan rumus korelasi product moment (Husein Umar, 2003:84) sebagai berikut.

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

Keterangan:

- r = koefisien validitas
 x = nilai pembanding
 y = nilai instrumen yang akan dicari validitasnya
 n = banyaknya sampel

Menurut Sugiyono (2008:134), syarat minimum untuk suatu data kuantitatif dianggap memenuhi syarat validitas apabila r minimal bernilai 0,3". Jadi jika kolerasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam intrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Pengujian Reliabilitas

Menurut Uji Reliabilitas merupakan suatu indeks yang menunjukkan sejauhmana suatu alat ukur tersebut dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Yuandari & Rahman, 2015:57). Jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama pada waktu yang berlainan. Suatu kuesioner mempunyai reliabilitas, jika kuesioner tersebut stabil dan dapat diandalkan sehingga meskipun digunakan berkali-kali akan memperoleh hasil yang serupa dan hasilnya dapat diramalkan. Menurut (Nugroho, 2011:33), uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam table sebagai berikut :

Tabel 3.2
 Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>Cronbach Alpha</i> (α)	Tingkat Reliabilitas
1.	0,000 – 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3.	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel

4.	0,601 – 0,80	Reliabel
5.	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Nugroho (2011:33)

3.8.2 Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

Beberapa asumsi yang perlu diperhatikan dalam model regresi agar menghasilkan estimasi yang baik, model regresi yang baik harus terhindar dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas selain itu memiliki data yang berdistribusi normal (Yanti & Sukotjo, 2016). Sedangkan asumsi klasik regresi linier berganda menurut (Sanusi, 2012:135) mengatakan bahwa asumsi asumsi yang ditetapkan dalam regresi linier berganda untuk menghasilkan nilai yang koefisien, asumsi-asumsi tersebut sebagai berikut

1. Variabel terikat dan variabel bebas mempunyai hubungan yang linier atau hubungan garis lurus.
2. Variabel terikat bersifat tidak berskala interval.
3. Keragaman dari selisih nilai pengamatan dan pendugaan harus sama untuk sama untuk semua nilai pendugaan Y . $(Y - Y')$ harus sama untuk semua nilai Y' . Apabila kondisi tersebut tidak terlaksana maka disebut dengan *heteroskedastisitas* dan residu yang akan dihitung dari $(Y - Y')$ harus menyebar normal dengan rata rata nol.
4. Pengamatan yang terjadi pada variabel terikat berikutnya harus tidak berkorelasi. Pelanggaran dalam asumsi tersebut dinamakan *autokorelasi* yang terjadi pada data runtun waktu (*time series*).

5. Apabila tidak adanya korelasi yang sempurna antara variabel independen (x) yang satu dengan variabel independen lainnya, karena apabila asumsi ini dilanggar dinamakan *multikolinieritas*.

a. Pengujian Normalitas Data

Penggunaan model analisis pengaruh terikat dengan asumsi bahwa data harus bertempat normal agar diperoleh hasil yang tidak biasa, pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah data berada dalam tempat normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Normalitas dari tempat dapat diuji dengan beberapa cara sebagai berikut.

- 1) Menggunakan pengukuran bentuk (*measure of shape*). Tempat yang normal mempunyai bentuk simetris dengan nilai mean, median dan mode yang mengumpul di satu titik di tengah.
- 2) Pengujian normalitas dapat juga dilakukan dengan rumus *skewness*, untuk ini digunakan uji Z yang membutuhkan suatu nilai statistik yaitu nilai *skewness* bernilai positif berarti sebaran data menceng ke kiri dan sebaliknya, jika bernilai negatif berarti sebaran data menceng ke kanan.

$$Z = \frac{\text{skewness}}{\sqrt{6/N}}$$

Selanjutnya nilai Z hitung di bandingkan dengan nilai Z tabel, tanpa memperhatikan tandanya jika nilai Z hitung lebih kecil dari nilai Z tabel maka asumsi normalitas terpengaruhi atau data berada dalam tempat normal.

- 3) Pengujian normalitas dapat juga dihitung dengan menggunakan metode *kolmogorov smirow* (Kuncoro, 2007:94).

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode grafik normal *P-P Plot Regression Standardized Residual*. Apabila pada titik-titik yang tersebar pada garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residualnya dikatakan normal, namun jika titik-titik tersebut menjauh dari garis diagonal dan tidak menunjukkan pola distribusi yang normal maka nilai residual tidak memenuhi asumsi normalitas (Santoso, 2012:361).

b. Pengujian Multikolinearitas

Berdasarkan pendapat (Kurniawan, 2014:102) menyatakan bahwa uji multikolinearitas ialah syarat seluruh uji hipotesis regresi atau kausalitas. Multikolinearitas dapat diketahui dengan mengukur koefisien korelasi ganda serta membandingkan dengan koefisien korelasi antarvariabel independen atau variabel bebas. Uji multikolinearitas dipakai untuk memahami kesalahan standar estimasi model pada suatu penelitian.

(Kurniawan, 2014:157) menyatakan bahwa terdapat beberapa tolak ukur untuk mengidentifikasi multikolinearitas terhadap suatu model yakni sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dibawah 10 ($VIF < 10$) serta nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 maka dapat dinyatakan bahwa model terbebas dari kesalahan dalam pengujian multikolinearitas. Model regresi yang bagus yakni model regresi yang mempunyai nilai $VIF < 10$, jika hasil $VIF > 10$ maka menandakan bahwa terjadi multikolinearitas yang serius pada menandakan model regresi tidak terbebas multikolinearitas atau terjadi gejala multikolinearitas

- 2) Apabila nilai koefisien korelasi antar tiap-tiap variabel bebas lebih kecil dari 0,70, maka model dapat dinyatakan terbebas dari multikolinearitas. Jika nilai lebih besar dari 0,70 maka dianggap terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel bebas sehingga terbentuk multikolinearitas.

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Bahri (2018:162-168) menyatakan bahwa heteroskedastisitas yakni varian residual yang tidak ada persamaan terhadap seluruh pengamatan di dalam model regresi. Suatu regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai prediksi (ZPRED) dengan nilai residualnya (SRESID) (Kurniawan, 2014:158). Salah satu metode yang dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yakni dengan menggunakan metode grafik scatterplots dengan kriteria sebagai berikut

- 1) Apabila terdapat pola tertentu misalkan terdapat titik-titik yang menggambarkan suatu pola tertentu (bergelombang, melebar, selanjutnya menyempit) maka dinyatakan hal tersebut terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Apabila titik-titik membentuk pola yang tersebar diatas serta di bawah angka 0 pada sumbu Y maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan teknik untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan (*prediction*)

(Purnomo, A. K., 2019:29). Sifat hubungan antar variabel dalam persamaan regresi merupakan hubungan sebab akibat. Sebelum menggunakan persamaan regresi dalam menjelaskan hubungan antar dua variabel atau lebih, terlebih dahulu perlu diyakini bahwa secara teoritis atau penelitian sebelumnya dua variabel atau lebih tersebut memiliki hubungan sebab akibat. Persamaan analisis regresi linier berganda merupakan model persamaan regresi linier dengan variabel bebas lebih dari satu. Bentuk umum persamaan analisis regresi linier berganda menurut Purnomo, A. K. (2019:30) dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7$$

Keterangan:

- Y = Pengambilan keputusan
- a = Koefisien konstanta
- b₁ = Koefisien regresi produk
- b₂ = Koefisien regresi harga
- b₃ = Koefisien regresi lokasi
- b₄ = Koefisien regresi promosi
- b₅ = Koefisien regresi orang
- b₆ = Koefisien regresi proses
- b₇ = Koefisien regresi sarana fisik
- X₁ = produk
- X₂ = harga
- X₃ = lokasi
- X₄ = promosi

- X_5 = orang
 X_6 = proses
 X_7 = sarana fisik
 e = Erro

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat. Oleh karena itu, peneliti harus memilih dan menentukan sampel, menilai instrumen, desain serta mengikuti langkah-langkah yang mengarahkan pada penelusuran data yang dibutuhkan. Terdapat dua kemungkinan dalam hasil uji hipotesis yaitu, diterima atau ditolak. Jenis pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah sebuah nilai tertentu yang diberikan sebagai pembandingan, berbeda secara nyata atau tidak dengan rata-rata sampel (Santoso, S., 2019:79). Uji t (uji parsial) dalam penelitian ini menguji tentang pengaruh signifikan antara variabel bebas (independen) yaitu produk (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3), promosi (X_4), orang (X_5), proses (X_6) dan sarana fisik (X_7) terhadap variabel terikat (dependen) yaitu pengambilan keputusan (Y). Adapun langkah-langkah dalam uji t (uji parsial) menurut (Prayitno, D., 2018:121) sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis:

a) Hipotesis pertama:

H_1 : Terdapat pengaruh produk yang signifikan terhadap

pengambilan keputusan pada Pemancingan di Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

b) Hipotesis kedua:

H₂ : Terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap pengambilan keputusan pada Pemancingan di Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

c) Hipotesis ketiga:

H₃ : Terdapat pengaruh lokasi yang signifikan terhadap pengambilan keputusan pada Pemancingan di Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

d) Hipotesis keempat:

H₄ : Terdapat pengaruh promosi yang signifikan terhadap pengambilan keputusan pada Pemancingan di Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

e) Hipotesis kelima:

H₅ : Terdapat pengaruh orang yang signifikan terhadap pengambilan keputusan pada Pemancingan di Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten

Lumajang.

f) Hipotesis keenam:

H₆ : Terdapat pengaruh proses yang signifikan terhadap pengambilan keputusan pada Pemancingan di Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

g) Hipotesis ketujuh:

H₇ : Terdapat pengaruh sarana fisik yang signifikan terhadap pengambilan keputusan pada Pemancingan di Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

2) Menentukan *level of significant* dengan $\alpha = 10\%$.

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikan α sebesar 10% atau 0,1.

3) Menentukan kriteria pengujian:

Apabila $t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka hipotesis diterima.

Apabila $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak.

4) Menentukan nilai t_{hitung} dengan rumus:

$$(df) = n - 2 =$$

5) Menarik kesimpulan berdasarkan perbandingan t_{hitung} dan t_{tabel} dengan kriteria dan signifikan yang telah ditentukan.

6) Uji F (Uji Simultan)

Uji F adalah alat uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) yaitu orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dapat

berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y) yaitu keunggulan bersaing (Sunyoto, S., 2011:103).

Prayitno, D. (2018:121) menjelaskan langkah-langkah dalam uji F sebagai berikut:

- 1) Merumuskan hipotesis.

Hipotesis kedelapan:

H₈ : Terdapat pengaruh produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*) dan sarana fisik (*physical evidence*) yang signifikan secara simultan terhadap pengambilan keputusan pada Pemancingan di Kelurahan Jogoyudan Dusun Suko Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

- 2) Menentukan F_{hitung} dan memastikan besarnya tingkat signifikan α .
Penelitian ini menggunakan tingkat signifikan α sebesar 5% atau 0,05. Sedangkan besarnya F_{hitung} dapat diketahui dari F_{hitung} output SPSS.
- 3) Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut:
Apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $sig \leq 0,05$ maka hipotesis diterima.
Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ maka hipotesis ditolak.
- 4) F_{tabel} dapat dijelaskan melalui tabel distribusi F, sedangkan F_{hitung} dihitung menggunakan persamaan sebagai berikut:

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

Keterangan :

R^2 = Koefisien dererminasi

K_k = jumlah variabel independen

N_n = jumlah anggota data

5) Menyimpulkan dengan membandingkan hasil F_{hitung} dengan F_{tabel} .

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

“Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Jika koefisien determinasi nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Karena variabel dependen determinasi yang digunakan adalah Adjusted R Square (Kuncoro, 2007:84).

Pengembangan dalam standard error of estimate sebagai ukuran ketepatan prediksi, tetapi ukuran tersebut tergantung dari skala pengukuran dari variabel terikat (Y). Maka dari itu kita membutuhkan sebuah ukuran yang tidak tergantung pada skala pengukuran variabel. Gambar koefisien determinan dapat dijelaskan dengan data yang aktual Y dengan data yang merupakan variabel total. Variabel total ($Y - \bar{Y}$) dan akan terdiri dari variabel fasis regresi ($\hat{Y} - \bar{Y}$) variabel karena garis regresi dan variasi residual $e = Y - \hat{Y}$ yaitu adanya perbedaan antara nilai prediksi dengan nilai aktual. Dari penjelasan diatas, formula R^2 yaitu sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{ESS}{TSS} = \frac{\sum(\hat{Y}_i - \bar{Y})^2}{\sum(Y_i - \bar{Y})^2}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinan

ESS = kuadrat dari selisih Y prediksi dengan Y rata rata

TSS = kuadrat dari selisih aktual dengan Y rata rata

Apabila koefisien determinan angkanya mendekati satu (1) maka akan semakin bagus garis regresi karena mampu untuk menjelaskan dari data aktualnya, tetapi jika mendekati angka nol (0) garis regresi akan berkurang (Widarjono, 2015:266-268).

Pada penelitian ini koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mencari berapa besarnya pengaruh dari variabel independen yaitu produk, harga, lokasi, promosi, orang, proses & sarana fisik terhadap Variabel Dependen yaitu pengambilan keputusan pada pengguna jasa pemancingan di Dusun SukoKecamatan Lumajang.

