

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. “penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kausal, dimana hubungan yang diteliti bersifat sebab akibat” (Sugiyono, 2008:36).

Siregar, S.(2017:101) menyebutkan analisis asosiatif adalah bentuk analisis data penelitian, yang digunakan untuk menguji apakah variabel dari dua atau lebih kumpulan data saling berkaitan. Hasil analisis yang dilakukan apakah hipotesis penelitian dapat generalisasi atau tidak, apabila hipotesis (H_a) diterima, berarti hasil penelitian menyatakan adanya hubungan antar variabel.

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian (Y), maka dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan antara variabel independen (X) yaitu kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

3.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan yaitu variabel kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2). Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y).

Penentuan tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah para konsumen

di Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Kabupaten Lumajang.

Pertimbangan yang melandasi penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Lokasi objek penelitian berada di tempat strategis, sehingga memudahkan penelitian melakukan penelitian ini.
- b. Perkembangan Toserba Fazazi yang cukup baik sehingga peneliti dapat mengetahui kondisi persaingan Toserba lainnya.
- c. Ketersediaan data dan kondisi objek yang memungkinkan untuk dilakukan penelitian
- d. Objek penelitiannya kualitas layanan (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti melalui observasi, wawancara, kuisioner atau metode lainnya (Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., 2020:27). Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah hasil kuisioner oleh responden yaitu para pembeli di Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang. Hasil dari data primer ini merupakan jawaban dari responden atas pernyataan-pernyataan yang diajukan dalam kuisioner. Pernyataan tersebut menyangkut tentang kualitas layanan, harga dan keputusan pembelian di Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data internal. Data internal adalah data yang menggambarkan kondisi umum dan khusus organisasi (Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., 2020:27). Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari para pembeli di Toserba Faazazi Desa Banyuputih Kecamatan Jatiroto Kabupaten Luamajang.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

3.4.1 Populasi

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (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 konsumen di Toserba Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang 130 orang.

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 konsumen di Toserba Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto 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, D. D., 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). Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh *Slovin* dalam Sugiyono (2016:11) dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e=10\%$ adalah sebagai berikut:

Rumus :

$$S = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dimana :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir sebesar 10% sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan sebanyak 10%.

Jadi:

$$\begin{aligned} S &= \frac{130}{1 + 130 \cdot 0,01} \\ &= 56,52 \end{aligned}$$

Maka dapat disimpulkan, sampel pada penelitian ini menggunakan 56 orang responden.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020:21) menerangkan bahwa variabel merupakan karakteristik dari orang, objek, atau kejadian yang berbeda dalam nilai-nilai yang dijumpai pada orang, objek, atau kejadian tersebut. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen.

a. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau sebab perubahan dari variabel terikat (dependen) (Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., 2020:22). Variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Kualitas layanan (X1)
- 2) Harga (X2)

b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau sebab dari variabel bebas (independen) (Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., 2020:22). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

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

a. Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellent*) yang

diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Tjiptono, F. 2014:268). Lewis & Booms dalam (Tjiptono, F. 2012:157) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan.

b. Harga

Menurut Kotler dan Keller (2009:67), "Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya". Sedangkan menurut Fahmi (2015:216), "Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disampaikan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu". Harga berinteraksi dengan seluruh elemen lain dalam bauran pemasaran untuk menentukan efektivitas setiap elemen dan keseluruhan elemen.

c. Keputusan Pembelian

Menurut Fahmi (2016:56) mengatakan bahwa, "keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan". Nugroho (2003:38) berpendapat bahwa, "keputusan

pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya".

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. Kualitas Layanan

Indikator dari variabel independen kualitas pelayanan dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut (Steven Darwin,et,al,. 2014) :

- 1) *Tangibles* (Bukti Fisik)
- 2) *Realibility* (Keandalan)
- 3) *Responsiveness* (Ketanggapan)
- 4) *Assurance* (Jaminan)
- 5) *Emphaty* (Empati)

Berdasarkan indikator mengenai orientasi pasar diatas dapat disusun kuesioner serta jawaban dan skala pengukuran sebagai berikut:

- a) karyawan berpenampilan sopan dan bersih.
- b) karyawan memiliki kehandalan dalam memberikan informasi suatu produk dengan runtut dan jelas.
- c) karyawan cepat dan tanggap dalam melayani konsumen.
- d) karyawan memiliki sikap sopan, jujur dan ramah.
- e) karyawan Toserba Fazazi tidak pilih kasih dalam melayani konsumen.

b. Harga

Definisi operasional variabel independen harga dalam penelitian ini adalah persepsi pembeli terhadap pelayanan yang diberikan Toserba Fazazi di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang .

Menurut (Hendra, 2013) dalam penelitian ada 5 dimensi harga antara lain:

- 1) Harga yang sesuai dengan manfaat.
- 2) Daya saing harga.
- 3) Harga barang terjangkau.
- 4) Persaingan harga.
- 5) Kesesuain harga dengan kualitas.

Berdasarkan indikator tentang harga tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- a) Harga barang di Toserba Fazazi sesuai dengan manfaat.
- b) Harga barang yang ditawarkan di Toserba Fazazi sesuai dengan daya beli pelanggan.
- c) Harga barang di Toserba Fazazi dapat dikatakan murah.
- d) Harga barang di Toserba Fazazi dapat bersaing dengan yang lainnya.
- e) Harga barang di Toserba Fazazi sesuai dengan kualitas produk yang diterima.

c. Keputusan Pembelian

Definisi operasional variabel dependen keputusan pembelian (Y) dalam penelitian ini adalah persepsi pembeli terhadap pelayanan yang diberikan Toserba Fazazi di Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang. Menurut Kotler dan Keller, (2009:184-190), indikator dari variabel dependen

keputusan pembelian atau keputusan klien dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Pengenalan masalah.
- 2) Pencarian informasi.
- 3) Penilaian alternatif.
- 4) Keputusan pembelian.
- 5) Perilaku pasca pembelian.

Berdasarkan indikator tentang keputusan pembelian tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- a. Saya memilih Toserba Fazazi untuk berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.
- b. Saya mendapatkan informasi dari pihak lain bahwa Toserba Fazazi merupakan Toserba yang baik.
- c. Saya melakukan perbandingan terlebih dulu sebelum membeli kebutuhan sehari hari di Toserba fazazi.
- d. Saya memutuskan untuk membeli di Toserba Fazazi karena keinginan sendiri.
- e. Saya merasa puas dan melakukan pembelian kebutuhan sehari hari..

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 kualitas layanan.
- b. Instrumen untuk mengukur harga.

c. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian

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 dan Skala Pengukuran

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Kualitas Layanan	1. <i>Tangibles</i> (bukti fisik) 2. <i>Realibility</i> (Keandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (Ketanggapan) 4. <i>Assurance</i> (<i>Jaminan</i>) 5. <i>Emphaty</i> (Empati)	1. karyawan berpenampilan sopan dan bersih. 2. karyawan memiliki kehandalan dalam memberikan informasi suatu produk dengan runtut dan jelas. 3. karyawan cepat dan tanggap dalam melayani konsumen. 4. karyawan memiliki sikap sopan, jujur dan ramah. 5. karyawan Toserba Fazazi tidak pilih kasih dalam melayani konsumen.	<i>Ordinal</i>	Steven Darwin,et, al., 2014

Lanjutan Tabel 3.1

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
2.	Harga	1. Harga yang sesuai dengan manfaat.	1. Harga barang di Toserba Fazazi sesuai dengan manfaat.	<i>Ordinal</i>	(Hendra, 2013)

		2. Daya saing harga	2. Harga barang yang ditawarkan di Toserba Fazazi sesuai dengan daya beli pelanggan.		
		3. Harga barang terjangkau.	3. Harga barang di Toserba Fazazi dapat dikatakan murah.		
		4. Persaingan harga.	4. Harga barang di Toserba Fazazi dapat bersaing dengan yang lainnya.		
		5. Kesesuain harga dengan kualitas.	5. Kesesuain harga dengan kualitas.		
3.	Keputusan Pembelian	1. Pengenalan masalah	1. saya memilih Toserba Fazazi berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.	<i>Ordinal</i>	Kotler dan Ketler,(2009:184-190)
		2. Pencarian informasi	2. saya mendapatkan informasi dari pihak lain Toserba Fazazi merupakan Toserba yang baik.		
		3. Penilaian alternatif	3. saya melakukan perbandingan terlebih dahulu sebelum membeli kebutuhan di Toserba Fazazi.		
		4. Keputusan pembelian	4. saya memutuskan untuk membeli kebutuhan sehari-hari atas keinginan sendiri.		
		5. Perilaku pasca pembelian	5. saya merasa puas dan akan melakukan pembelian kembali lagi di Toserba Fazazi.		

3.7 Metode Pengumpulan Data

Unaradjan, D, D. (2019:130) menerangkan bahwa metode pengumpulan data adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data secara langsung pada objek yang diteliti (Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., 2020:28). Teknik observasi dalam penelitian ini yaitu dengan cara melakukan observasi terhadap objek penelitian dan melakukan komunikasi langsung kepada 56 responden yaitu para konsumen di Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang untuk menjadi populasi dalam penelitian. Sehingga, dapat diketahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang.

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui tatap muka atau tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan narasumber (Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., 2020:28). Dalam penelitian ini wawancara dilakukan dengan para konsumen di Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang. Peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden dengan cara berkomunikasi langsung, namun apabila tidak memungkinkan maka, pertanyaan tersebut dapat diberikan melalui alat komunikasi lain. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada responden tentang kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian.

c. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan dalam bentuk konvensional (cetak) atau online (*google form*) kepada responden untuk dijawab (Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., 2020:28). Kuesioner disebarkan kepada 56 responden pelaku

konsumen di Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang dengan tujuan melalui penyebaran kuesioner tersebut dapat diperoleh bahan atau data yang nantinya digunakan dalam penelitian. Hasil data tersebut membuat peneliti mengetahui pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang . Pengukuran data mengenai variabel kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian dilakukan dengan cara memberikan skor pada setiap jawaban dari pernyataan atau pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner tersebut. Skor yang diberikan pada penelitian ini menggunakan skala *likert*.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A.(2020:24) menyatakan bahwa bentuk-bentuk skor berdasarkan skala *likert* antara lain:

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

d. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah karangan ilmiah yang berisi pendapat berbagai ahli tentang suatu masalah, kemudian memeriksa dan membandingkannya, serta menarik kesimpulan (Haryanto, Ruslijanto, H., & Mulyono, D., 2000:78). Studi pustaka yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan membaca buku, literatur, jurnal serta artikel yang berhubungan dengan kualitas layanan, harga dan

keputusan pembelian.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan meringkas data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan dan bahan lainnya sehingga dapat dengan mudah dipahami dan diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono., 2013:88). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Riyanto, S., & Hatmawan, A. A.(2020:137) menerangkan bahwa uji regresi linier berganda dapat digunakan apabila jumlah variabel bebas yang digunakan lebih dari satu dengan satu variabel terikat. Selain itu, uji regresi linier berganda tidak berdiri sendiri, melainkan diikuti dengan uji lainnya yang saling mendukung dan berhubungan. Sebelum melakukan uji regresi linier berganda, maka peneliti harus melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu dalam mengolah data penelitian. Penelitian ini melakukan analisis data dengan dibantu program SPSS. Metode data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.8.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data sesungguhnya pada objek penelitian dengan data yang dilakukan peneliti yang artinya data valid adalah data yang sama antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian (Sugiyono., 2015:430). Uji validitas pada penelitian ini menggunakan analisis korelasi *product moment* dengan mengkorelasikan skor setiap *item* dengan skor sebagai jumlah skor *item*. Menurut

Muhyiddin, T. N., Tarmizi, M. I., & Yulianita, A. (2017:95) rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = koefisien validitas

x = nilai pembanding

y = nilai instrumen yang akan dicari validitasnya

n = banyaknya sampel

Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat (Sugiyono., 2012:178). Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Purnomo, A. K., 2019:70). Metode yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah metode *Cronbach Alpha* (α). Menurut Nugroho, Y. A. (2011:33) uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Cronbach Alpha* (α) dengan indeks kriteria dibedakan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2
Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>Alpha (α)</i>	<i>Cronbach</i>	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, Y. A. (2011:33)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji persyaratan yang digunakan untuk uji regresi dengan metode estimasi *Ordinal Least Squares* (OLS) (Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., 2020:137). Tujuan uji asumsi klasik adalah memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bisa konsisten (Gunawan, C., 2020:108). Dalam uji asumsi klasik terdapat empat jenis yang dilakukan dalam model regresi linier berganda yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020:81) menjelaskan uji normalitas data merupakan uji yang mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal atau tidak normal, sehingga pemilihan statistik dapat dilakukan dengan tepat. Pengujian normalitas dapat dikatakan tidak sulit dalam uji asumsi klasik karena, data yang lebih dari 30 angka maka dapat dianggap berdistribusi normal dan dapat dinyatakan sebagai sampel dengan jumlah besar. Namun, dalam penelitian ini diperlukan pembuktian dengan uji normalitas agar data yang berjumlah lebih dari 30 atau kurang dari 30 dapat dibuktikan berdistribusi normal

atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode grafik normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Apabila titik-titik yang tersebar pada garis dan mengikuti garis diagonal maka, nilai residual dapat dikatakan normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengamati apakah ada atau tidak korelasi tinggi diantara variabel-variabel bebas dalam model regresi linier berganda (Purnomo, A. K., 2019:56). Pengujian ini juga bermanfaat untuk menghindari kebiasaan dalam mengambil kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Beberapa kriteria untuk mendeteksi uji multikolinearitas pada penelitian menurut Purnomo, A. K.(2019:57) sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka, model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Semakin tinggi nilai VIF maka, semakin rendah nilai *Tolerance*.
- 2) Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70 maka, model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Jika lebih dari 0,70 maka, diasumsikan terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinearitas.
- 3) Jika nilai koefisien determinasi baik nilai R^2 maupun *Adjusted R²* diatas 0,60 namun tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen maka, diasumsikan model terkena multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Purnomo, A. K. (2019:59) menjelaskan uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residual). Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *scatter plot*. Model dikatakan baik jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik seperti berkumpul ditengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya.

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:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Koefisien konstanta

b_1 = Koefisien regresi Kualitas Layanan

b_2 = Koefisien regresi Harga

X_1 = Kualitas Layanan

X_2 = Harga

e = Error

3.8.4 Uji 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 pembanding, 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 kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel terikat (dependen) yaitu keputusan pembelian (Y). Adapun langkah-langkah dalam uji t (uji parsial) menurut (Prayitno, D., 2018:121) sebagai berikut:

- 1) Merumuskan hipotesis.

Hipotesis pertama:

H1 : Terdapat pengaruh kualitas layanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang.

Hipotesis kedua:

H2 : Terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang.

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

Penelitian ini menggunakan tingkat signifikan α sebesar 5% atau 0,05.

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 thitung dengan rumus:

$$T_{hitung} = \frac{\text{koefisien } \beta}{\text{standart error}}$$

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

b. Uji F (uji simultan)

Uji F adalah alat uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) yaitu kualitas layanan dan harga dapat berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian (Sunyoto, S., 2011:103).

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

- 1) Merumuskan hipotesis.

Hipotesis ketiga:

H3 : Terdapat pengaruh kualitas dan harga yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian di Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kecamatan Jatiroto 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) Menarik kesimpulan berdasarkan perbandingan F_{hitung} dan F_{tabel} dengan kriteria dan signifikan yang telah ditentukan.

3.8.1 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Riyanto, S., & Hatmawan, A. A., 2020:141). Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0-1. Nilai kecil dalam koefisien determinasi menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Semakin mendekatnya nilai determinasi terhadap nilai 1 maka variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi atau meramalkan variabel dependen dan model dikatakan semakin tepat. Berikut koefisien determinasi dalam penelitian ini untuk mengukur kualitas layanan dan

harga terhadap keputusan pembelian pada Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kidul
Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang.

