

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah harga dan atribut produk masker berpengaruh terhadap keputusan pembelian masker di Kecamatan Kota Lumajang. Menurut Sugiyono penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian kuantitatif dilakukan dengan cara acak atau random *sampling*. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian berupa tes atau kuesioner kemudian data dari hasil penelitian dikelompokkan ke dalam kategori atau kriteria yang sudah ditetapkan. Banyaknya jumlah responden penelitian menentukan kualitas sebuah penelitian kuantitatif. Alur penelitian kuantitatif tidak dapat diubah dan sudah direncanakan dari awal oleh peneliti. Penelitian kuantitatif harus bersifat netral dan tidak memihak karena penelitian ini memandang fakta atau kebenaran pada objek penelitian. Validitas dan reliabilitas instrumen penelitian menentukan keabsahan sebuah penelitian kuantitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian kuantitatif bermacam-macam antara lain survei, eksperimen, regresi, analisis jalur dan korelasi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif yaitu numerik dan statistik (Pasha, 2019).

Analisis data pada penelitian kuantitatif bersifat kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dalam penelitian. Penelitian kuantitatif disebut sebagai metode positivistik karena penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme yang memandang sebuah realita atau fenomena dalam penelitian. Konsep atau teori yang digunakan dalam penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah sehingga dapat dirumuskan sebuah hipotesis. Pengujian hipotesis diuji melalui pengumpulan data lapangan. Pengumpulan data lapangan menggunakan instrumen penelitian. Setelah data terkumpul kemudian data dianalisis secara kuantitatif menggunakan statistik deskriptif atau inferensial. Hasil analisis data secara kuantitatif tersebut disimpulkan menjadi sebuah hipotesis untuk diuji kebenarannya. Penelitian kuantitatif sering disebut sebagai metode ilmiah atau *scientific* karena penelitian ini telah memenuhi kaidah ilmiah yaitu objektif, konkrit atau empiris, sistematis dan rasional. Metode tradisional juga merupakan sebutan lain bagi penelitian kuantitatif karena penelitian ini sudah menjadi tradisi dan sudah cukup lama digunakan oleh para peneliti (Sugiyono, 2015a).

3.2. Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam objek penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu harga dan atribut produk. Dan variabel dependen dalam objek penelitian ini adalah keputusan pembelian. Kenaikan harga masker yang sangat tinggi disebabkan oleh meningkatnya jumlah pembelian masker pada era pandemi. Akibat tingginya harga masker ini stok masker di

apotek hingga gerai habis sementara harga masker di *platform* jual beli *online* mengalami kenaikan harga. Agus Suparmanto seorang Menteri Perdagangan, menghimbau masyarakat agar tidak mengalami *panic buying* saat terjadi kenaikan harga masker seperti pada era pandemi ini. Hal ini dikarenakan *panic buying* akan mendorong ketidakstabilan harga yang disebabkan oleh ketidakseimbangan harga. Meskipun terjadi kenaikan harga masker, Agus tidak melarang para produsen masker mengekspor masker ke luar negeri tetapi menghimbau para produsen masker untuk mengutamakan pemenuhan masker di dalam negeri (Handayani, 2020).

Harga masker yang terus meningkat pada era pandemi ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian masker para konsumen, karena banyak konsumen yang mempertimbangkan harga masker sebelum mengambil sebuah keputusan pembelian. Ada konsumen yang memilih harga masker yang terjangkau dan ada juga konsumen yang membeli harga masker dengan harga yang mahal untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hubungan antara harga dan keputusan pembelian tersebut menjadi pertimbangan bagi peneliti untuk menggunakan harga sebagai variabel independen pertama dalam penelitian ini.

Atribut produk berkaitan dengan segala sesuatu yang menyertai produk yang dianggap penting oleh konsumen dan menjadi pembeda satu produk dengan produk yang lainnya. Sebelum mengambil sebuah keputusan pembelian produk konsumen mempertimbangkan atribut produk yang satu dengan yang lainnya sebagai pilihan alternatif produk. Jenis-jenis atribut produk antara lain merek, label, layanan pelengkap, desain, jaminan produk atau garansi dan

kemasan. Masing-masing atribut produk tersebut memiliki fungsi, seperti halnya merek berfungsi untuk membentuk sebuah *image* atau citra produk yang akan memberikan jaminan kualitas, prestise tertentu bagi konsumen dan meyakinkan konsumen terhadap sebuah produk yang akan dibelinya (Octa, 2019).

Masker memiliki berbagai atribut produk yang dapat menarik minat para konsumen, salah satunya yaitu desain masker yang beragam. Aneka motif dan warna masker menjadi pilihan alternatif bagi para konsumen untuk mengambil sebuah keputusan pembelian. Desain masker yang unik dengan beragam motif dan warna membuat penampilan seseorang semakin menarik. Namun, kenyamanan memakai masker menjadi pertimbangan yang utama saat melakukan pembelian masker karena masker merupakan barang wajib yang harus digunakan oleh masyarakat saat beraktivitas di luar rumah (Salbiah, 2020).

Hubungan antara atribut produk dan keputusan pembelian tersebut menjadi pertimbangan bagi peneliti untuk menggunakan atribut produk sebagai variabel independen kedua dalam penelitian ini.

Seorang konsumen akan mengambil sebuah keputusan pembelian untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya terhadap sebuah produk. Menurut Boyd dan Larreche (2000) proses pengambilan keputusan terdiri dari beberapa tahap yaitu identifikasi masalah, pencarian informasi dan evaluasi alternatif. Kotler (2000) berpendapat bahwa pengambilan keputusan pembelian disebabkan oleh adanya kebutuhan dan keinginan konsumen yang belum

terpenuhi. Pemasar atau perusahaan harus mengenali apa saja keinginan dan kebutuhan konsumen. Untuk memenuhi kebutuhannya tersebut konsumen akan mencari informasi tentang produk yang akan dibelinya, baik tentang jenis, kualitas, harga, kemasan, manfaat produk dan sebagainya. Konsumen akan melakukan evaluasi antara atribut produk dari setiap merek produk. Apabila konsumen telah memilih sebuah merek produk sesuai keinginan dan kebutuhan mereka, maka konsumen akan mengambil sebuah keputusan pembelian. Setiap produk memiliki atribut produk yang berbeda-beda dengan kekurangan dan kelebihan masing-masing. Atribut produk yang menarik dan memberikan manfaat bagi konsumen akan menjadi pertimbangan konsumen untuk mengambil sebuah keputusan pembelian (Abubakar, 2018).

Keputusan pembelian konsumen sebelum membeli masker melalui beberapa tahapan, mulai dari identifikasi masalah, pencarian informasi hingga evaluasi alternatif. Konsumen akan mempertimbangkan harga dan atribut produk masker yang beragam sebelum mereka mengambil sebuah keputusan untuk membeli masker. Hubungan antara keputusan pembelian dengan harga dan atribut produk tersebut menjadi pertimbangan bagi peneliti untuk menggunakan keputusan pembelian sebagai variabel dependen yang berpengaruh terhadap harga dan atribut produk.

Penelitian ini dilakukan di apotek dan toko-toko yang menjual masker yang berada di Kecamatan Kota Lumajang. Pemilihan lokasi penelitian ini berdasarkan beberapa pertimbangan dari peneliti, sebagai berikut:

- a. Lokasi penelitian berada ditempat yang strategis dan ramai dikunjungi oleh pelanggan setiap harinya sehingga memudahkan peneliti untuk mendapatkan data penelitian.
- b. Harga masker di apotek dan toko-toko yang menjual masker tersebut beragam dan menjadi pertimbangan para pelanggan saat membeli masker.
- c. Masker yang dijual di apotek dan toko-toko tersebut memiliki beragam atribut produk mulai dari desain, bahan baku, kualitas hingga merek masker yang menjadi pertimbangan para pelanggan saat membeli masker.

3.3. Jenis Dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Pada penelitian ini jenis data yang digunakan adalah jenis data primer. Menurut Husein Umar (2013) data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama, baik data yang berasal dari individu yang didapatkan dari hasil wawancara atau data yang berasal dari hasil kuesioner yang didapatkan dari responden penelitian. Hasil penelitian data primer lebih akurat daripada data sekunder dan keaslian data primer juga dapat dipercaya karena peneliti memperoleh data tersebut secara langsung dari sumber pertama. Peneliti dapat memilih desain, metode dan teknik analisis data yang akan digunakan. Pengumpulan data primer dilakukan secara *real-time* bukan mengumpulkan data dari sumber yang sudah lama. Data primer dapat menunjukkan kepemilikan data yang diperoleh dari hasil penelitian melalui penelitian primer (Hayati, 2020).

Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui survei dengan menggunakan metode pengisian kuesioner yang diberikan kepada responden penelitian yaitu para pelanggan masker yang membeli masker di apotek dan toko-toko yang menjual masker di Kecamatan Kota Lumajang.

3.3.2. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini menggunakan sumber data eksternal. Sumber data ini menggambarkan situasi yang ada diluar organisasi dan juga menggambarkan kondisi diluar organisasi, seperti halnya jumlah data penggunaan sebuah produk pada pelanggan, jumlah data persebaran penduduk, jumlah data tingkat preferensi pelanggan dan sebagainya (Anindita, 2021).

Data eksternal dalam penelitian ini didapatkan melalui hasil data penelitian dari para responden penelitian yang dilakukan secara langsung di apotek dan toko-toko yang menjual masker di Kecamatan Kota Lumajang. Responden penelitian dalam penelitian ini adalah para pelanggan masker yang melakukan pembelian masker di apotek dan toko-toko yang menjual masker dengan mempertimbangkan harga masker dan atribut produk masker sebelum melakukan sebuah pengambilan keputusan pembelian masker. Atribut produk yang menjadi pertimbangan para pelanggan cukup beragam mulai dari desain, merek hingga kualitas masker.

3.4. Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu. Biasanya kuantitas

dan karakteristik populasi ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik sebuah kesimpulan dari populasi tersebut. Jumlah populasi bukan hanya sekedar jumlah pada objek atau subjek yang dipelajari, namun meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut (Sugiyono, 2015b).

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan masker di apotek dan toko-toko yang menjual masker di Kecamatan Kota Lumajang dengan jumlah populasi sebanyak 1.200 responden penelitian.

3.4.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari karakteristik yang dimiliki populasi penelitian dan jumlah populasi dalam sebuah penelitian. Sampel yang diambil dari populasi penelitian harus mewakili jumlah sampel. Jika jumlah populasi penelitian banyak maka peneliti akan menggunakan sampel dari jumlah populasi tersebut. Kesimpulan dari hasil mempelajari sebuah sampel akan diberlakukan untuk populasi penelitian (Sugiyono, 2015b).

Berdasarkan teori *Roscoe* dalam buku *Research Method for Business* (1982) menyatakan bahwa ada beberapa acuan untuk menentukan jumlah sampel dalam sebuah penelitian. Adapun beberapa acuan untuk menentukan jumlah sampel menurut *Roscoe* sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 3 sampai 500 sampel.
- b. Apabila sampel dibagi dalam sebuah kategori seperti halnya pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain sebagainya, maka jumlah sampel setiap kategori minimal 30 sampel.

- c. Apabila dalam sebuah penelitian melakukan analisa dengan menggunakan regresi berganda, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya ada 6 variabel dalam sebuah penelitian yang terdiri dari 5 variabel independen dan 1 variabel dependen, maka jumlah sampel yaitu $10 \times 6 = 60$ sampel.
- d. Apabila melakukan sebuah eksperimen sederhana dengan menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah sampel masing-masing variabel antara 10 sampai dengan 20 sampel (Nashruddin, 2011). Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus *Roscoe* sebagai berikut, jumlah variabel yaitu 3 variabel yang terdiri dari 2 variabel independen dan 1 variabel dependen dengan ketentuan setiap anggota sampel di kali dengan 20. Jadi, jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini yaitu $20 \times 3 = 60$ sampel.

3.4.3. Teknik Sampling

Teknik *sampling* merupakan sebuah teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian. Ada berbagai macam teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama untuk anggota populasi untuk dijadikan sampel penelitian. Ada beberapa macam teknik *sampling* yang digunakan dalam *probability sampling* antara lain *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling* dan *cluster sampling* (area sampling).

Nonprobability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel penelitian. Ada beberapa macam teknik *sampling* yang digunakan dalam *nonprobability sampling* antara lain *sampling* sistematis, *sampling* kuota, *sampling* insidental, *sampling purposive*, *sampling* jenuh dan *snowball sampling* (Sugiyono, 2015b).

Adapun teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan *sampling purposive* sebagai teknik pengambilan sampel. *Sampling purposive* merupakan teknik penentuan sampel dengan berbagai pertimbangan tertentu. Misalnya meneliti tentang kualitas makanan maka sampelnya adalah orang yang ahli makanan. Atau meneliti tentang politik di suatu daerah maka sampelnya adalah orang yang ahli politik (Sugiyono, 2015b).

Penentuan sampel dalam penelitian ini berdasarkan beberapa pertimbangan antara lain harga masker yang beragam, atribut produk masker yang beragam dan para pelanggan masker yang mengambil keputusan berdasarkan harga serta atribut produk baik pelanggan masker di apotek maupun toko-toko yang menjual masker. Karena dalam penelitian ini yang diteliti adalah para pelanggan masker di apotek dan toko-toko yang menjual masker.

3.5. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual Dan Definisi Operasional

3.5.1. Variabel Penelitian

Menurut Hatch dan Farhady (1981) variabel didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang

lain atau satu objek dengan objek yang lain. Penelitian kuantitatif berpandangan bahwa sebuah gejala dapat dikelompokkan menjadi beberapa variabel. Jadi, kata variabel hanya ada pada penelitian kuantitatif. Pada dasarnya variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan dan dipelajari oleh peneliti untuk memperoleh informasi tentang variabel penelitian tersebut kemudian peneliti menarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015b).

Berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lainnya, maka variabel penelitian dibedakan menjadi beberapa macam sebagai berikut:

a. Variabel Independen

Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas atau variabel stimulus. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebuah penyebab perubahan variabel dependen atau variabel terikat (Sugiyono, 2015b).

Dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari dua variabel yaitu harga dan atribut produk.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat atau variabel output. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas atau variabel yang penyebab adanya variabel bebas (Sugiyono, 2015b).

Dalam penelitian ini variabel dependen atau variabel yang mempengaruhi variabel independen adalah keputusan pembelian.

3.5.2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah definisi yang menjelaskan tentang teori atau konsep yang telah dikutip sebelumnya kemudian dijadikan sebuah definisi khusus. Teori atau konsep ini dijelaskan secara singkat, jelas dan tegas dengan menggunakan pemahaman sendiri (Uge, 2019).

Adapun penjelasan mengenai definisi konseptual dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Harga (X_1)

Faktor penentu utama dalam sebuah permintaan barang di pasar adalah harga sebuah produk. Hal ini dikarenakan harga berpengaruh terhadap persaingan dan saham pasar dari sebuah perusahaan (Malau, 2018).

b. Atribut Produk (X_2)

Atribut produk adalah berbagai faktor yang melekat atau menjadi bagian dari produk yang menjadi pertimbangan konsumen untuk mengambil sebuah keputusan saat membeli produk (Malau, 2018).

c. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian yang diambil oleh para pembeli atau konsumen adalah kumpulan dari berbagai keputusan pembelian yang dipilih untuk menentukan sebuah keputusan pembelian terhadap suatu produk (Abubakar, 2018).

3.5.3. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah cara peneliti dalam menjelaskan sebuah variabel penelitian yang sedang atau akan diteliti. Dalam sebuah penelitian,

mendeskripsikan definisi operasional merupakan sebuah hal yang penting agar tidak terjadi sebuah kesalahan saat mengumpulkan data penelitian (Harys, 2020).

Adapun penjelasan mengenai definisi operasional dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Harga

Harga menentukan penawaran produk terkait dengan apa saja produk yang akan diproduksi dan harga juga menentukan permintaan konsumen atau pelanggan terkait dengan siapa saja yang akan mendapatkan barang yang di produksi (Malau, 2018).

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nugroho & Suhermin (2017) ada beberapa indikator harga, antara lain:

- 1) Kesesuaian harga.
- 2) Keterjangkauan harga.
- 3) Daya saing harga.
- 4) Harga yang dipersepsikan.

Berdasarkan indikator tersebut maka disusunlah kuesioner untuk menjaring pendapat responden mengenai variabel harga, sebagai berikut:

- 1) Harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas masker.
- 2) Harga yang ditetapkan sangat terjangkau.
- 3) Harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan harga di tempat lain.
- 4) Harga yang ditetapkan sesuai dengan persepsi konsumen.

b. Atribut Produk

Secara fisik atribut produk memberikan manfaat yang dibutuhkan dan diinginkan oleh para pembeli untuk membuat sebuah keputusan pembelian. Pengaruh atribut produk sangat besar terhadap daya tarik konsumen dan persepsi pembeli pada sebuah produk (Firmansyah, 2019).

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nugroho & Suhermin (2017) ada beberapa indikator atribut produk, antara lain:

- 1) Kualitas produk.
- 2) Gaya dan desain produk.
- 3) Merek.
- 4) Kemasan.

Berdasarkan indikator tersebut maka disusunlah kuesioner untuk menjangkau pendapat responden mengenai atribut produk, sebagai berikut:

- 1) Masker yang ditawarkan memiliki kualitas produk yang baik.
- 2) Gaya dan desain masker yang ditawarkan dapat menarik minat konsumen.
- 3) Masker yang ditawarkan memiliki merek yang sudah dikenal oleh konsumen.
- 4) Kemasan masker yang ditawarkan aman dan praktis.

c. Keputusan Pembelian

Setiap perusahaan harus memahami perilaku konsumen terkait dengan proses pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen saat membeli suatu produk pada pasar sasarnya. Peluang yang ada harus

dimanfaatkan oleh pihak manajemen perusahaan untuk menyusun strategi dan membuat program yang tepat agar dapat mengungguli pesaing (Abubakar, 2018).

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013) dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nugroho & Suhermin (2017) ada beberapa indikator keputusan pembelian, antara lain:

- 1) Adanya kebutuhan akan sebuah produk.
- 2) Timbul adanya keinginan terhadap sebuah produk.
- 3) Daya beli yang dimiliki oleh konsumen.

Berdasarkan indikator tersebut maka disusunlah kuesioner untuk menjangring pendapat responden mengenai keputusan pembelian, sebagai berikut:

- 1) Saya membeli masker karena adanya sebuah kebutuhan.
- 2) Saya membeli masker karena keinginan.
- 3) Saya membeli masker sesuai dengan daya beli.

3.6. Instrumen Penelitian Dan Skala Pengukuran

3.6.1. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur sebuah fenomena alam maupun sosial yang diamati. Fenomena alam yang dimaksud dalam instrumen penelitian ini adalah variabel penelitian. Untuk mengukur variabel dalam ilmu alam menggunakan instrumen penelitian yang sudah teruji validitas dan reliabilitasnya. Apabila ada instrumen penelitian yang rusak atau palsu maka instrumen penelitian tersebut harus diuji terlebih dahulu validitas dan reliabilitasnya. Dalam

penelitian sosial, instrumen penelitian telah tersedia serta teruji validitas dan reliabilitasnya. Namun, instrumen penelitian dalam penelitian sosial sulit untuk dicari. Apabila instrumen penelitian dalam bidang sosial tersebut digunakan untuk tempat tertentu instrumen penelitian tersebut belum tentu valid dan reliabel karena gejala atau fenomena sosial cepat berubah dan sulit untuk dicari kesamaannya. Peneliti dalam bidang sosial seringkali menggunakan instrumen penelitian yang disusun sendiri. Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian dalam bidang sosial juga dilakukan sendiri oleh peneliti. Untuk menentukan jumlah instrumen penelitian tergantung pada jumlah variabel penelitian yang sudah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2015b).

3.6.2. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah sebuah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya suatu interval dalam alat ukur sehingga menghasilkan data kuantitatif. Nilai variabel yang diukur menggunakan instrumen penelitian tertentu hasilnya akan lebih akurat, efisien dan komunikatif karena nilai variabel tersebut dinyatakan dalam bentuk angka. Adapun macam-macam skala pengukuran antara lain skala nominal, skala ordinal, skala interval dan skala ratio. Hasil dari skala pengukuran ini berupa data nominal, ordinal, interval dan ratio (Sugiyono, 2015b).

Data nominal juga disebut sebagai data diskrit, data ini merupakan data kuantitatif. Dimana data-data tersebut tidak berada dalam satu garis kontinum dan data tersebut terpisah satu sama lain yang diperoleh dari hasil

menghitung atau membilang hasil data penelitian. Data ordinal adalah data kuantitatif yang berupa peringkat atau ranking. Jarak antara peringkat atau ranking tidak sama. Semakin kecil angkanya maka semakin positif atau tinggi posisinya. Data interval merupakan data kuantitatif kontinu yang jaraknya sama namun tidak mempunyai nilai nol absolut, misalnya skala termometer untuk mengukur suhu. Data ratio merupakan data kuantitatif kontinu yang jaraknya sama dan memiliki nilai nol absolut atau mutlak (Sugiyono, 2015b).

Dalam penelitian ini instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator variabel penelitian menggunakan skala pengukuran ordinal yang disajikan dalam bentuk tabel berikut ini:

Tabel 3.6.
Variabel, Instrumen Penelitian Dan Skala Pengukuran

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Harga	Kesesuaian harga	Harga yang ditetapkan dengan kualitas masker	Ordinal	Nugroho & Suhermin (2017)
		Keterjangkauan harga	Harga yang ditetapkan sangat terjangkau	Ordinal	
		Daya saing harga	Harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan harga di tempat lain	Ordinal	
		Harga yang dipersepsikan	Harga yang dipersepsikan sesuai dengan persepsi konsumen	Ordinal	

Lanjutan Tabel 3.6. Variabel, Instrumen Penelitian Dan Skala Pengukuran

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
2.	Atribut produk	Kualitas produk	Masker yang ditawarkan memiliki kualitas produk yang baik	Ordinal	Nugroho & Suhermin (2017)
		Gaya dan desain produk	Gaya dan desain produk yang ditawarkan dapat menarik minat konsumen	Ordinal	
		Merek	Masker yang ditawarkan memiliki merek yang sudah dikenal oleh konsumen	Ordinal	
		Kemasan	Kemasan masker yang ditawarkan aman dan praktis	Ordinal	
3.	Keputusan pembelian	Adanya kebutuhan akan sebuah produk	Saya membeli masker karena adanya kebutuhan	Ordinal	Nugroho & Suhermin (2017)
		Timbul adanya keinginan terhadap sebuah produk	Saya membeli masker karena keinginan	Ordinal	
		Daya beli yang dimiliki konsumen	Saya membeli masker sesuai dengan daya beli	Ordinal	

3.7. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara dan berbagai sumber. Dari sumber datanya, pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Dari cara atau metode pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu kuesioner (angket), observasi (pengamatan) dan gabungan dari keduanya (Sugiyono, 2015b).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

3.7.1. Observasi

Menurut Hadi (1986) observasi adalah sebuah proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Proses yang terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan. Observasi mempunyai ciri yang spesifik apabila dibandingkan dengan teknik yang lain. Ciri spesifik dari observasi yaitu wawancara dan kuesioner. Pelaksanaan pengumpulan data dari segi proses pelaksanaan dibedakan menjadi *participant observation* (observasi berperan serta) dan *non participant observation* (observasi non partisipan). Observasi berperan serta (*participant observation*) yaitu peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang yang diamati atau menggunakan berbagai sumber data penelitian. Observasi nonpartisipan (*non participant observation*) yaitu peneliti tidak terlibat langsung dengan aktivitas orang yang diamati, hanya sebagai pengamat independen. Dari segi instrumentasi, observasi dibedakan menjadi observasi terstruktur dan observasi tidak terstruktur. Observasi terstruktur adalah observasi yang sudah dirancang secara sistematis tentang apa yang diamati, kapan dan mana tempatnya. Observasi tidak terstruktur adalah observasi yang tidak dirancang secara sistematis tentang apa yang akan diobservasi (Sugiyono, 2015b).

Dalam penelitian ini menggunakan menggunakan observasi berperan serta (*participant observation*) dengan melakukan pengamatan para pelanggan

masker atau responden penelitian secara langsung di apotek atau toko-toko yang menjual masker di Kecamatan Kota Lumajang.

3.7.2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2011) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka yang diberikan secara langsung kepada responden atau bisa juga melalui internet. Pada lingkup yang tidak terlalu luas kuesioner dapat diantarkan langsung dalam waktu yang tidak terlalu lama, sehingga responden akan memberikan data obyektif dan cepat dengan sukarela (Sugiyono, 2015b).

Kuesioner penelitian yang dirancang dalam penelitian ini terdiri dari beberapa pertanyaan atau pernyataan yang disajikan dalam bentuk tabel. Pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada responden terkait dengan cara para pelanggan masker mengambil sebuah keputusan saat membeli masker dengan mempertimbangkan harga masker dan atribut produk masker. Responden penelitian dalam penelitian ini adalah para pelanggan masker yang membeli masker di apotek atau toko-toko yang menjual masker di Kecamatan Kota Lumajang. Para responden akan memberikan penilaian melalui skor yang sudah ditetapkan dalam kuesioner. Penilaian dalam kuesioner ini sesuai dengan pendapat masing-masing responden. Jumlah responden yang ditentukan oleh peneliti sebanyak 60 responden. Kuesioner penelitian ini bertujuan untuk

memperoleh data yang valid dari para responden penelitian tentang pengaruh harga dan atribut produk masker terhadap keputusan pembelian masker.

Jenis skala yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian dalam kuesioner penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut Sugiyono (2015b) variabel penelitian dalam skala *likert* diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian dijadikan sebagai tolak ukur dalam menyusun berbagai instrumen penelitian berupa pertanyaan ataupun pernyataan. Skala *likert* berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau beberapa orang mengenai sebuah fenomena yang diteliti. Setiap instrumen penelitian dalam skala *likert* memiliki tingkatan atau susunan berupa kata-kata dan jawaban dari para responden berupa skor. Bentuk instrumen penelitian dalam yang menggunakan skala *likert* seperti ini bisa berupa *checklist* atau pilihan ganda. Adapun contoh dari skala *likert* beserta skornya, sebagai berikut:

Tabel 3.7.
Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2015b)

Setelah menyebar kuesioner penelitian ini kepada para responden penelitian, peneliti diharapkan dapat memperoleh data yang valid dan akurat

mengenai pengaruh harga dan atribut produk masker terhadap keputusan pembelian masker di Kecamatan Kota Lumajang.

3.8. Teknik Analisis Data

Dalam jenis penelitian kuantitatif, teknik analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia karena datanya kuantitatif. Teknik analisis data ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam sebuah proposal (Sugiyono, 2015a).

Jenis analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda yang terdiri dari harga dan atribut produk sebagai variabel independen serta keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Alat uji yang digunakan untuk menguji hasil analisis dari variabel penelitian tersebut adalah SPSS. Uji validitas dan uji reliabilitas harus dilakukan terlebih dahulu sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh. Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas maka dilakukan analisis dan uji pengaruh menggunakan analisis regresi linier berganda.

3.8.1. Uji Instrumen

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data harus valid dan variabel, maka instrumen harus diuji validitas dan reliabilitasnya. Apabila instrumen sudah teruji validitas dan reliabilitasnya, maka instrumen dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Peneliti yang menggunakan bentuk instrumen non-tes dapat menggunakan kuesioner, pedoman observasi dan wawancara (Sugiyono, 2015b).

Apabila instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama dan hasil datanya sama, maka instrumen tersebut disebut sebagai instrumen yang variabel. Syarat utama untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel adalah instrumen yang valid dan reliabel. Jika terdapat persamaan antara data yang terkumpul dengan data sesungguhnya yang terjadi pada objek penelitian, maka hasil penelitian valid. Kondisi objek yang diteliti dan kemampuan peneliti menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data mempengaruhi data penelitian menjadi valid dan reliabel. Maka dari itu peneliti harus mampu mengendalikan objek yang diteliti dan meningkatkan kemampuan dalam menggunakan instrumen untuk mengukur variabel penelitian. Syarat untuk menguji validitas konsumen adalah reliabilitas konsumen. Pengujian reliabilitas instrumen harus dilakukan, meskipun instrumen yang valid sudah pasti variabel (Sugiyono, 2015b).

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian angket yang digunakan untuk memperoleh data penelitian dari responden atau sampel penelitian. Penelitian yang menggunakan metode angket atau kuesioner harus melakukan uji validitas untuk mengetahui kevalidan hasil data penelitian (Raharjo, 2021b).

Validitas menentukan ketepatan dan kecermatan uji dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Apabila uji tersebut memberikan hasil pengukuran sesuai dengan makna dan tujuan dilakukan uji tersebut, maka uji tersebut dikatakan memiliki validitas yang tinggi (Rochaety et al., 2019).

Adapun beberapa cara pengujian validitas yang digunakan dalam sebuah penelitian, antara lain:

1) Pengujian Validitas Konstruksi (*Construct Validity*)

Pengujian validitas konstruksi menggunakan pendapat dari ahli (*judgment experts*). Instrumen dikonstruksi tentang aspek yang akan diukur berlandaskan teori tertentu kemudian dikonsultasikan dengan para ahli. Hasil keputusan dari para ahli yaitu instrumen dapat digunakan tanpa perbaikan, ada perbaikan dan kemungkinan diubah secara total. Setelah pengujian konstruksi kemudian dilanjutkan dengan uji coba instrumen. Untuk pengujian validitas konstruksi menggunakan jumlah anggota sampel sekitar 30 responden. Data yang telah ditabulasikan kemudian dilakukan analisis faktor dengan cara mengkorelasikan skor faktor dan skor total. Apabila korelasi setiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas, maka faktor tersebut adalah *construct* yang kuat serta memiliki validitas konstruksi yang baik (Sugiyono, 2015b).

2) Pengujian Validitas Isi (*Content Validity*)

Pengujian validitas isi dalam bentuk tes dilakukan dengan membandingkan antara isi instrumen dengan materi pelajaran. Instrumen yang mengukur efektifitas pelaksanaan program dilakukan dengan membandingkan isi instrumen dengan isi atau rancangan yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Kisi-kisi atau matrik perkembangan instrumen dapat digunakan untuk membantu pengujian validitas isi. Indikator yang terdapat dalam variabel penelitian pada kisi-kisi tersebut menjadi tolak ukur dan item pertanyaan

atau pernyataan yang telah dijabarkan dari indikator. Pengujian validitas item pertanyaan dikonsultasikan dengan ahli kemudian diujicobakan dan dianalisis dengan menggunakan analisis item atau uji beda. Cara menganalisis item yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item instrumen dan skor total. Uji beda dilakukan dengan cara menguji signifikansi perbedaan antara skor 27% ke atas atau 27% kebawah (Sugiyono, 2015b).

3) Pengujian Validitas Eksternal

Pengujian validitas eksternal dilakukan dengan membandingkan kriteria pada instrumen pertanyaan dengan fakta empiris yang terjadi di tempat penelitian. Jika terdapat kesamaan antara kriteria pada instrumen pertanyaan dengan fakta empiris di tempat penelitian maka instrumen pertanyaan tersebut memiliki validitas eksternal tinggi. Selain itu, hasil penelitian juga memiliki validitas eksternal yang tinggi. Peningkatan validitas eksternal instrumen dapat dilakukan dengan cara memperbesar jumlah sampel (Sugiyono, 2015b).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi sebuah angket atau kuesioner penelitian sehingga hasil dari angket atau kuesioner tersebut dapat diandalkan untuk mengukur variabel-variabel penelitian meskipun penelitian ini dilakukan berulang kali dengan angket atau kuesioner yang sama (Raharjo, 2021a).

Pengukuran yang memberikan hasil ukur terpercaya (reliabel) adalah pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi. Reliabilitas adalah ciri atau karakter utama dalam pengukuran instrumen yang baik. Secara empiris tinggi rendahnya realibilitas ditetapkan oleh sebuah angka yaitu koefisien reliabilitas. Secara teoritis besarnya koefisien reliabilitas antara 0,00 – 1,00. Namun, koefisien sebesar 1,00 tidak pernah dicapai dalam pengukuran, Hal ini dikarenakan manusia sebagai subjek pengukuran psikologis merupakan sumber eror yang potensial. Meskipun koefisien korelasi bertanda positif (+) atau negatif (-), tetapi dalam reliabilitas apabila koefisien besarnya kurang dari nol (0,00) maka tidak artinya karena interpretasi reliabilits selalu mengacu pada koefisien positif (Rochaety et al., 2019).

Secara eksternal pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan beberapa cara yaitu *test-retest (stability)*, ekuivalen dan gabungan keduanya. Secara internal pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara menganalisis konsistensi item pertanyaan pada pertanyaan dengan teknik tertentu. Adapun penjelasan mengenai pengujian reliabilitas secara eksternal dan secara internal sebagai berikut:

1) *Test-retest*

Test-retest atau *stability* dilakukan dengan melakukan uji coba instrumen berulang kali pada reponden penelitian. Dalam *test-retest*, instrumen dan respondennya sama, hanya waktunya yang berbeda. Jika koefisien korelasi positif dan signifikan maka instrumen tersebut reliabel, diukur dari koefisien korelasi percobaan pertama dengan percobaan berikutnya.

2) Ekuivalen

Ekuivalen yaitu pertanyaan dalam sebuah instrumen yang secara bahasa berbeda tapi memiliki maksud yang sama. Pengujian reliabilitas dengan ekuivalen ini hanya dilakukan sekali dengan menggunakan dua instrumen, responden yang sama, waktu yang sama dan instrumen yang berbeda. Cara menghitung reliabilitas instrumen yaitu mengkorelasikan sebuah data instrumen dengan data instrumen yang lain dan dijadikan ekuivalen. Jika korelasi positif dan signifikan maka instrumen reliabel.

3) Gabungan

Gabungan merupakan pengujian reliabilitas dengan menggunakan *test-retest* dan ekuivalen. Pertama pengujian reliabilitas dilakukan dengan mencoba dua instrumen yang ekuivalen beberapa kali ke responden yang sama. Kedua, reliabilitas instrumen dikorelasikan dengan dua instrumen kemudian pada pengujian kedua setelah itu dikorelasikan dengan cara silang. Apabila dua kali pengujian dengan waktu yang berbeda, maka dapat dianalisis enam koefisien reliabilitas. Instrumen dikatakan reliabel apabila keenam koefisien korelasi tersebut positif dan signifikan.

4) *Internal Consistency*

Internal consistency adalah pengujian reliabilitas yang dilakukan dengan cara uji coba instrumen sekali kemudian hasil data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Dari hasil analisis dapat digunakan untuk memprediksi reliabilitas instrumen (Sugiyono, 2015b).

Alat uji yang ada kebanyakan hanya memiliki satu bentuk dan nilai estimasi reliabilitas, maka alat uji ini harus dievaluasi. Salah satu alat uji yang tunggal adalah *internal consistency*. Ada beberapa metode untuk mengevaluasi sumber variasi dari sebuah alat uji yang tunggal, antara lain:

a. Spearman Brown Correction (Split Half Method)

Metode penghitungan dengan cara memberikan uji pada sejumlah subjek kemudian uji tersebut dibagi menjadi dua bagian sama besar. Untuk membagi satu uji menjadi dua bagian disarankan menggunakan metode ganjil genap, terdiri dari item bernomor ganjil dan item bernomor genap. Penghitungan reliabilitas menggunakan metode ini dilakukan dengan menghitung korelasi diantara kedua bagian uji tersebut, setelah itu hasilnya dikoreksi menggunakan *spearman brown*. Koreksi *spearman brown* tidak disarankan untuk digunakan pada uji yang salah satu bagiannya tidak memiliki varian yang sama.

b. KR 20 Dan KR 21

Metode ini dikembangkan oleh Kuder dan Richardson (1937) digunakan untuk mengevaluasi reliabilitas dalam sebuah alat uji tunggal. KR 20 untuk menghitung reliabilitas uji yang memiliki item yang *dichotomous*, biasanya bentuk item benar atau salah, ya atau tidak dan mempunyai skor 0 dan 1. KR 21 untuk menghitung realibilitas yang tidak membutuhkan penghitungan p dan q pada setiap itemnya, karena berdasarkan asumsi bahwa semua item harus mempunyai tingkat kesukaran yang sama atau rata-rata tingkat kesukaran sebesar 50%.

c. *Alpha Cronbach*

Metode penghitungan reliabilitas yang dikembangkan oleh Cronbach, dikarenakan KR 20 tidak bisa digunakan untuk menghitung realibilitas uji yang tidak memiliki item benar atau salah dan ya atau tidak. *Alpha Cronbach* adalah koefisien reliabilitas yang paling banyak digunakan karena menggambarkan tentang variasi dari item baik format salah, benar atau bukan. Jadi, koefisien *alpha cronbach* adalah koefisien yang paling banyak digunakan untuk mengevaluasi alat pengujian reliabilitas tunggal seperti *internal consistency* (Rochaety et al., 2019).

Menurut Nugroho (2011) dalam skripsi yang disusun oleh Wulandari (2020) ada sebuah indeks kriteria reliabilitas yang digunakan untuk menentukan tingkat reliabilitas pada hasil koefisien reliabilitas *alpha cronbach*. Adapun indeks kriteria reliabilitas tersebut, sebagai berikut:

Tabel 3.8.
Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval <i>Alpha Cronbach</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)

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik pada analisis regresi linier berganda berbasis OLS (*Ordinary Last Square*). Tidak semua uji asumsi klasik perlu dilakukan pada analisis regresi linear, seperti halnya uji multikolinieritas tidak diterapkan pada analisis regresi linier sederhana dan uji

autokorelasi tidak diterapkan pada data *cross-sectional*. Uji asumsi klasik yang paling sering digunakan yaitu uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, uji autokorelasi dan uji linieritas. Analisis dilakukan tergantung pada data yang ada dan tidak ada urutan tes yang harus dipenuhi terlebih dahulu (Asfihan, 2021).

Tujuan uji asumsi klasik yaitu menguji asumsi regresi linear, bertujuan untuk menghindari munculnya bias dalam analisis data dan menghindari adanya kesalahan spesifikasi (*misspesification*) model regresi yang digunakan. Pengujian asumsi linier bertujuan agar dapat memberikan hasil estimasi yang BLUE (*Best Linier Unbiased Estimates*) meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas dan Uji Autokorelasi (Rochaety et al., 2019).

Adapun beberapa uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2005) tujuan uji normalitas yaitu menguji suatu model regresi linier, apakah variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi linier variabel yang baik yaitu memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui normalitas data dilakukan dengan beberapa pengujian sebagai berikut:

1) Uji *Kolmogorov Smirnov*

Pedoman yang digunakan untuk mengambil keputusan dalam uji *kolmogorov smirnov* yaitu jika nilai signifikan $> 0,05$ maka distribusi

normal dan jika nilai signifikan $< 0,05$ maka distribusi tidak normal.

Hipotesis yang digunakan dalam uji *kolmogrov smirnov*, yaitu:

H_1 : Data residual berdistribusi normal.

H_2 : Data residual tidak berdistribusi normal.

2) Histogram Pengujian

Dalam uji ini memiliki ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng.

Data yang baik yaitu data yang mempunyai data distribusi normal.

Apabila data melenceng ke kanan atau ke kiri, maka data tidak terdistribusi normal.

3) Grafik *Normality Probability Plot*

Ketentuan yang digunakan dalam uji ini yaitu apabila data menyebar di sekitar garis diagonal mengikuti arah, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan apabila data menyebar tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Rochaety et al., 2019).

Menurut Syafrizal et. all (2008) ada beberapa cara mengubah model regresi menjadi normal apabila data tidak normal yaitu transformasi data, seperti mengubah data menjadi logaritma (Log) atau natural (ln), menambah jumlah data, menghilangkan data yang menjadi penyebab tidak normalnya data dan menerima data apa adanya (Rochaety et al., 2019).

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan situasi adanya korelasi diantara variabel bebas atau disebut sebagai data variabel tidak ortogonal, artinya variabel

bebas tidak memiliki nilai korelasi diantara sesamanya sama dengan nol. Tujuan melakukan uji multikolinearitas yaitu untuk menguji model regresi apakah mempunyai mempunyai korelasi diantara variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Apabila terjadi korelasi sempurna diantara variabel bebas, maka koefisien regresi tidak dapat ditaksir dan nilai standar eror setiap koefisien regresi tidak terhingga. Menurut Ghozali (2005) ada beberapa cara untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi, antara lain:

- 1) Nilai R^2
- 2) Menganalisis matrik korelasi diantara variabel independen. Apabila diantara variabel terdapat korelasi yang cukup tinggi diatas 0,90 maka terindikasi adanya multikolinearitas. Adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel bebas menyebabkan multikolinearitas.
- 3) Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya serta *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan bahwa variabel bebas mana yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan VIF tinggi karena $VIF=1/Tolerance$. Untuk menunjukkan adanya multikolinearitas biasanya menggunakan nilai *tolerance* $< 0,10$ sama dengan nilai VIF > 10 (Rochaety et al., 2019).

c. Uji Heteroskedastisitas

Imam Ghozali berpendapat bahwa uji heteroskedastisitas mempunyai tujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ada ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Adanya

heterokedastisitas dalam model merupakan perkiraan yang diperoleh tidak efisien baik dalam jumlah sampel yang kecil maupun besar. Untuk mengetahui adanya gejala heterokedastisitas yaitu dengan melihat grafik *scatter plot*. Apabila membentuk pola tertentu secara teratur maka terjadi heterokedastisitas dan apabila tidak ada bentuk pola yang jelas maka tidak terjadi heterokedastisitas. Uji glejser juga dapat digunakan untuk mengetahui adanya gejala heterokedastisitas. Apabila variabel bebas signifikan secara statistik mempengaruhi variabel terikat maka terjadi heterokedastisitas. Grafik *scatter plot* memiliki kelemahan yaitu apabila jumlah sampel sangat kecil maka jumlah *ploting* sedikit dan mengalami kesulitan saat menginterpretasikan hasil (Rochaety et al., 2019).

Bukti uji heterokedastisitas dapat diperoleh dari metode *scatter plot* dengan cara memplot nilai ZPRED (Nilai Prediktif) dengan SPRESID (Nilai Sisa). Pola yang baik yaitu grafik tidak mengandung pola tertentu, misalnya berkumpul ditengah, menyempit dan memperbesar atau sebaliknya memperbesar dan memperkecil. Apabila metode tersebut melanggar asumsi heterokedastisitas maka diubah menjadi bentuk logaritmik jika semua data positif atau semua variabel dapat dibagi dengan variabel yang mengalami gangguan heterokedastisitas (Asfihan, 2021).

3.8.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti untuk memprediksi keadaan naik turunnya variabel independen. Apabila ada dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dinaik turunkan

nilainya, maka analisis regresi linier berganda dilakukan jika jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2017).

Menurut Lianda (2019) analisis regresi merupakan salah satu jenis statistik inferensial yang digunakan untuk memprediksi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dan menentukan variabel penelitian yang memiliki pengaruh secara signifikan dalam penelitian. Menurut Suharyadi dan Purwanto (2004) rumus analisis regresi linier berganda atau persamaan regresinya, sebagai berikut:

$$KP = a + b_1HG + b_2AP + e$$

Keterangan rumus:

KP = Keputusan Pembelian e = Error

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel independen

HG = Harga

AP = Atribut Produk

Analisis regresi linier berganda juga digunakan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Iman, 2013).

3.8.4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk menguji kebenaran sebuah pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut. Sehingga dapat mengumpulkan bukti berupa data untuk menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran

dari pernyataan yang telah dibuat dalam sebuah penelitian. Uji hipotesis memberikan kepercayaan diri bagi peneliti untuk mengambil keputusan yang bersifat objektif (Kho, 2020).

Menurut Lianda (2019) uji hipotesis adalah salah satu bentuk pengujian statistik inferensial untuk mengetahui kebenaran dari sebuah asumsi atau pendapat yang terjadi di masyarakat. Uji hipotesis ini juga membantu peneliti untuk membuktikan apakah asumsi atau pendapat yang dibuat oleh peneliti benar atau salah. Setelah melakukan uji hipotesis peneliti dapat mengambil sebuah kesimpulan tentang kondisi yang sebenarnya.

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial ataupun signifikan antara variabel independen dan variabel dependen yaitu harga (X_1), atribut produk (X_2) dan keputusan pembelian (Y).

a. Uji t (Parsial)

Uji t atau uji signifikansi individual adalah proses analisis data secara individual untuk menunjukkan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dan melihat sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (Laili, 2020).

Menurut Nahrowi (2018) uji t digunakan untuk menentukan perbedaan skor yang signifikan pada tingkat probabilitas pilihan yang dimiliki oleh dua kelompok. Uji t terdiri dari dua pengujian yaitu uji t untuk sampel independen dan uji t untuk sampel non-independen. Uji t untuk sampel independen digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya perbedaan yang

signifikan antara dua sampel independen tanpa adanya kesamaan jenis apapun. Sedangkan uji t untuk sampel non-independen digunakan untuk membandingkan dua kelompok yang terpilih berdasarkan kesamaan jenis.

Setiap peneliti mengajukan dua hipotesis yaitu hipotesis satu H_1 dan hipotesis alternatif H_2 . Hipotesis satu dianggap benar sampai bisa dibuktikan salah berdasarkan data sampel penelitian yang ada. Hipotesis alternatif adalah lawan hipotesis satu, hipotesis ini harus benar saat hipotesis pertama terbukti salah. Adapun langkah-langkah pengujian yang dilakukan dalam uji t sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

a) Hipotesis Pertama

H_1 : Tidak terdapat pengaruh harga secara signifikan terhadap keputusan pembelian masker.

H_2 : Terdapat Pengaruh harga secara signifikan terhadap keputusan pembelian masker.

b) Hipotesis Kedua

H_1 : Tidak terdapat pengaruh atribut produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian masker.

H_2 : Terdapat pengaruh atribut produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian masker.

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

3) Menentukan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ $\alpha = 5\%$ maka H_1 ditolak dan H_2 diterima (berpengaruh).
- b) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ $\alpha = 5\%$ maka H_1 diterima dan H_2 ditolak (tidak berpengaruh).

4) Menentukan nilai t_{tabel} sebagai berikut:

Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel t dan t_{hitung} dapat dilihat melalui nilai statistik dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standar Error}}$$

5) Membuat kesimpulan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} untuk mengetahui tingkat signifikansi (Widarjono, 2015).

b. Uji F (Simultan)

Ghozali (2012) berpendapat bahwa uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah sebuah variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap variabel terikat atau tidak. Uji F dilakukan secara simultan dan serentak untuk membandingkan antara dua atau lebih objek maupun data. Dimana setiap objek atau data diperlakukan berulang kali untuk menentukan besar kecilnya variansi, maka akan ditemukan sebuah nilai pembanding. Nilai tersebut akan memberikan hasil sebuah pengujian menggunakan uji F, apakah dinyatakan signifikan atau tidak (Ilham, 2021).

Analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA) merupakan analisis yang digunakan untuk menjelaskan uji F. Uji ini digunakan untuk mengevaluasi semua pengaruh variabel independen dalam penelitian atau

disebut sebagai uji signifikansi model regresi. Meskipun uji F menunjukkan adanya penolakan hipotesis pertama, namun bukan berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara individual melalui uji F. Hal ini disebabkan oleh korelasi yang tinggi diantara variabel independen sehingga menyebabkan standart eror sangat tinggi dan rendahnya nilai f hitung (Widarjono, 2015).

Adapun langkah-langkah pengujian yang dilakukan dalam uji F yaitu:

1) Menentukan Hipotesis

H_1 : Tidak terdapat pengaruh harga dan atribut produk signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian masker.

H_2 : Terdapat pengaruh harga dan atribut produk signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian masker.

2) Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

a) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_1 ditolak dan H_2 diterima (berpengaruh).

b) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_1 diterima dan H_2 ditolak (tidak berpengaruh).

3) Membuat kesimpulan dengan cara membandingkan hasil f_{hitung} dengan f_{tabel} (Widarjono, 2015).

3.8.5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur garis regresi sesuai dengan data yang sebenarnya. Selain itu, koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur presentase total dari variasi variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh variabel independen (X) dalam garis regresi. Nilai

koefisien determinasi (R^2) terletak diantara 0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Apabila R^2 semakin mendekati 1, maka garis regresi semakin baik. Apabila R^2 semakin mendekati 0, maka garis regresi kurang baik. Koefisien determinasi (R^2) nilainya selalu naik apabila terus menambah variabel independen meskipun variabel independen ditambah secara teoritik, namun tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Peneliti harus berhati-hati dalam membandingkan dua regresi yang memiliki variabel dependen sama, tetapi jumlah variabel independen berbeda. Hal ini dikarenakan tujuan dari regresi metode OLS yaitu mendapatkan nilai koefisien determinasi tinggi (Widarjono, 2015).

Secara umum, hasil penghitungan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas dalam sebuah model persamaan regresi linier berganda mampu menjelaskan variabel tidak bebasnya. Nilai koefisien determinasi (R^2) dikatakan baik apabila hasilnya berada diatas 0,5 dan jika hasilnya berada dibawah 0,5 maka dikatakan tidak baik. Maka dari itu, sebuah model regresi linier berganda dikatakan layak dipakai apabila nilai dari koefisien determinasi (R^2) lebih dari 0,5. Koefisien determinasi serupa dengan perhitungan yang menggunakan metode analisis statistik. Hal ini dikarenakan koefisien determinasi dan perhitungan yang menggunakan metode analisis statistik memiliki fungsi yang sama yaitu untuk mengetahui adanya suatu pengaruh diantara dua variabel seperti halnya pada regresi. Simbol R^2 pada koefisien determinasi menggambarkan sebuah proporsi variabel dalam sebuah data pada model statistik terutama yang

berhubungan dengan regresi. Nilai koefisien determinasi berfungsi sebagai informasi yang menjelaskan tentang kecocokan sebuah model. Angka koefisien determinasi dalam regresi menjadi alat pengukuran untuk mengukur seberapa baik garis regresi mendekati nilai data asli yang dibuat menggunakan model. Nilai koefisien determinasi (R^2) merupakan kuadrat dari korelasi variabel bebas atau variabel independen dan juga kuadrat dari korelasi variabel terikat atau variabel dependen. Hal ini dikarenakan koefisien determinasi tidak dapat dipisahkan dari sebuah perhitungan korelasi (Andhika, 2020).

Dalam penelitian ini koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau variabel bebas yaitu harga dan atribut produk masker terhadap keputusan pembelian para pelanggan masker di apotek dan toko-toko yang menjual masker di Kecamatan Kota Lumajang.

