

BAB III

Metode Penelitian

1.1. Rancangan Penelitian

Penelitian yang di lakukan ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal,

“Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini terdapat dua jenis variable yaitu variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi)” (Sugiyono, 2012:56).

Untuk menganalisis variabel independent (X) yang terdiri dari variabel kualitas produk, harga, *word of mouth* dan fasilitas terhadap keputusan konsumen memakai jasa bordir (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan antara variabel independen (X) yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan *word of mouth* (X_3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan konsumen memakai jasa bordir.

1.2. Obyek Penelitian

Subyek yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang. Adapun beberapa hal yang menjadi pertimbangan dasar mengapa Konsumen CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang di jadikan subyek pada penelitian ini adalah :

- a. Persaingan industri Bordir dilumajang yang mengalami peningkatan
- b. Konsumen jasa Bordir semakin jeli dan teliti

- c. Ketersediaan data dan kondisi obyek yang memungkinkan untuk dilakukan penelitian.

Obyek penelitiannya variabel independen meliputi kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan *word of mouth* (X_3) terhadap keputusan konsumen (Y).

1.3. Sumber dan Jenis Data

1.3.1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal dan data eksternal, sebagai berikut :

1.3.1.1. Data Internal

“Data internal merupakan data yang didapat dari dalam perusahaan atau organisasi di mana riset dilakukan” (Husein Umar, 2008:42).

Data internal yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang berupa data jumlah konsumen, jumlah pesanan, dasar hukum pendirian dan surat perijinan.

1.3.1.2. Data External

Data external merupakan data yang berasal dari luar organisasi tersebut” (Kuncoro, 2007:25).

Data external yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.

1.3.2. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder sebagai berikut.

1.3.2.1. Data Primer

“Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa digunakan oleh peneliti” (Husein, 2008:42).

Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian bersumber dari hasil pengisian kuesioner oleh konsumen jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang berupa isian pernyataan-pernyataan kuesioner untuk merepresentasikan kualitas produk, harga dan *word of Mouth* terhadap keputusan konsumen memakai jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.

1.3.2.2. Data Sekunder

Sesuai dengan arti kata sekunder (bahasa Inggris ”*secondary*”) yang berarti kedua (bukan secara langsung dari sumbernya) data sekunder dapat didefinisikan sebagai data yang telah dikumpulkan pihak lain, bukan oleh periset sendiri, untuk tujuan lain. Artinya, periset adalah tangan kedua yang sekedar mencatat, mengakses atau meminta data tersebut (yang kadang sudah berwujud informasi) ke pihak lain yang telah mengumpulkannya di lapangan. Periset hanya memanfaatkan data yang ada untuk penelitiannya. Keberadaan data sekunder tidak dipengaruhi riset yang akan dijalankan peneliti, sebab data tersebut sudah disediakan pihak lain secara berkala atau pada waktu tertentu (Istijanto, 2010:33).

“Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram” (Husein Umar, 2008:42).

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari arsip dan dokumen administrasi yang berasal dari CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.

1.4. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1.4.1. Populasi

“Populasi didefinisikan sebagai jumlah keseluruhan semua anggota yang diteliti” (Istijanto, 2010:115).

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2012:115).

Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen bordir yang menggunakan jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.

1.4.2. Teknik Pengambilan Sample

Menurut Sugiyono (2013:91) menyatakan bahwa, “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel dalam penelitian ini adalah kosumen yang menggunakan jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *Probability Sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Simple Random Sampling*, menurut Sugiyono (2015:151-152) menyatakan bahwa “*Simpel Random Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu”.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Roscoe dalam bukunya *Research Methods For Business* (1982:253) seperti yang dikutip dalam (Sugiyono, 2015:164), sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 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 regresi dengan multivariate (kolerasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 3 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 3 = 30$.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 30.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 3 (tiga) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil 40×4 variabel = 40 anggota sampel.

1.5. Tekni Pengumpulan Data

1.5.1. Wawancara

“Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan secara lisan kepada responden” (Fuad Mas’ud, 2004:88).

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pimpinan, karyawan, dan konsumen CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.

1.5.2. Observasi

“Pengumpulan data melalui observasi dijalankan dengan mengamati dan mencatat pola perilaku orang, objek atau kejadian-kejadian melalui cara yang sistematis” (Malhotra dalam Istijanto, 2009:60).

Observasi yang dilakukan peneliti adalah datang dan mengamati langsung objek penelitian yaitu dengan mengamati kualitas produk, harga dan *word of mouth* pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.

1.5.3. Kuesioner

“Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya” (Sugiyono, 2012:199).

Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada konsumen jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di kabupaten Lumajang. Dengan menyebarkan kuesioner ini diharapkan akan mendapatkan data tentang pengaruh kualitas produk, harga dan *word of mouth* terhadap keputusan konsumen memakai jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.

Pengukuran data untuk variabel kualitas produk, harga dan *word of mouth* terhadap variabel keputusan konsumen memakai jasa bordir, dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pernyataan kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala likert. Adapun bentuk skala likert menurut Sugiyono (2012:133), sebagai berikut:

- | | |
|--|---|
| 1. Sangat setuju/selalu/sangat positif (SS/SL) diberi skor | 5 |
| 2. Setuju/sering/positif (ST/SR) diberi skor | 4 |
| 3. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral (RR/KS) diberi skor | 3 |
| 4. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative (TS/TP) diberi skor | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju/tidak pernah (STS) diberi skor | 1 |

1.5.4. Dokumentasi

“Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang” (Sugiyono, 2012:422).

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat, meng-copy dokumen-dokumen yang ada di lokasi

penelitian serta dengan membaca literatur-literatur sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan data yang relevan dengan variabel penelitian.

1.5.5. Studi Pustaka

Menurut Augusty Ferdinand (2006:96-97) menyatakan bahwa:

Sebuah studi pustaka yang baik akan menghasilkan dasar bagi pengembangan kerangka teoretis yang komprehensif (*comprehensive theoretical framework*). Untuk tujuan itu sebuah studi pustaka yang baik akan memastikan bahwa:

- a. Studi pustaka yang intensif memungkinkan masalah dan masalah penelitian dapat dirumuskan dengan tepat dan jelas (*precision and clarity*).
- b. Variabel-variabel penting yang diduga kuat dapat menjelaskan sebuah masalah penelitian benar-benar dapat diperhatikan dan digunakan untuk memecahkan masalah tersebut.
- c. Studi pustaka dapat membantu peneliti menentukan mana variabel yang sangat penting untuk dipertimbangkan dan memberi kontribusi signifikan tanpa perlu menggali seluruh variabel yang mungkin, sehingga asas parsimoni benar-benar diterapkan. Dengan telaah pustaka yang baik berdasarkan asas parsimoni tersebut studi pustaka membantu mengembangkan hipotesis dan kerangka teoretisnya.
- d. Studi pustaka yang intensif, terarah dan terpadu akan menghindarkan peneliti dari fenomena "*reinventing the wheel*" dimana peneliti membuang-buang waktu dan energi pikir untuk menemukan kembali apa yang sudah diketahui umum.
- e. Studi pustaka membantu mahasiswa untuk mengenali pemikiran-pemikiran para pioner dalam bidang penelitian yang sama, mendorong mereka untuk mampu menghasilkan alternatif pendekatan yang lain atau mampu memperbaiki ketimpangan pemikiran yang sudah ada dan memperkaya "*body of knowledge*" dari bidang yang diminatinya.

Studi pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membaca

literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, berupa teori-teori yang dikemukakan para ahli yang berhubungan dengan penelitian diperoleh dari: buku, jurnal, skripsi, dan internet.

1.6. Identifikasi Variabel

3.6.1. Identifikasi Variabel

“Variabel didalam penelitian merupakan suatu atribut dari sekelompok objek yang diteliti yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut” (Sugiono, 1997 dalam Husein, 2008:48).

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2012:59).

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

a. Variabel Independent

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*.

Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Definisi dari variabel bebas menurut Sugiyono (2012:59) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan *word of mouth* (X_3).

b. Variabel Dependent

dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasan Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Definisi dari variabel terikat menurut Sugiyono (2012:59) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan konsumen jasa bordir (Y).

3.6.2. Definisi Konseptual Variabel

3.6.2.1. Variabel Independen

a. Kualitas Produk (X_1)

Menurut (Kotler, 2005:49) “kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang di nyatakan atau tersirat”.

b. Harga (X_2)

Kotler dan Keller, (2008:67) “harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga juga mengomunikasikan *positoning* nilai yang di maksudkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar”.

c. *Word of Mouth* (X_3)

Menurut (Kotler,2005:615) *Word Of Mouth* Communication adalah Komunikasi pribadi tentang sebuah produk antara pembeli sasaran dan para tetangga, teman, anggota keluarga, serta rekanya.

3.6.2.2. Variabel Dependen

a. Keputusan Pembelian

Menurut (kotler dan keller, 2008:188) “keputusan pembelian adalah tahap di mana konsumen membentuk niat untuk membeli produk yang paling di sukai, keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda, atau menghindar sangat di pengaruhi oleh resiko yang di rasakan”.

3.6.3. Definisi Operasional Variabel

3.6.3.1. Variabel Independent

a. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang di nyatakan atau tersirat oleh konsumen bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri. Adapun indikator dari kualitas produk menurut Kotler (2002) adalah:

2.1. *Form* (betuk) ($X_{1.1}$)

2.2. *Durability* (daya tahan) ($X_{1.2}$)

2.3. *Reability* (keandalan)($X_{1.3}$)

2.4. *Desigh* (desain atau model) ($X_{1.4}$)

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

1. Bentuk produk bordir yang di hasilkan CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang sesuai dengan keinginan konsumen
2. Daya tahan produk bordir yang di hasilkan CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang memiliki keunggulan
3. Keandalan produk bordir yang di hasilkan CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang sesuai dengan yang di inginkan oleh konsumen
4. Desain dan model produk bordir yang di hasilkan CV. Swasti Citra mandiri di Kabupaten Lumajang sesuai dengan keinginan konsumen.

b. Harga

harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga juga mengomunikasikan *positoning* nilai yang di maksudkan dari produk atau merek CV. Swasti Citra Mandiri ke pasar.

Adapun indikator dari harga menurut Cannon, *et all* (2009,176) adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian harga dengan manfaat ($X_{2.1}$)
2. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan ($X_{2.2}$)
3. Harga mampu bersaing ($X_{2.3}$)
4. Adanya potongan harga ($X_{2.4}$)

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

1. Produk bordir CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang memiliki harga yang sesuai
2. Harga produk bordir yang di tawarkan CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang memiki kesesuain dengan harga yang berada di pasaran
3. Harga produk bordir yang di tawarkan CV. Swasti Citra Mandiri di kabupaten Lumajang mampu bersaing dengan tempat lain
4. CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang memberian potongan harga sesuai dengan jumlah pesanan.

c. *Word Of Mouth*

Komunikasi pribadi tentang produk CV. Swasti Citra Mandiri antara pembeli sasaran dan para tetangga, teman, anggota keluarga, serta rekanya.

Adapun indikator dalam *Word Of Mouth* adalah:

1. Frekuensi komunikasi *Word Of Mouth* ($X_{3.1}$)
2. Kesenangan menceritakan pengalaman servis ($X_{3.2}$)
3. Meyakinkan orang lain untuk melakukan servis di tempat yang sama ($X_{3.3}$)
4. Kesenangan merekomendasikan kepada orang lain($X_{3.4}$)

Berdasarkan indikator tentang *word of mouth* tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

1. Saya sering melakukan komunikasi *word of mouth* karena merasa puas dengan pelayanan CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang
2. Saya sering melakukan komunikasi *word of mouth* karena merasa puas dengan pelayanan CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang
3. Meyakinkan orang lain untuk menggunakan jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang
4. Jumlah mesin bordir yang cukup, dan karyawan- karyawan ahli yang di miliki CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.

3.6.3.2. Variabel Dependen

a. Keputusan Pembelian

keputusan pembelian adalah tahap di mana konsumen membentuk niat untuk membeli produk pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang, keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda, atau menghindar sangat di pengaruhi oleh resiko yang di rasakan. Adapun indikator dalam keputusan pembelian adalah:

1. Keinginan untuk mengkonsumsi produk (Y_1)
2. Keinginan untuk membeli produk (Y_2)
3. Keyakinan dalam membeli (Y_3)
4. Prioritas dalam membeli (Y_4)

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

1. Saya memakai jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri karena saya ingin

2. Saya ingin menggunakan jasa bordir CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.
3. Saya merasa yakin menggunakan jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.
4. Saya tidak menggunakan jasa bordir lain, selain jasa bordir CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.

3.7. Instrumen Penelitian

“Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian” (Sugiyono, 2012:146).

Dalam penelitian ini terdapat 4 instrumen, yaitu:

1. Kualitas Produk
2. Harga
3. *Word Of Mouth*
4. Keputusan Pembelian

“Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif” (Sugiyono, 2009:131-132).

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Menurut Istijanto (2009:84-85), “skala ordinal merupakan skala yang memiliki urutan, namun jarak antara titik-titik atau kategori terdekat tidak perlu menunjukkan rentan yang sama. Skala ordinal hanya mengindikasikan kategori yang menjadi urutan pertama posisinya lebih tinggi daripada kategori urutan

kedua, dan kategori kedua punya kedudukan yang lebih tinggi daripada urutan ketiga, dan seterusnya”.

Dalam penelitian ini pembuatan instrument penelitian pengumpulan data dari variabel dimensi, indikator dan nomer item pernyataan yang disatukan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item-item	Skala Pengukuran	Sumber
1.	Kualitas Produk (X ₁)	Bentuk produk (X _{1.1})	Bentuk produk bordir yang di hasilkan CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang sesuai dengan keinginan konsumen.	Ordinal	Philip, Kotler (2002)
		Daya tahan produk (X _{1.2})	Daya tahan produk bordir yang di hasilkan CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang memiliki keunggulan.		
		Keandalan produk (X _{1.3})	Keandalan produk bordir yang di hasilkan CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang sesuai dengan yang di inginkan oleh konsumen.		
		Desain dan model produk (X _{1.4})	Desain dan model produk bordir yang di hasilkan CV. Swasti Citra mandiri di Kabupaten Lumajang sesuai dengan keinginan konsumen.		
2.	Harga (X ₂)	Kesesuaian harga dengan manfaat (X _{2.1})	Produk CV. Swasti Citra mandiri di Kabupaten Lumajang memiliki harga yang sesuai.	Ordinal	Cannon, Perreault dan McCharthy (2009)
		Kesesuain harga dengan (X _{2.2})	Harga produk yang di tawarkan CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang memiliki kesesuaian dengan harga yang berada di pasaran.		
		Harga mampu bersaing (X _{2.3})	Harga produk yang di tawarkan CV. Swasti Citra Mandiri di kabupaten Lumajang mampu bersaing dengan tempat lain.		
		Adanya potongan harga (X _{2.4})	CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang memberian potongan harga sesuai dengan jumlah pesanan.		
3.	<i>Word Of Mouth</i> (X ₃)	Frekuensi komunikasi <i>Word Of Mouth</i>	Saya sering melakukan komunikasi <i>word of mouth</i> karena merasa puas dengan pelayanan CV. Swasti Citra	Ordinal	Harrison-Walker (2001) dan

		(X _{3.1})	Mandiri di Kabupaten Lumajang.		Brown (2005) dalam jurnal Prawasti (2009)
		Kesenangan menceritakan pengalaman (X _{3.2})	Saya hanya bercerita tentang bordir CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten lumajang ketika ada yang bertanya.		
		Meyakinkan orang lain untuk melakukan pemesanan di tempat yang sama (X _{3.3})	Meyakinkan konsumen lain untuk menggunakan jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.		
No	Variabel	Indikator	Item-item	Skala Pengukuran	Sumber
		Kesenangan merekomendasikan kepada orang lain (X _{4.4})	Jumlah mesin bordir yang cukup, dan karyawan- karyawan ahli yang di miliki CV. Swasti Citra Mandiri di kabupaten lumajang.		
4.	Keputusan pembelian (Y)	Keinginan untuk memakai produk (Y ₁)	saya memakai produk atau jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri karena saya ingin.	Ordinal	Hsu Chang (2003)
		Keinginan untuk membeli produk (Y ₂)	Saya ingin menggunakan jasa bordir CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.		
		Keyakinan dalam membeli (Y ₃)	Saya merasa yakin menggunakan jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.		
		Prioritas dalam membeli (Y ₄)	Saya tidak menggunakan jasa bordir lain selain menggunakan jasa CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.		

3.8. Teknik Analisis Data

“Sesuai dengan hipotesis dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan bentuk hubungan assosiatif kausal, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini” (Sugiyono, 2009:35).

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data

harus berdistribusi normal, terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolonearity*) dan Heterokedastisitas (*Heterokedasticity*).

3.8.1. Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangking data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

3.8.2. Pengujian Validitas

“Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti” (Sugiyono, 2012:455).

Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

“Validitas dalam penelitian dijelaskan sebagai suatu derajat ketepatan alat ukur penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur” (Husein, 2008:59).

Pengujian validitas penelitian ini mempergunakan analisis korelasi *Product Moment*, dengan mengkolerasikan skor setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor item. Rumus korelasi *Product Moment* adalah sebagai berikut:

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

$r =$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah observasi/responden

X = Skor butir

Y = Skor total

(Husein, 2008:131)

“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).

3.8.3. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas atau tingkat keandalan, ketetapan atau kejagan (*consistency-konsistensi*) adalah tingkat kemampuan instrumen riset untuk mengumpulkan data secara konsisten dari sekelompok individu. Instrumen yang mempunyai tingkat reliabilitas tinggi cenderung menghasilkan data yang sama tentang suatu variabel atau unsur-unsurnya, jika diulangi pada waktu yang berbeda pada pada sekelompok individu yang sama, sehingga instrumen tersebut dapat dinilai reliabel (dapat diandalkan) (Fuad, 2004:69).

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien Alpha Cronbach.

Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel 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 Reliabels
4	0,601 – 0,80	Reliabel
5	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Yohanes Anton Nugroho, 2011:33

3.8.4. Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

Penelitian yang menggunakan alat analisis regresi dan korelasi berganda harus mengenali asumsi-asumsi yang mendasarinya. Apabila asumsi-asumsi

dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin berbeda dari kenyataan (biasa).

Asumsi-asumsi tentang regresi linier berganda diantaranya sebagai berikut:

- a. Variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) memiliki hubungan yang linier (garis lurus).
- b. Variabel dependen harus kontinu dan setidaknya berupa skala interval. Variasi dari perbedaan antara aktual dan nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi harus sama untuk nilai prediksi Y . Artinya, nilai $(Y-Y')$ harus sama untuk nilai Y' . Jika hal ini terjadi, perbedaan menurut 'homoscedasticity'. Selain itu, nilai residual atau $(Y-Y')$ harus terdistribusi secara normal dengan rata-rata nol.
- c. Nilai observasi yang berurutan dari variabel dependen harus tidak berhubungan (tidak berkorelasi). Pelanggaran terhadap asumsi disebut "autocorelation" atau "autokorelasi". Autokorelasi sering terjadi jika data yang dikumpulkan pada suatu periode waktu (*time series* data).
- d. Variabel independen tidak boleh berkorelasi dengan variabel independen lain dalam model. Jika variabel-variabel independen berkorelasi tinggi (positif maupun negatif), disebut "multicollinearity" (Lukas, 2009:184).

Karena jenis data dalam penelitian ini bukan data *time series*, maka asumsi dasar regresi linier berganda yang harus dipenuhi dalam penelitian ini adalah data harus berdistribusi normal, bebas multikolinieritas dan heterokedastisitas.

3.8.5. Uji Normalitas

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

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

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

Selanjutnya nilai Z hitung dibandingkan dengan nilai Z tabel, tanpa memperhatikan tandanya jika nilai Z hitung lebih kecil dari nilai Z tabel maka asumsi normalitas terpenuhi atau data berada dalam distribusi normal.

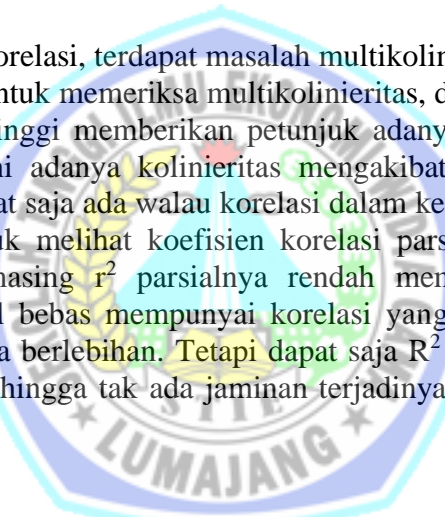
- c. Pengujian normalitas dapat juga dihitung dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirov* (Mudrajad Kuncoro, 2007:94).

“Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan cara lain yaitu dengan melihat *normal probability plot* pada *output* SPSS, jika nilai – nilai sebaran data terletak di sekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi” (Singgih Santoso, 2012:361).

3.8.6. Uji Multikolinieritas

“Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen” (Husein, 2008:177).

Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi. Ada beberapa cara untuk memeriksa multikolinieritas, diantaranya :

1. Korelasi yang tinggi memberikan petunjuk adanya kolinieritas, tetapi tidak sebaliknya yakni adanya kolinieritas mengakibatkan korelasi yang tinggi. Kolinieritas dapat saja ada walau korelasi dalam keadaan rendah.
2. Dianjurkan untuk melihat koefisien korelasi parsial. Jika R^2 sangat tinggi tetapi masing-masing r^2 parsialnya rendah memberikan petunjuk bahwa variabel-variabel bebas mempunyai korelasi yang tinggi dan paling sedikit satu di antaranya berlebihan. Tetapi dapat saja R^2 tinggi dan masing-masing r^2 juga tinggi sehingga tak ada jaminan terjadinya multikolinieritas (Husein, 2008:140-141)”.


Multikolinieritas dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinieritas yang tinggi. Nilai cutoff yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10 Menurut (Ghozali, 2001:92).

“Untuk mengetahui data tersebut memenuhi syarat atau tidak multikolinieritas adalah dengan melihat *output* SPSS pada *table coefficient* jika

nilai VIF (variance inflation factor) di bawah angka 10 ($VIF < 10$) atau nilai tolerance lebih besar dari 0,10 berarti tidak menjadi multikolinieritas” (Singgih Santoso, 2012:92).

3.8.7. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas 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, sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Husein Umar, 2008:179).

Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki variant yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Gejala heteroskedastisitas lebih sering dijumpai 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 (Mudrajad, 2007:96).

Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik di atas, dimana sumbu X adalah sumbu Y yang telah diprediksi, dan sumbu Y adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*. Adapun dasar pengambilan keputusan ada tidaknya heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

- 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 yang jelas serta titik yang melebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Santoso, 2010:210).

3.8.8. Analisis Regresi Linier Berganda

“Analisis regresi berganda didefinisikan sebagai suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)” (Mudrajad, 2007:77).

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).

Analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Adapun persamaan regresinya adalah:

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

Keterangan:

Y = keputusan pembelian

β = koefisien regresi variabel independen

α = konstanta

X_1 = kualitas produk

X_2 = harga

X_3 = *word of mouth*

e = error

(Sugiyono, 2012:277).

Dengan analisis regresi berganda ini juga dapat diketahui variabel mana di antara variabel independen yaitu Kualitas Produk, Harga dan *Word Of Mouth* yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk

mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel independen lainnya.

Untuk mengetahui variabel independen yang dominan pengaruhnya terhadap variabel dependen, ditunjukkan dengan koefisien regresi (β) yang sudah distandardisasi yaitu nilai beta” (Susanto, 2006:6).

3.8.9. Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (country of origin dan brand image) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) secara parsial.

3.8.9.1. Uji t (Uji Parsial)

"Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel-variabel terikat” (Mudrajat, 2007:81).

Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut :

1. Merumuskan Hipotesis
 - a. Hipotesis Pertama

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap keputusan konsumen memakai jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap keputusan konsumen memakai jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.

b. Hipotesis Kedua

Ho : Tidak terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan konsumen memakai jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan konsumen memakai jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang

c. Hipotesis Ketiga

Ho : Tidak terdapat pengaruh *word of mouth* yang signifikan terhadap keputusan konsumen memakai jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang

Ha : Terdapat pengaruh *word of mouth* yang signifikan terhadap keputusan konsumen memakai jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.

2. Menentukan level signifikan dengan $\alpha = 5\%$

3. Menentukan kriteria pengujian:

Jika - $t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika - $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

4. Menentukan nilai t_{hitung} dengan rumus :

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

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

3.8.9.2. Uji F (Simultan)

Menurut Mudrajat Kuncoro (2007:82) “uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, harga dan fasilitas secara simultan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pasien yang di uji dengan cara uji signifikan”, dengan hipotesis:

1. Hipotesis Keempat

Ho : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk, harga, dan *word of mouth* secara simultan signifikan terhadap keputusan konsumen memakai jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh kualitas produk, harga, dan *word of mouth* secara simultan signifikan terhadap keputusan konsumen memakai jasa bordir pada CV. Swasti Citra Mandiri di Kabupaten Lumajang.

2. Menentukan level signifikan dengan $\alpha = 5\%$

3. Menentukan kriteria pengujian:

Jika - $t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika - $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.8.9.3. Koefesien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Menurut Santoso (2012:355), “untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai *R Square*. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase”.

