

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal.

Menurut Suharsono, (2010:3) penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis kegiatan penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian.

Berdasarkan tingkat eksplanasinya (penjelasannya) , penelitian ini tergolong sebagai penelitian hubungan kausal. Menurut Sugiyono, (2014:37) yang dimaksud hubungan kausal merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, variabel independen (yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi). Dalam penelitian terdapat beberapa variabel yang terdiri dari variabel independen yaitu variabel Kualitas Layanan (X_1), Hubungan Interpersonal (X_2) sedangkan untuk variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan dan Hubungan Interpersonal terhadap Keputusan Pembelian. Alasan mengambil lokasi di Kota Lumajang adalah :

- a. Lokasi penelitian mudah dijangkau.
- b. Kemudahan dalam perolehan data penelitian.

- c. Keberadaan tempat tinggal peneliti di Kota Lumajang sangat mendukung dalam pendekatan dan penyebaran kuesioner pada masyarakat.
- d. Obyek penelitian ini adalah di The Hasanah Florist.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Berikut penjelasan dari kedua data tersebut :

a. Data Primer

Menurut Amirullah (2013:116) menyatakan bahwa Data Primer adalah data yang secara khusus dikumpulkan untuk kebutuhan riset yang sedang berjalan. Tujuan utama dari pengumpulan data primer adalah untuk keperluan riset yang sedang berlangsung. Dalam proses pengumpulannya data primer sering kali sulit dilakukan dibanding data sekunder yang prosesnya cepat mudah. Untuk memperoleh data sekunder.

Menurut Istijanto (2010:38) menyatakan bahwa Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. Data ini tidak tersedia, sebab sebelumnya belum pernah ada riset sejenis atau hasil riset sejenis sudah kadaluarsa. Jadi periset perlu melakukan pengumpulan atau pengadaan data sendiri. Karena periset melakukan sendiri pengumpulan datanya, dalam hal ini dibutuhkan komitmen lebih besar dibandingkan perolehan data sekunder.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen yang menggunakan produk Stand The Hasanah Florist.

Kuesioner berisi tentang Kualitas Layanan dan Hubungan Interpersonal terhadap Keputusan Pembelian Produk Stand The Hasanah Florist di Kota Lumajang.

b. Data Sekunder

Kata sekunder berasal dari bahasa Inggris *secondary* yang berarti kedua atau bukan secara langsung dari sumbernya melainkan dari pihak lain. Data sekunder juga didefinisikan sebagai data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, bukan oleh peneliti sendiri, yaitu bertujuan lain. Artinya peneliti adalah “tangan kedua” yang sekedar mencatat, mengakses atau meminta data tersebut ke pihak lain yang telah mengumpulkannya di lapangan.

Peneliti hanya memanfaatkan data yang ada untuk penelitiannya. Keberadaan data sekunder tidak dipengaruhi riset yang akan dijalankan peneliti, sebab data tersebut sudah disediakan pihak lain (Istijanto,2010:38). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa data item produk & kegiatan promosi tanaman hias di The Hasanah Florist.

3.3.2 Sumber Data

Data adalah informasi yang dihasilkan oleh riset pemasaran yang merupakan hasil akhir proses pengolahan selama berlangsung riset. Informasi pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data sehingga sering juga disebut sebagai data mentah (Indriantoto, 2010:141).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa sumber data eksternal. Data Internal merupakan dokumen-dokumen akuntansi dan operasi yang dikumpulkan, dicatat dan disimpan di dalam suatu organisasi (Indriantoto,2010:149).

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:136).

Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli tanaman hias The Hasanah Florist di Kota Lumajang pada Bulan Januari 2021.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

a. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Sugiyono, (2017:137).

Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik *nonprobability sampling*, karena besarnya peluang elemen untuk terpilih sebagai subjek tidak diketahui. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (sugiyono, 2015:58)

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan metode *Sample Random Sampling Accidental*. Menurut sugiyono (2017:82), menjelaskan bahwa “*Simple Random Sampling Accidental* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi ini”. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Roscoe. Roscoe memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini (Sugiyono, 2012:129-130).

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel $10 \times 5 = 50$.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dalam kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing 10 sampai dengan 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian merupakan analisis multivariate yaitu regresi linier berganda yaitu terdiri dari 2 (dua) variabel independen dan 1 (satu) dependen, maka ukuran sampel yang diambil $10 \times 3 = 30$ orang.

b. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan suatu metode pengambilan sampel. Guna menentukan sampel dalam suatu penelitian, ada beberapa teknik sampling yang digunakan (Sugiyono, 2014:81). Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yakni *non probability sampling* dengan teknik *sampling insidental*.

Menurut (Sugiyono, 2012:120) adalah “*Non Probability Sampling*” merupakan metode yang digunakan untuk proses pengambilan sampel dengan tidak memberi kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi guna memilih menjadi anggota sampel”.

Teknik ini *sampling insidental* yakni metode yang digunakan untuk menentukan sampel berdasar ketidak sengajaan, misalnya siapapun yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti bisa digunakan sebagai sampel dengan ketentuan orang tersebut layak dijadikan sebagai sumber data penelitian. (Sugiyono, 2012:122)

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel Penelitian ialah objek penelitian atau segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan ditarik sebuah kesimpulan (Paramita & Rizal, 2018:36).

Variabel dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) macam yaitu :

a. Variabel Independen

Variabel ini adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik pengaruh positif maupun pengaruh negatif. Variabel ini akan menjelaskan bagaimana masalah dalam penelitian dipecahkan (Paramita & Rizal, 2018:37).

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen ialah Kualitas Layanan (X_1), Hubungan Interpersonal (X_2)

b. Variabel Dependen

Variabel Dependen bisa disebut juga sebagai variabel terikat, endogen atau kosekuen. Variabel ini adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti atau menjadi perhatian utama dalam sebuah penelitian. Variabel dependen merupakan permasalahan yang akan diselesaikan oleh peneliti atau tujuan dari penelitian

(Paramita & Rizal, 2018:37). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi Konseptual adalah unsur penelitian yang menjelaskan tentang karakteristik sesuatu masalah yang hendak diteliti. Berdasarkan landasan teori yang telah dipaparkan di atas, dapat dikemukakan definisi konseptual dari masing-masing variabel, sebagai berikut :

- a. Kualitas Pelayanan didefinisikan sebagai suatu kegiatan atau serangkaian kegiatan yang bersifat nyata yang terjadi dalam suatu interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan atau sistem penyedia layanan yang disediakan untuk mengatasi masalah pelanggan.
- b. Hubungan Interpersonal didefinisikan sebagai suatu proses serta upaya untuk menjalin sebuah aspek isi pesan dan hubungan antar pribadi satu dengan yang lainnya dengan berdampak baik dengan timbulnya saling memberikan kepercayaan satu dengan yang lainnya.
- c. Keputusan Pembelian didefinisikan suatu kegiatan di dalam proses transaksi jual beli barang atau jasa dengan yang di pilih melalui proses pertimbangan yang sangat matang untuk terjadinya transaksi jual beli bisa terjadi antar pribadi satu dengan yang lainnya atau biasa terjadi di dalam komunitas jual beli barang atau jasa.

3.5.3 Definisi Operasional

Definisi Operasional merupakan penjelasan dari variabel yang telah dipilih oleh peneliti. Definisi operasional kali ini memungkinkan para peneliti untuk

melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau pengembangan cara dengan harapan untuk hasil yang lebih baik. (Bahri, 2018:137).

a. Kualitas Layanan

Dari indikator kualitas layanan diatas, maka dapat disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala likert yang disesuaikan dengan kondisi obyek yang diteliti sebagai berikut :

- 1) Saya puas dengan tanaman hias di The Hasanah Florist
- 2) Percaya pihak penjual tanaman hias di The Hasanah Florist selalu mengutamakan keterus terangan dalam menjual barang dagangannya.
- 3) Semua tanaman hias di The Hasanah Florist terpercaya kualitasnya.
- 4) Percaya tanaman hias yang di pesan di The Hasanah Florist sesuai dengan harapan.

b. Hubungan Interpersonal

Dari indikator hubungan interpersonal diatas, maka dapat disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala likert yang disesuaikan dengan kondisi obyek yang diteliti sebagai berikut :

- 1) Stand The Hasanah Florist mempunyai karakteristik operasi yang bagus.
- 2) Stand The Hasanah Florist mempunyai banyak pilihan tanaman hias.
- 3) Produk Stand The Hasanah Florist berjangka panjang.
- 4) Produk Stand The Hasanah Florist sudah sesuai dengan harapan para pelanggan.
- 5) Produk Stand The Hasanah Florist yang memiliki manfaat dan khasiat yang bagus.

d. Keputusan Pembelian

Yang di maksudkan keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah preferensi konsumen atas tampilan dan kualitas produk di Stand The Hasanah Florist.

Menurut Surmawan (2010:289), keputusan pembelian adalah tingkat dari konsumen pembelian adalah tingkat dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat sebelum konsumen memutuskan untuk membeli.

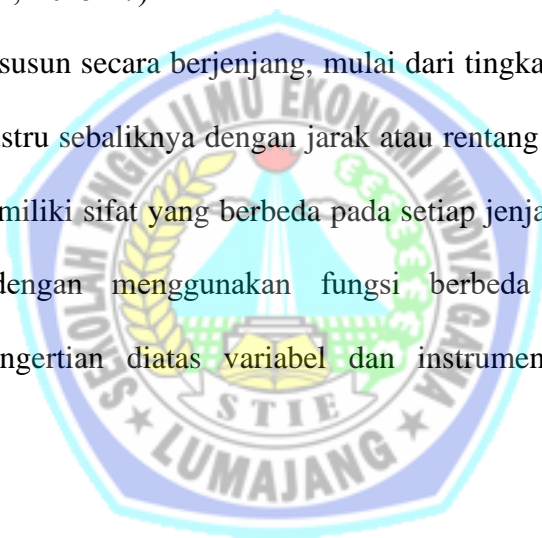
Dari indikator keputusan pembelian diatas, maka dapat disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala likert yang disesuaikan dengan kondisi obyek yang diteliti sebagai berikut :

- 1) Membeli produk di Stand The Hasanah Florist ini karena membutuhkannya.
- 2) Membandingkan terlebih dahulu sebelum membeli produk Stand The Hasanah Florist di Kota Lumajang.
- 3) Mencari informasi terlebih dahulu sebelum membeli produk Stand The Hasanah Florist di Kota Lumajang.
- 4) Pasti melakukan pembelian produk Stand The Hasanah Florist di Kota Lumajang.
- 5) Merasa puas dengan produk yang dibeli.

3.6 Instrumen Penelitian

Pada instrumen penelitian meskipun telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, hal tersebut terjadi apabila instrumen dalam penelitian tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya. Pada instrumen penelitian kuantitatif dapat berupa test, pedoman wawancara, pedoman observasi dan kuesioner (Sugiono, 2015:372).

Skala pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan skala ordinal. Menurut (Siregar, 2015:47) adalah “Skala ordinal adalah data yang berasal dari kategori yang disusun secara berjenjang, mulai dari tingkat terendah sampai yang tertinggi, atau justru sebaliknya dengan jarak atau rentang yang tidak harus sama. Data ordinal memiliki sifat yang berbeda pada setiap jenjangnya, data ini berlaku perbandingan dengan menggunakan fungsi berbeda lebih atau kurang”. Berdasarkan pengertian diatas variabel dan instrumen penelitiannya adalah sebagai berikut :



Tabel 3.1
Variabel dan Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Kualitas Layanan	1. Berwujud (Tangible) 2. Realibilitas 3. Ketanggapan 4. Jaminan dan kepastian 5. Empati (Empathy)	1. Stand The Hasanah Florist memberikan fasilitas pelayanan yang memadai. 2. Owner & karyawan memiliki jiwa profesional dalam melakukan pelayanan. 3. Owner dan karyawan Stand The Hasanah Florist dalam pelayanannya memiliki respon yang baik. 4. Owner dan karyawan di Stand The Hasanah Florist memberikan jaminan kepada pelanggan dalam pelayanannya. 5. Tidak mendiskriminatif atau membeda-bedakan yang dianjurkan kepada karyawan untuk pelanggan.	Ordinal	Lupiyuadi (2013 : 216)
2.	Hubungan Interpersonal	1. Saling Menghargai 2. Loyalitas dan Toleransi 3. Keterbukaan 4. Keakraban	1. Owner dan karyawan The Hasanah Florist bisa menghargai pelanggan dengan baik dalam pelayanannya agar mendapat timbal balik yang baik dari pelanggan. 2. Loyalitas dan toleransi Stand The Hasanah Florist kepada pelanggan yang membuat merasa nyaman dalam setiap pembelian produknya. 3. Owner dan karyawan berusaha terbuka kepada pelanggan Stand The Hasanah Florist dalam setiap pelayanannya. 4. Owner dan karyawan berusaha akrab kepada pelanggan Stand The Hasanah Florist	Ordinal	Kotler dan Keller (2012:283)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
3.	Keputusan Pembelian	1. Pilihan Merek 2. Pilihan Penyalur 3. Waktu Pembelian 4. Jumlah Pembelian	1. Merek produk yang ada di Stand The Hasanah Florist banyak variannya serta berkualitas yang membuat pelanggan tertarik. 2. Stand The Hasanah Florist memiliki produk yang berkualitas sehingga pelanggan tidak hanya berperan sebagai konsumen melainkan juga sebagai distributor. 3. Stand The Hasanah Florist memiliki jam operasional yang bisa di kunjungi oleh pelanggan. 4. Owner Stand The Hasanah Florist berusaha memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik dan cepat	Ordinal	Kotler dan Keller (2012:166)

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Observasi

Dalam Sugiyono (2018:145) Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu luas.

Observasi dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung pada masyarakat terutama pembeli produk Stand The Hasanah Florist di Kota Lumajang.

3.7.2 Wawancara

Wawancara ialah teknik pengumpulan data saat peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan suatu permasalahan yang harus diteliti dan ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil, sugiyono (2012:194)

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan kepada masyarakat terutama pembeli produk Stand The Hasanah Florist di Kota Lumajang.

3.7.3 Kuisisioner

Kuisisioner ialah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengerti apa yang diharapkan dari responden, Sugiyono (2018:142)

Dalam pengambilan sampel pada penelitian ini, kuisisioner dibagikan secara langsung kepada masyarakat terutama pembeli produk Stand The Hasanah Florist di Kota Lumajang. Pengukuran data untuk variabel kualitas layanan dan hubungan interpersonal terhadap keputusan pembelian, dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dari kuisisioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena *social*. Adapun bentuk skala *likert* antara lain :

- | | |
|-----------------------------------------------------------------|---|
| 1) Setuju/selalu/sangat positif diberi skor | 5 |
| 2) Setuju/sering/positif diberi skor | 4 |
| 3) Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor | 3 |
| 4) Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative diberi skor | 2 |
| 5) Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negative diberi skor | 1 |

(Sugiyono, 2015:168)

3.7.4 Dokumentasi

Dokumentasi ialah catatan suatu kejadian yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2012:422).

3.7.5 Studi Pustaka

Afrizal, (2016:122) studi pustaka adalah penyajian hasil bacaan literatur yang telah dilakukan oleh peneliti. Literatur meliputi buku, artikel jurnal dan makalah seminar. Buku adalah publikasi yang memiliki ISBN dan jurnal adalah publikasi yang memiliki ISBN.

3.8 Teknik Analisis Data

Sugiyono (2012:426) dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal.

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji

pengaruhnya yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari multikolinieritas (*multicolonearity*) dan heterokedastisitas (*heterokedasticity*).

3.8.1 Uji Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangkau dan responden, di mana asumsi yang harus dipenuhi oleh kuesioner ialah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

a. Uji Validitas

Dalam Sugiyono (2012:455) Validitas ialah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Pengujian validitas ini menggunakan rumus (Suliyanto, 2005:42 dalam Kurniawan, 2014:90) 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 Korelasi

n = Jumlah Observasi/Responden

X = Variabel Independen

Y = Variabel Dependen

Analisa faktor dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi

antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2012:178)

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Karena reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi, maka bila ada peneliti lain mengulangi atau mereplikasi dalam penelitian pada obyek yang sama dengan metode yang sama maka akan menghasilkan data yang sama. Suatu data yang reliabel atau konsisten akan cenderung valid, walaupun belum tentu valid (Sugiono, 2017:510).

Mengemukakan uji reabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien pada *Alpha Cronbach* yang ditentukan dengan kriteria sebagai berikut :

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 – 0,800	Reliabel
5.	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Yohanes Anton Nugroho (2011:33)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

a. Pengujian Normalitas Data

Uji Normalitas diartikan sebagai uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein, 2010:181)

Normalitas data dapat diuji dengan menggunakan Pengukur bentuk (*Measure of shape*) distribusi yang normal mempunyai bentuk simetris dengan nilai mean, median, dan metode yang mengumpul dalam satu titik tengah.

b. Pengujian Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi (Husein, 2010:177).

Ada beberapa cara untuk mengatasi multikolinieritas, yaitu :

- 1) Korelasi yang tinggi memberikan petunjuk adanya kolinearitas, tetapi tidak sebaliknya yakni adanya kolinearitas mengakibatkan korelasi yang tinggi. Kolinearitas dapat saja ada waktu korelasi dalam keadaan rendah.
- 2) Dianjurkan untuk melihat koefisien korelasi parsial. Jika R^2 sangat tinggi tetapi masing-masing nilai VIF *tolerance* parsialnya rendah memberikan petunjuk bahwa variabel-variabel bebas mempunyai korelasi yang tinggi dan paling

sedikit satu diantaranya berlebihan. Tetapi dapat saja R^2 tinggi dan masing-masing r^2 juga tinggi sehingga tak ada jaminan terjadi multikolinieritas.

c. Pengujian Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas adalah suatu uji untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residu satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain (Kurniawan, 2014:158).

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heterokedastisitas (Husein, 2010:179).

Adapun dasar pengambilan keputusan ada tidaknya heterokedastisitas adalah sebagai berikut :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur, kemudian menyempit), maka telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2013:134)

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi

(dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (Sugiyono, 2017:305).

Secara umum persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian

β_0 = Konstanta

$\beta_1 \& \beta_2$ = Koefisien regresi variabel independen

X_1 = Variabel independen 1

X_2 = Variabel independen 2

E = Error

Dengan analisis regresi berganda ini juga dapat diketahui variabel mana di antara variabel independen yaitu Kualitas Layanan dan Hubungan Interpersonal yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel dependen lainnya.

3.9 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen Kualitas Layanan (X_1) Hubungan Interpersonal (X_2) terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) secara parsial maupun simultan.

3.9.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen (Widarjono, 2015:22).

Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut :

1) Merumuskan hipotesis

a. Hipotesis Pertama

H_0 : tidak terdapat pengaruh kualitas layanan dan hubungan interpersonal secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian produk Stand The Hasanah Florist di Lumajang.

H_a : terdapat pengaruh kualitas layanan dan hubungan interpersonal secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Stand The Hasanah Florist di Lumajang.

b. Hipotesis Kedua

a. Merumuskan Hipotesis

H_0 : tidak terdapat pengaruh kualitas layanan dan hubungan interpersonal secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian produk Stand The Hasanah Florist di Lumajang.

H_a : terdapat pengaruh kualitas layanan dan hubungan interpersonal secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Stand The Hasanah Florist di Lumajang.

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

Penentuan nilai kritis. Dalam pengujian hipotesis nilai kritis terhadap koefisien regresi dapat ditentukan menggunakan tabel distribusi normal dengan memperhatikan tingkat signifikansi (α) serta banyaknya sampel yang dipakai. Misal disini signifikasinya $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian :

Jika - $t_{tabel} > t_{hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika - $t_{tabel} > t_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_a diterima

4) Menemukan nilai t hitung dengan rumus :

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

5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel}

3.9.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen atau merupakan uji signifikansi model regresi. Uji f ini bisa dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (Analysis Of Variance = ANOVA). (Widarjono, 2015:19).

Adapun hipotesisnya sebagai berikut :

1) Merumuskan Hipotesis

a. Hipotesis Ketiga

H_0 : Tidak dapat pengaruh Kualitas Layanan dan Hubungan Interpersonal yang signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk Stand The Hasanah Florist di Lumajang.

H_a : Terdapat dapat pengaruh Kualitas Layanan dan Hubungan Interpersonal yang signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk Stand The Hasanah Florist di Lumajang.

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

Penentuan nilai kritis. Dalam pengujian hipotesis nilai kritis terhadap koefisien regresi dapat ditentukan menggunakan tabel distribusi normal dengan memperhatikan tingkat signifikansi (α) serta banyaknya sampel yang dipakai. Misal disini signifikasinya $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian :

Adapun kriteria pengujiannya adalah :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

4) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil

t_{hitung} dengan t_{tabel}

3.9.3 Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir sama dengan koefisien r^2 . R juga hampir serupa dengan r , tetapi keduanya berbeda dalam fungsi (kecuali regresi linier sederhana)/determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai *R-Square* (Sanusi, 2011:136).

Koefisien Determinasi (R^2) dalam penelitian ini akan digunakan untuk mencari berapa besarnya pengaruh variabel independen yaitu Kualitas Layanan dan Hubungan Interpersonal terhadap Keputusan Pembelian Produk Stand The Hasanah Florist di Lumajang.

