

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bergantung pada cara berpikir positif, digunakan untuk melihat populasi atau tes tertentu, mengumpulkan informasi menggunakan instrumen penelitian, membedah informasi kuantitatif atau terukur, sepenuhnya bertujuan untuk menggambarkan dan menguji spekulasi.

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian, maka penelitian ini menggunakan suatu teknik analisis regresi linier berganda. Dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dapat diuji hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara parsial, dan pengaruh secara simultan antara variabel independen (X) yaitu kualitas produk (X1), harga (X2) dan pelayanan (X3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

#### **3.2. Objek Penelitian**

Objek penelitian ini dengan variabel kualitas produk (X1), harga (X2) dan pelayanan (X3) sebagai variabel independen (X) terhadap variabel keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y). Penelitian ini yang dipilih adalah sebuah toko emas yang berada di Kecamatan Candipuro yang bernama Toko

Sumber Mas Candipuro, adapun pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti memilih lokasi adalah :

- b. Lokasi yang mudah di jangkau dalam proses penelitian.
- c. Lokasi yang sangat strategis karena berada di dekat pasar Candipuro dan berada di jalan raya penghubung Kabupaten Lumajang dan Malang.
- d. Toko Sumber Mas Candipuro merupakan toko emas pertama dan paling lama yang berada di Kecamatan Candipuro.
- e. Toko Sumber Mas Candipuro merupakan toko emas yang sudah di kenal lama oleh masyarakat di Kecamatan Candipuro.

### **3.3. Jenis Dan Sumber Data**

#### **3.3.1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

##### **a. Data Primer**

(Suryani, 2015) menyatakan bahwa data primer adalah informasi yang dikumpulkan dan ditangani oleh suatu asosiasi atau individu langsung dari objeknya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini yaitu hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu pembeli perhiasan emas pada Toko Sumber Mas Candipuro.

##### **b. Data Sekunder**

(Sugiyono, 2012) data sekunder merupakan data yang di dapatkan tidak dari sumbernya atau melalui adanya sebuah perantara. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu buku-buku, dokumen, dan literatur lainnya yang berkaitan dengan objek

penelitian. Data diperoleh dari teori-teori tentang variabel independen Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian.

### **3.3.2. Sumber Data**

#### **a. Data Internal**

(Sunyoto, 2011) data internal adalah informasi tambahan yang diperoleh dari suatu informasi yang dikumpulkan dari dalam organisasi yang dijadikan objek eksplorasi. Data internal di peroleh dari Toko Sumber Mas Candipuro adalah data pembeli setiap harinya

#### **b. Data Eksternal**

(Sunyoto, 2011) data eksternal adalah data sekunder yang di peroleh dari suatu pihak lain, dapat di artikan bahwa data penelitian telah di kumpulkan oleh pihak di luar perusahaan/lembaga. Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini berupa hasil dari kuesioner yang di berikan kepada responden yang telah melakukan pembelian perhiasan emas di Toko Sumber Mas Candipuro.

### **3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

#### **3.4.1. Populasi**

(Sugiyono, 2012) ialah wilayah generalisasi yang terdiri dari: objek/subyek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang ditentukan oleh spesialis untuk dipertimbangkan dan ditutup (Kuncoro, 2013) populasi merupakan suatu golongan kelompok atas dimensi dari penelitian, dimensi tersebut merupakan bagian terkecil yang di butuhkan dalam sumber data.

Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang telah melakukan pembelian perhiasan emas pada Toko Sumber Mas Candipuro. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak dapat di ketahui

### 3.4.2. Sampel dan Teknik Sampling

(Sugiyono, 2015) Sampel merupakan beberapa jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu calon pembeli perhiasan emas pada toko Sumber Mas Candipuro.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. (Sugiyono, 2017) *probability sampling* adalah teknik sampling yang memberikan suatu kesempatan yang sama bagi populasi untuk dipilih menjadi suatu sampel. (Sugiyono, 2017) *simple random sampling* merupakan cara yang sederhana untuk pengambilan sebuah anggota sampel dari sampel yang dilakukan secara acak tanpa harus memperhatikan strata yang terdapat dalam populasi tersebut.

Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak dapat di ketahui karena konsumen yang membeli perhiasan emas setiap harinya tidak dapat di tentukan, sehingga penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus teori *roscoe*.

(Sugiyono, 2010) teori *roscoe* ialah bila dalam penelitian melakukan analisis dengan multivariate (kolerasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang di teliti. Dalam penelitian ini setiap variabel menggunakan jumlah anggota sampel 15 kali. Jadi karena

penelitian ini menggunakan 4 variabel, maka jumlah sampelnya adalah  $4 \times 15 = 60$  responden

### **3.5. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional**

#### **3.5.1. Identifikasi Variabel**

(Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa, variabel penelitian adalah segala sesuatu dalam struktur apa pun yang ditentukan oleh analisis untuk dikonsentrasikan sehingga data diperoleh tentang hal itu, kemudian, pada saat itu ujungnya ditarik. Dalam penelitian ini terdiri dari 3 (tiga) variabel independen Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan, sedangkan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian.

##### **a. Variabel Independen**

(Sugiyono, 2017) mendefinisikan, variabel independen disebut juga sebagai *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa lain, faktor bebas disebut sebagai faktor otonom yang memiliki arti penting sebagai faktor yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau munculnya variabel terikat (terikat). Variabel ini dilambangkan dengan X ini memiliki pengaruh positif maupun negatif terhadap variabel dependennya. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah:

- 1) Pengaruh Kualitas Produk (X1)
- 2) Harga (X2)
- 3) Pelayanan (X3)

## **b. Variabel Dependen**

(Sugiyono, 2017) menjelaskan bahwa, variabel dependen juga disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen dan variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang berubah menjadi hasil, dilihat dari faktor bebasnya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y).

### **3.5.2. Definisi Konseptual Variabel**

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1), harga (X2), pelayanan (X3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Teori yang mendasari konsep Pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah literatur-literatur yang berhubungan dengan keempat variabel.

#### **a. Kualitas Produk (X1)**

(Sunyoto, 2017) kualitas produk dapat ditentukan oleh material, teknik, atau cara pembuatan. (Kotler, P., & Keller, 2012) pengaruh kualitas produk yaitu apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar.

#### **b. Harga (X2)**

(Kotler, P., & Keller, 2012) harga ialah beberapa uang yang dikorbankan untuk suatu barang dan jasa atau sebagai jumlah dari nilai barang yang di tukar sebagai perolehan manfaat karena telah mendapatkan dan memakai barang maupun jasa tersebut.

**c. Pelayanan (X3)**

(Fandy Tjiptono, 2012) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan dan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan

**d. Keputusan Pembelian (Y)**

(Fahmi, 2016) keputusan konsumen ialah perilaku konsumen dalam menentukan suatu barang atau jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

**3.5.3. Definisi Operasional Variabel**

(Widodo, 2017) berpendapat bahwa, pergerakan estimasi faktor penelitian terlihat tergantung pada kualitas eksplisit yang tercermin dalam pengukuran atau petunjuk faktor eksplorasi yang disebut definisi operasional.

**a. Kualitas Produk (X1)**

(Kotler, P., & Keller, 2012) pengaruh kualitas produk yaitu apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar. Dalam penelitian ini kualitas produk diukur dengan indikator sebagai berikut. Adapun indikator dari variabel harga menurut (Kotler, P., & Keller, 2012) adalah:

1. Bentuk (*form*)  
Meliputi bentuk, ukuran, atau struktur produk;
2. Fitur (*feature*)  
Karakteristik produk yang menjadi pelengkap fungsi dasar produk;
3. Kemudahan perbaikan (*repairability*)

Ukuran kemudahan perbaikan produk ketika produk itu tak berfungsi atau gagal;

4. Desain (*design*)

Totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut maka indikator kualitas produk yang sesuai dengan penelitian ini meliputi:

1. Bentuk (X1.1)

Bentuk produk perhiasan emas sangat bermacam-macam seperti cincin, kalung, liontin, anting, dan gelang.

2. Fitur (X1.2)

Karakter produk sesuai dengan fungsi dasar perhiasan emas yaitu memperindah penampilan.

3. Kemudahan perbaikan (X1.3)

Perbaikan perhiasan emas yang di butuhkan oleh pembeli sangatlah mudah dan terjangkau ketika ada kerusakan.

4. Desain (X1.4)

Desain yang di miliki oleh perhiasan emas sangat beragam dan dapat menarik pembeli.

Berdasarkan indikator tentang kualitas produk tersebut, maka disusun kuesioner, sebagai berikut :

1. Bentuk perhiasan emas pada Toko Sumber Mas Candipuro bermacam-macam.

2. Karakter produk sesuai dengan fungsi dasar perhiasan emas yaitu memperindah penampilan.
3. Perbaikan perhiasan emas sangat mudah di Toko Sumber Mas Candipuro.
4. Desain perhiasan emas yang ada di Toko Sumber Mas Candipuro sangat beragam.

**b. Harga (X2)**

(Kotler, P., & Keller, 2012) bahwa harga merupakan bagian dari elemen bauran pemasaran yaitu harga, produk, saluran dan promosi, yaitu apa yang dikenal dengan istilah empat P (*Price, Product, Place dan Promotion*).

Adapun indikator dari variabel harga menurut (Saputra, 2017) adalah:

1) Keterjangkauan harga

Konsumen bisa menjangkau suatu harga yang telah ditetapkan konsumen dari harga paling murah hingga termahal.

2) Harga jual kembali

Harga jual kembali seringkali di jadikan sebagai suatu indikator kualitas bagi konsumen. Orang biasanya akan melihat suatu harga jual kembali suatu barang.

3) Kesesuaian harga dengan kualitas manfaat

Kesesuaian harga dengan manfaat menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk artinya adalah manfaat dari suatu produk harus sebanding dengan harga yang ditetapkan oleh suatu perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut maka indikator harga yang sesuai dengan penelitian ini meliputi:

1. Keterjangkauan harga (X2.1)

Harga perhiasan emas di Toko Sumber Mas Candipuro sesuai dengan kualitasnya.

2. Harga jual kembali (X2.2)

Harga jual kembali perhiasan emas di Toko Sumber Mas Candipuro stabil.

3. Kesesuaian harga dengan kualitas manfaat (X2.3)

Harga perhiasan emas sesuai dengan fungsinya sebagai investasi dan mempercantik penampilan

Berdasarkan indikator tentang Harga tersebut, maka disusun kuesioner, sebagai berikut :

1. Harga perhiasan emas di Toko Sumber Mas Candipuro sesuai dengan kualitasnya.
2. Harga jual kembali perhiasan emas di Toko Sumber Mas Candipuro stabil.
3. Harga perhiasan emas sesuai dengan fungsinya sebagai investasi dan mempercantik penampilan.

**c. Pelayanan (X3)**

(Fandy Tjiptono, 2012) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan dan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Metode kualitas pelayanan menyebutkan kualitas pelayanan ke dalam empat indikator kualitas pelayanan yang di kembangkan oleh (Parasuraman dalam Lupiyoadi, n.d, 2016) sebagai berikut:

- 1) Empati yaitu pemahaman karyawan terhadap suatu kebutuhan konsumen serta perhatian yang di berikan oleh karyawan suatu perusahaan.

- 2) Bukti fisik yaitu penampilan fisik suatu layanan perusahaan, seperti penampilan fasilitas, peralatan, personel, kebersihan, kerapian dan telekomunikasi.
- 3) Daya tanggap yaitu cepat tanggap perusahaan dalam memberi layanan bagi pelanggan dan memberikan suatu jasa dengan sigap dan cepat dalam melayani dan menangani transaksi dan penanganan kepada konsumen.
- 4) Kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa atau pelayanan yang di janjikan dengan cepat dan terpercaya.

Berdasarkan uraian tersebut maka indikator pelayanan yang sesuai dengan penelitian ini meliputi:

- 1) Empati (X3.1)  
Karyawan yang ramah dan bisa memberi solusi ketika ada pembeli yang bingung untuk memilih.
- 2) Bukti fisik (X3.2)  
Karyawan berpenampilan sopan dan bersih.
- 3) Daya tanggap (X3.3)  
Karyawan sigap dan cepat dalam menangani transaksi dan penanganan kepada pelanggan.
- 4) Kehandalan (X3.4)  
Kemampuan karyawan dalam melayani pembeli sudah bisa menentukan harga yang sesuai dengan harga perhiasan emas per gramnya.

Berdasarkan indikator tentang pelayanan tersebut, maka disusun kuesioner, sebagai berikut :

1. Karyawan yang ramah dan bisa memberi solusi ketika ada pembeli yang bingung untuk memilih.
2. Karyawan berpenampilan sopan dan bersih.
3. Karyawan sigap dan cepat dalam menangani transaksi dan penanganan kepada pelanggan.
4. Kemampuan karyawan dalam melayani pembeli sudah bisa menentukan harga yang sesuai dengan harga perhiasan emas per gramnya.

**d. Keputusan Pembelian (Y)**

(Fahmi, 2016) keputusan pembelian ialah perilaku konsumen dalam menentukan suatu barang atau jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. (Sunyoto, 2013) mengemukakan terdapat empat indikator keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen yaitu:

1) Pengenalan Masalah.

Masalah timbul dari dalam diri suatu konsumen yang berupa kebutuhan, yang digerakan oleh suatu rangsangan dalam diri konsumen maupun luar konsumen.

2) Pencarian Informasi.

Konsumen akan mencari suatu informasi tentang obyek yang bisa memuaskan keinginannya setelah timbul suatu masalah berupa kebutuhan dalam diri konsumen.

3) Penilaian Alternatif.

Digunakan untuk memperoleh suatu gambaran yang lebih jelas mengenai jalan pintas yang dihadapi oleh konsumen.

4) Perilaku Setelah Pembelian.

Konsumen akan merasakan berupa kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu produk atau jasa yang telah dikonsumsinya.

Berdasarkan uraian tersebut maka indikator harga yang sesuai dengan penelitian ini meliputi:

1) Pengenalan Masalah (Y.1)

Perhiasan emas di butuhkan masyarakat untuk tabungan masa depan dan memperindah penampilan.

2) Pencarian Informasi (Y.2)

Saya bertanya kepada saudara atau teman tentang Toko Sumber Mas sebelum melakukan pembelian perhiasan emas.

3) Penilaian Alternatif (Y.3)

Saya melakukan perbandingan dulu sebelum membeli perhiasan emas di toko Sumber Mas Candipuro.

4) Perilaku Setelah Pembelian (Y.4)

Saya merasa puas melakukan pembelian perhiasan emas di toko Sumber Mas Candipuro.

Berdasarkan indikator tentang keputusan pembelian tersebut, maka disusun kuesioner, sebagai berikut :

1. Perhiasan emas di butuhkan masyarakat untuk tabungan masa depan dan memperindah penampilan.
2. Saya bertanya kepada saudara atau teman tentang Toko Sumber Mas sebelum melakukan pembelian perhiasan emas.

3. Saya melakukan perbandingan dulu sebelum membeli perhiasan emas di toko Sumber Mas Candipuro.
4. Saya merasa puas melakukan pembelian perhiasan emas di toko Sumber Mas Candipuro.

### **3.6. Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran**

(Sugiyono, 2017) menjelaskan bahwa, suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu fenomena alam ataupun sosial yang diamati berupa instrumen penelitian. Instrumen penelitian merupakan suatu alat pengukur data yang digunakan untuk mengukur fenomena yang sedang diamati atau yang disebut dengan skala.

Skala pengukuran merupakan alat estimasi informasi yang digunakan sebagai semacam perspektif untuk menentukan panjang rentang pendek pada instrumen estimasi, sehingga dapat memberikan informasi kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Skala ordinal ialah skala yang menunjukkan data sesuai dengan urutan tertentu (Paramita & Rizal, 2018).

(Istijanto, 2010) skala ordinal merupakan skala yang memiliki urutan, nama jarak antara titik atau kategori terdekat tidak perlu menunjukkan rentang yang sama. Skala ordinal hanya menunjukkan bahwa kelas yang ada dalam permintaan utama memiliki situasi yang lebih tinggi daripada klasifikasi permintaan kedua dan klasifikasi berikutnya memiliki situasi yang lebih tinggi daripada yang ketiga, dan seterusnya.

Secara spesifik semua fenomena dalam penelitian disebut variabel penelitian. Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan suatu indikator-indikator variabel dan selanjutnya instrumen penelitian dan skala pengukurannya disajikan berdasarkan tabel sebagai berikut:



**Tabel 3. 1. Variabel, Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran**

No	Variabel Penelitian	Indikator Penelitian	Instrumen Penelitian	Skala Pengukuran	Sumber
1	Kualitas Produk	1. Bentuk  2. Fitur  3. Kemudahan Perbaikan  4. Desain	1. Bentuk perhiasan emas pada Toko Sumber Mas Candipuro bermacam-macam 2. Karakter produk sesuai dengan fungsi dasar perhiasan emas yaitu memperindah penampilan. 3. Perbaikan perhiasan emas sangat mudah di Toko Sumber Mas Candipuro. 4. Desain perhiasan emas yang ada di Toko Sumber Mas Candipuro sangat beragam.	Skala Ordinal	Kotler, P., & Keller, 2012
2	Harga	1. Keterjangkauan harga  2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk  3. Kesesuaian harga dengan kualitas manfaat	1. Jangkauan harga yang di tetapkan sesuai dengan daya beli konsumen 2. Harga perhiasan emas di Toko Sumber Mas Candipuro sesuai dengan kualitasnya. 3. Harga perhiasan emas sesuai dengan fungsinya sebagai investasi dan mempercantik penampilan	Skala Ordinal	Saputra, 2017

No	Variabel Penelitian	Indikator Penelitian	Instrumen Penelitian	Skala Pengukuran	Sumber
3	Pelayanan	1. Empati  2. Bukti fisik  3. Daya tanggap  4. Kehandalan	1. Karyawan yang ramah dan bisa memberi solusi ketika ada pembeli yang bingung untuk memilih.  2. Karyawan berpenampilan sopan dan bersih  3. Karyawan sigap dan cepat dalam menangani transaksi dan penanganan kepada pelanggan.  4. Kemampuan karyawan dalam melayani pembeli sudah bisa menentukan harga yang sesuai dengan harga perhiasan emas per gramnya.	Skala Ordinal	Parasuraman dalam Lupiyoadi, n.d, 2016

No	Variabel Penelitian	Indikator Penelitian	Instrumen Penelitian	Skala Pengukuran	Sumber
4	Keputusan Pembelian	1. Pengenalan masalah  2. Pencarian informasi  3. Penilaian alternatif  4. Perilaku setelah pembelian	1. Perhiasan emas menjadi bagian yang di butuhkan masyarakat untuk tabungan masa depan dan memperindah penampilan. 2. Saya bertanya kepada saudara atau teman tentang Toko Sumber Mas sebelum melakukan pembelian perhiasan emas. 3. Saya melakukan perbandingan dulu sebelum membeli perhiasan emas di toko Sumber Mas Candipuro. 4. Saya merasa puas melakukan pembelian perhiasan emas di toko Sumber Mas Candipuro.	Skala Ordinal	Sunyoto, 2013

Sumber: Data di olah (2021)

### **3.7. Metode Pengumpulan Data**

(Riduwan, 2015), metode pengumpulan data merupakan segala suatu cara yang digunakan untuk mengumpulkan data oleh peneliti. Sedangkan menurut (Widodo, 2017), metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Ada dua metode pengumpulan data yang lazim digunakan dalam penelitian, yakni studi lapangan dan studi pustaka.

#### **3.7.1. Kuesioner**

Kuesioner adalah strategi pengumpulan informasi yang diakhiri dengan memberikan sekumpulan pertanyaan atau penjelasan yang tersusun kepada responden untuk dijawab. Kuesioner juga produktif jika peneliti mengetahui dengan pasti faktor-faktor yang akan diperkirakan dan memahami apa yang dapat diantisipasi oleh responden (Sugiyono, 2017).

Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada konsumen Toko Sumber Mas Candipuro sebanyak 60 konsumen untuk menjangkau pendapat responden tentang Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian perhiasan emas.

Pengukuran data untuk variabel Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dilakukan dengan memberi skor tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dalam kuesioner. Penilaian dalam penelitian ini tergantung pada skala Likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur perspektif, anggapan, dan pandangan individu atau kumpulan kumpul-kumpul atau keajaiban. (Riduwan, 2015). Adapun bentuk skala Likert menurut (Riduwan, 2015) adalah sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) dengan skor = 5
- b. Setuju (S) dengan skor = 4
- c. Netral (N) dengan skor = 3
- d. Tidak Setuju (TS) dengan skor = 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor = 1

### **3.7.2. Wawancara**

(Widodo, 2017) mendefinisikan bahwa, kegiatan tanya jawab untuk memperoleh informasi atau data adalah wawancara. (Sugiyono, 2014), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pemilik dan konsumen Toko Sumber Mas Candipuro. Dalam wawancara dengan pemilik toko pertanyaan yang di berikan yaitu: Berapa banyak konsumen yang membeli perhiasan emas setiap harinya?. Sedangkan wawancara dengan konsumen pertanyaan yang di berikan yaitu: Kenapa anda memilih membeli perhiasan emas di Toko Sumber Mas Candipuro?

### **3.7.3 Studi Pustaka**

Studi pustaka adalah prosedur pemilihan informasi yang digunakan untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam penelitian dengan membaca dengan teliti tulisan yang diidentifikasi dengan masalah yang diteliti.. Untuk memperoleh teori-teori yang mendukung penelitian ini, peneliti melakukan studi kepustakaan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.

### **3.8. Teknik Analisis Data**

Sesuai hipotesis dengan tujuan yang ingin dicapai dalam pemeriksaan. Kemudian, pada saat itu, investigasi langsung yang berbeda digunakan untuk memutuskan pengaruh variabel otonom dalam meramalkan variabel terikat dalam pengujian ini. (Sugiyono, 2010).

#### **3.8.1. Pengujian Instrumen**

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reabilitas. Selain itu, pemeriksaan dan uji pengaruh akan dilakukan dengan menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa suatu data harus dihindari secara teratur terbebas dari Multikolinearitas dan Heteroskedastisitas.

##### **a. Pengujian Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan. (Sunnyoto, 2011) sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Pengujian validitas penelitian ini menggunakan pengujian *Product Moment*, dengan mengkorespondensikan skor setiap item dengan skor absolut sebagai besaran skor suatu item. Rumus korelasi *Product Moment* (Muhyiddin, 2017) sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefesien validasi

$n$  = Banyaknya subjek

$X$  = Nilai pembanding

$Y$  = Nilai dari instrumen yang akan di cari validasinya

(Sugiyono, 2012), Pemeriksaan faktor dilakukan dengan cara menghubungkan jumlah skor faktor dengan skor lengkap. Jika hubungan masing-masing faktor positif dan besarnya 0,3 atau lebih, maka faktor tersebut berkembang kuat. Dalam pemeriksaan ini, jika hubungan antara skor soal dan skor lengkapnya di bawah 0,3, maka pada saat itu hal-hal dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

#### **b. Pengujian Reliabilitas**

(Siregar, 2013) reliabilitas adalah menentukan sejauh mana hasil estimasi tetap reliabel, jika estimasi dilakukan dua kali atau lebih untuk manifestasi serupa dengan menggunakan instrumen estimasi serupa.. Uji realibititas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteriaa reabilitas di bedakan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 3.2. Indeks Kriteria Reliabilitas**

No	Interval Alpha Cronbach	Tingkat Reliabilitas
1	0,00-0,20	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)

### 3.8.2. Pengujian Asumsi Klasik

#### a. Pengujian Normalitas

(Umar, 2013) Pada bagian dari pengujian ini dilakukan guna mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak. Jika berdistribusi normal, maka metode statistika yang digunakan ialah statistik parametrik, sedangkan jika data yang tidak berdistribusi normal maka menggunakan statistik nonparametrik. (Ghozali, 2013) maka keputusan dalam grafik histogram maupun grafik normal *P Plot* antara lain:

1. Dalam hal informasi menyebar dari sudut ke sudut dan mengikuti arah garis miring atau grafik histogram menunjukkan desain sirkulasi biasa, maka pada saat itu model kekambuhan memenuhi praduga kewajaran.
2. Jika informasi menyebar jauh dari sudut ke sudut atau tidak mengikuti arah garis miring atau diagram histogram tidak menunjukkan desain sirkulasi biasa, maka pada saat itu model relaps tidak memenuhi anggapan biasa.

### b. Pengujian Multikolinieritas

(Umar, 2013) pada bagian dari pengujian ini dilakukan guna mengetahui kuat hubungan-hubungan di antara variabel-variabel penyebab (independen). Jika terjadi hubungan yang kuat, maka perlu upaya untuk menguranginya hingga menjadi lemah jika tidak berhasil, salah satu variabel independen tersebut harus dikeluarkan dari penelitian karena dianggap tumpang tindih/mirip dengan salah satu variabel bebas lainnya.

Ada beberapa cara untuk memeriksa multikolinieritas menurut (Lopiyoadi dan Ikhsan, 2014), dengan melihat pada:

- a) Ketidak konsistenan antara koefisien regresi yang di peroleh dengan teori yang di gunakan. Misalnya nilai koefisien regresi yang di hasilkan dari perhitungan menghasilkan nilai negatif, sedangkan teori yang di gunakan menyatakan bahwa koefisien regresi bernilai positif.
- b) Nilai *r-square* semakin membesar, padahal pada pengujian secara parsial tidak ada pengaruh atau nilai signifikan  $> 0,05$ .
- c) Terjadi perubahan yang berarti pada koefisien model regresi. Misal nilainya menjadi lebih besar atau kecil apabila di lakukan penambahan atau pengeluan sebuah variabel bebas dari model regresi.
- d) *Overestimated* dari nilai standar *error* untuk koefisien regresi. Untuk mengetahui apakah suatu model regresi yang di hasilkan mengalami gejala multikolinieritas, dapat di lihat pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Model regresi yang baik, jika hasil perhitungan menghasilkan nilai  $VIF < 10$  dan bila menghasilkan nilai  $VIF > 10$  berarti telah terjadi multikolinieritas

yang serius dalam model regresi. Selain melihat nilai VIF, bisa juga di deteksi dari nilai *tolerance*, yaitu jika nilai *tolerance* yang di hasilakan mendekati 1, maka model terbebas dari gejala multikolinieritas, jika semakin menjauhi 1, maka model tidak terjadi/bebas gejala multikolinieritas.

### c. Pengujian Heteroskedastisitas

(Lopiyoadi dan Ikhsan, 2015) mengemukakan bahwa, heteroskedastisitas memiliki variasi residual yang tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya, sehingga variasi residual harus bersifat heteroskedastisitas, yaitu, persepsi yang satu dengan persepsi yang lain adalah sesuatu yang serupa untuk memberikan model ramalan yang lebih tepat. Model regresi yang layak adalah model yang tidak memiliki heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki variant yang konstan dari satu observasi ke observasi yang lain. Gejala heteroskedastisitas lebih sering di jumpai dalam data silang tempat dari pada runtun waktu. Pada asumsi ini mengharuskan bahwa nilai sisa yang merupakan variabel pengganggu pada masing-masing variabel selalu konstan atau tidak berubah.

- a) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik (*point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika ada pola jelas serta titik yang melebar di atas dan di bawah angka 0, pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.8.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah penyelidikan faktual yang menghubungkan setidaknya dua faktor bebas ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen  $Y$ , (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015).

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh para peneliti, ketika para ahli akan mengantisipasi bagaimana keadaan (seluruh) variabel terikat (ukuran), jika setidaknya dua faktor otonom sebagai faktor indikator dikendalikan (perluasan harga). Jadi analisis regresi linier berganda akan selesai jika jumlah faktor bebas setidaknya dua atau lebih (Sugiyono, 2012).

Persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

$Y$  = Variabel dependen yaitu keputusan pembelian

$X$  = Variabel independen

$X_1$  = Kualitas produk

$X_2$  = Harga

$X_3$  = Pelayanan

$a$  = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$  = Koefisiensi regresi variabel berganda

$e$  = Error

### 3.8.4. Pengajuan Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian mencoba hipotesis yang digunakan untuk memilih apakah ada dampak antara komponen

otonom kualitas produk (X1), harga (X2) dan pelayanan (X3) terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y) secara parsial, maupun simultan.

**a. Uji t (Uji Parsial)**

Uji t (uji parsial) di gunakan untuk menguji sebuah variabel bebas apakah memberikan pengaruh terhadap variabel terikat (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015). Untuk mengetahui apakah variabel bebas yang terdiri atas kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian secara parsial yang di uji dengan cara signifikan. Berikut langkah-langkah pengujian hipotesis:

1) Merumuskan hipotesis.

**Hipotesis Pertama**

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas pada toko Sumber Mas Candipuro

**Hipotesis kedua**

H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas pada toko Sumber Mas Candipuro.

**Hipotesis Ketiga**

H<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas pada toko Sumber Mas Candipuro.

2) Menentukan level signifikansi  $\alpha=5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian:

Apabila  $-t \text{ tabel} > t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima

Apabila  $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ , maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak

4) Menemukan nilai t hitung dengan rumus:

$$t \text{ hitung} = \frac{\text{Koefisien}\beta}{\text{Standar error}}$$

5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t hitung dengan t tabel.

#### **b. Uji F (Simultan)**

Uji F digunakan untuk menguji parameter hasil estimasi terhadap suatu nilai tertentu, namun pengujian standar yang dilakukan pada sebagian besar software statistic adalah menguji beberapa parameter hasil estimasi terhadap nilai-nilai tersebut sama dengan nol. Prosedur pengujian memakai statistik F terdiri dari dua cara, yaitu dengan membandingkan nilai R<sup>2</sup> antara dua model dan memakai restriksi matriks  $R\beta = r$  atau disebut sebagai pengujian umum (general) (Ekananda, 2015). Adapun hipotesisnya sebagai berikut:

H<sub>4</sub> : Terdapat pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan secara simultan signifikan terhadap Keputusan Pembelian perhiasan emas pada toko Sumber Mas Candipuro.

Adapun kriteria pengujiannya ialah:

Jika F hitung  $\geq$  F tabel, maka H<sub>0</sub> dinyatakan ditolak dan H<sub>a</sub> diterima

Jika F hitung  $<$  F tabel, maka H<sub>0</sub> dinyatakan diterima dan H<sub>a</sub> ditolak

#### **3.8.5 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

(Santoso, 2012) Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) di gunakan untuk menentukan seberapa besar variasi variabel dependen yang dapat di jelaskan oleh variabel independen. Untuk mengetahui derajat presisi terbaik dalam pemeriksaan regresi, hal ini ditunjukkan dengan besarnya koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) antara 0 (nol) sampai 1 (satu). Jika koefisien penjaminan sama dengan nol, berarti faktor bebas tidak berpengaruh positif terhadap variabel terikat. (Sanusi, 2017) menjelaskan

bahwa, persamaan regresi linier berganda semakin baik jika nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin besar (lebih mirip 1) dan pada umumnya akan meningkat nilainya sesuai dengan peningkatan jumlah faktor bebas.

Dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat di peroleh suatu nilai untuk mengukur kemampuan suatu model dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Koefisien determinasi dari penelitian ini akan di gunakan dalam mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas di toko Sumber Mas Candipuro.

