

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2015:11) adalah metode penelitian yang dilandasi oleh filsafat positifisme, dan dipergunakan untuk meneliti pada populasi maupun sampel tertentu, teknik pengambilan sampel yang digunakan pada umumnya dilakukan secara *random*, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data mempunyai sifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Analisis asosiatif merupakan bentuk analisis data penelitian yang digunakan untuk menguji apakah terdapat atau tidaknya hubungan keterkaitan variabel dari dua kelompok data atau lebih Siregar (2017:101). Hasil analisisnya adalah apakah hipotesis penelitian dapat generalisasi atau tidak, apabila hipotesis (H_a) diterima, dapat diartikan bahwa hasil penelitian menyatakan adanya keterkaitan antar variabel.

Untuk menganalisis variabel independen (X) kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen (Y) Keputusan Pembelian, maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut dapat dilakukan uji hipotesis yang akan menyatakan ada pengaruh secara parsial dan uji kelayakan model antara variabel independen (X_1) yaitu kualitas produk (X_2) yaitu harga dan (X_3) yaitu kualitas pelayanan terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

3.2 Objek Penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah toko daging ayam H.Budi dengan variabel independen yaitu desain kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Kemudian lokasi dalam penelitian ini adalah toko daging ayam H.Budi di Lumajang.

Adapun pertimbangan-pertimbangan yang mendasari memilih toko daging ayam H.Budi di Lumajang. adalah:

- a. Produk daging ayam pada toko H.Budi menawarkan beberapa varian potongan daging ayam sesuai permintaan konsumen.
- b. Ketersediaan data dan kondisi objek yang memungkinkan untuk dilakukan penelitian.
- c. Akses lokasi penelitian yang mudah dijangkau serta dapat memudahkan dalam memberikan kuesioner kepada konsumen.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Penjelasan mengenai data primer dan data sekunder sebagai berikut

- a. Data primer menurut Amirullah (2013:116) adalah data yang khusus dikumpulkan untuk kebutuhan penelitian yang sedang berjalan. Tujuan utama dari pengumpulan data primer untuk kebutuhan penelitian yang berlangsung. Dalam pengumpulan data primer biasanya sulit dilakukan dibandingkan data sekunder yang pengumpulannya lebih mudah. Untuk memperoleh data primer

seorang peneliti memerlukan biaya dan waktu yang banyak dibandingkan dengan mencoba mendapatkan data sekunder. Yang menjadi data primer dalam penelitian ini adalah hasil dari kuesioner oleh responden yaitu konsumen daging ayam pada toko H.Budi di Luamajang.

- b. Data sekunder menurut Amirullah (2013:116) adalah data yang telah dikumpulkan tidak hanya untuk keperluan penelitian saja. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa buku-buku laporan, dokumen-dokumen, media internet, dan literature yang berhubungan dengan objek penelittian.

3.3.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelittian ini adalah data internal dan data eksternal. Menurut Suryani & Hendryadi (2015:170) data internal merupakan data yang menggambarkan suatu kondisi didalam sebuah organisasi. Data internal meliputi data produksi dan data penjualan..

Menurut Paramita & Rizal (2018:72) data eksternal yaitu data yang bersumber dari eksternal organisasi atau perusahaan. Jadi, sumber data eksternal merupakan data yang didapatkan atau bersumber dari luar perusahaan atau organisasi terkait. Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari penelitian-penelitian terdahulu dalam bentuk artikel maupun jurnal dan lain-lain yang ada kaitannya dengan penelitian yang dilakukan.

3.4. Populasi dan Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:148) populasi adalah golongan dari beberapa wilayah yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan ciri khas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian akan ditarik kesimpulannya. Di dalam populasi tidak hanya sekedar jumlah pada objek atau subjek yang diteliti, tetapi meliputi semua karakteristik yang dimiliki objek atau subjek tersebut. Rata rata jumlah pembeli daging ayam di Toko H. Budi mulai bulan januari - maret sebesar 1.050 konsumen.

3.4.2. Sampel dan Teknik Sampling

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2015:149) adalah bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut. yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2016:124) *Sampling Insidental / Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Teknik yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel pada penelitian ini adalah Teknik Slovin. Siregar (2015:34) adapun rumus dari teknik Slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan

$$n = \frac{1.050}{1+(1.050 \cdot (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{1050}{1+10,5}$$

$$n = 92$$

Teknik yang digunakan untuk menentukan ukuran atau jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu teknik slovin dengan hasil 92 responden atau sampel.

3.5. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2015:95) adalah suatu sifat atau atribut atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini mempergunakan 4 (empat) variabel yang terdiri dari 3 (tiga) variabel independen yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan serta 1 (satu) variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

a. Variabel Independen

Variabel ini menurut Sugiyono (2015:96) sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Yang dalam bahasa Indonesia biasa disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3).

b. Variabel Independen

Variabel ini menurut Sugiyono (2015:96) sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Yang dalam bahasa Indonesia biasa disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3).

c. Variabel dependen

Variabel ini menurut Sugiyono (2015:97) sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Yang dalam bahasa Indonesia biasa disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, dikarenakan adanya variabel bebas. Yang menjadi variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian

3.5.2. Definisi Konseptual

a. Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk menurut Armstrong & Kotler (2012:248) merupakan apa yang diperagakan suatu produk sesuai fungsinya, hal itu merupakan keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan, pengoperasian dan reparasi produk dan atribut lainnya.

b. Harga (X2)

Harga adalah menentukan keberhasilan pemasaran produk. Kebijakan harga dapat dilakukan pada setiap tingkatan distribusi, seperti oleh produsen, oleh grosir dan ritailer (pedagang eceran) penentu posisi pasar dan harga tidak cukup bervariasi untuk butir-butir produk, segmen pasar, saluran tempat, dan kesempatan pembeli yang berbeda. Manap (2016:98)

c. Kualitas Pelayanan (X3)

Menurut Kasmir (2017:47) pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Abubakar Rusydi (2017:39) berpendapat bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya.

d. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengetahui masalahnya, mencari informasi tentang merek atau produk tertentu dan memilih seberapa baik masing-masing alternatif tersebut bisa memecahkan masalahnya yang kemudian mengarahkan kepada keputusan pembelian, menurut Philip Kotler & Armstrong (2013:178).

3.5.3. Definisi Operasional

Definisi operasional menurut Sugiyono (2015:38) merupakan suatu atribut atau nilai atau sifat dari suatu objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.

Variabel independen adalah variabel yang bisa mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan memiliki hubungan yang positif maupun yang negative bagi variabel dependen nantinya. Yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini antara lain:

a. Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk adalah keunggulan yang dimiliki oleh suatu produk yang dapat menarik minat beli konsumen. Indikator kualitas produk menurut Kotler & Keller (2016:393) yaitu:

- 1) Bentuk (*form*), meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk
- 2) Fitur (*feature*), karakteristik produk yang menjadi pelengkap fungsi dasar produk.
- 3) Kualitas kinerja (*performance quality*), adalah tingkat dimana karakteristik utama produk beroperasi.
- 4) Kesan kualitas (*perceived quality*) sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

- 5) Ketahanan (*durability*), ukuran umur operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan, merupakan atribut berharga untuk produk – produk tertentu.
- 6) Keandalan (*reability*), adalah ukuran probabilitas bahwa produk tidak akan mengalami malfungsi atau gagal dalam waktu tertentu.
- 7) Kemudahan perbaikan (*repairability*), adalah ukuran kemudahan perbaikan produk ketika produk itu tak berfungsi atau gagal.
- 8) Gaya (*style*), menggambarkan penampilan dan rasa produk kepada pembeli.
- 9) Desain (*design*), adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan indikator yang telah diungkapkan diatas, maka disusun kuesioner sebagai berikut:

- 1) Kualitas tekatur daging ayam pada toko H.Budi cukup bagus.
- 2) Daging ayam yang diperjualkan segar dan menarik perhatian.
- 3) Daging ayam selalu segar dan memotong di tempat penjualan langsung.
- 4) Daging ayam dalam keadaan bersih menentukan rasa pada saat dimasak.
- 5) Daging ayam memiliki daya tahan 9 bulan lamanya.
- 6) Daging ayam pada toko H.Budi dapat bertahan lama/tidak busuk.
- 7) Variasi berat bagian daging ayam.
- 8) Warna daging ayam cerah dan memiliki aroma khas.
- 9) Pemotongan daging ayam pada toko H.Budi menyesuaikan permintaan.

b. Harga (X2)

Harga adalah nilai yang melekat pada suatu produk atau jasa yang telah ditentukan oleh produsen yang dinyatakan dengan jumlah uang. Amstrong & Kotler (2012:452) indikator pada harga antara lain :

1) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Kesesuaian harga diartikan sebagai harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen

2) Daya saing harga

Suatu kemampuan dari sebuah usaha dalam menghasilkan barang dan jasa yang dapat memenuhi standar pasar penjualan baik itu yang berasal dari pasar domestik maupun pasar internasional.

3) Keterjangkauan harga

Harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat mereka jangkau.

Berdasarkan indikator yang telah diungkapkan diatas, maka disusun kuesioner sebagai berikut:

- 1) Harga daging ayam pada toko H.Budi bervariasi dengan kualitas daging ayam yang baik.
- 2) Harga yang ditawarkan pada toko daging ayam H.Budi selali bersaing dengan penjual lain.
- 3) Harga daging ayam pada toko daging ayam H.Budi terjangkau dikalangan konsumen.

d. Kualitas Pelayanan (X3)

Menurut Tjiptono (2014:268) kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen. Menurut Kotler & Keller (2016:442), terdapat lima dimensi dari kualitas pelayanan, yaitu:

1) Realibilitas (Realibility)

Berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

2) Daya Tanggap (Responsiveness)

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

3) Jaminan (Assurance)

Yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.

4) Empati (Empathy)

Berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertingkah demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

5) Bukti Fisik (Tangible)

Berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Berdasarkan indikator yang telah diungkapkan diatas, maka disusun kuesioner sebagai berikut:

- 1) Pada toko H.Budi selalu memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- 2) Produk-produk daging ayam pada toko H.Budi yang lengkap.
- 3) Pelayanan saat pembelian daging ayam pada toko H.Budi sangat cepat dan tanggap.
- 4) Semua kebutuhan daging ayam yang dicari konsumen selalu ada.
- 5) Pelayanan pada toko daging ayam H.Budi melayani konsumen dengan ramah

e. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah hal yang telah ditetapkan oleh konsumen untuk melakukan pembelian atau tidak terhadap suatu barang dengan landasan informasi dan pengalaman yang telah didapat sebelumnya. Menurut Kotler & Keller (2016:183) menjelaskan sebagai berikut:

1) Pemilihan Produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini, perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif mereka pertimbangkan.

2) Pemilihan Merek

Pembeli harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaannya tersendiri. perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

3) Pemilihan Tempat Penyalur

Pembeli harus mengambil keputusan penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap pembeli mempunyai pertimbangan yang berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap dan lain-lain.

4) Waktu Pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya: ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dan dua minggu sekali, tiga minggu sekali atau sebulan sekali.

5) Jumlah pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini, perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli.

6) Metode Pembayaran

Pembeli dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan konsumen menggunakan barang dan jasa, dalam hal ini juga keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian.

Berdasarkan indikator yang telah diungkapkan diatas, maka disusun kuesioner sebagai berikut:

- 1) Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada Toko daging ayam H.Budi karena produknya bagus.
- 2) Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada toko daging ayam H.Budi karena terdapat berbagai macam potongan daging yang tersedia.
- 3) Saya memutuskan melakukan pembelian pada toko daging ayam H.Budi Karena kemudahan mendapatkannya.
- 4) Saya memutuskan melakukan pembelian pada toko daging ayam H.Budi dengan membeli bahan pangan lainnya.
- 5) Saya memutuskan melakukan pembelian pada toko daging ayam H.Budi karena semakin banyak pembelian maka akan semakin banyak diskon yang diberikan.
- 6) Saya memutuskan melakukan pembelian pada toko daging ayam H.Budi karena menyediakan berbagai macam metode pembayaran yang mudah.

3.6. Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

3.6.1. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:178) instrument penelitian merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk mengukur fenomena sosial maupun alam yang sedang diamati. Fenomena ini secara spesifik disebut variabel penelitian.

Tabel 3.1. Intrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
1	Kualitas Produk	Bentuk	Kualitas tekstur daging ayam pada toko H.Budi cukup bagus	<i>Ordinal</i>	Kotler & Keller (2016:393)
		Fitur	Daging ayam yang diperjualkan segar dan menarik perhatian.		
		Kualitas kinerja	Daging ayam selalu segar dan memotong di tempat penjualan langsung		
		Kesan kualitas	Daging ayam dalam keadaan bersih menentukan rasa pada saat dimasak.		
		Ketahanan	Daging ayam memiliki daya tahan 9 bulan lamanya		
		Keandalan	Daging ayam pada toko H.Budi dapat bertahan lama/tidak busuk.		
		Kemudahan perbaikan	Variasi berat daging bagian ayam		
		Gaya	Warna daging ayam cerah dan memiliki aroma khas.		
		Desain	Pemotongan daging ayam pada toko H.Budi menyesuaikan permintaan		
2	Harga	Keseuaian harga dengan kualitas produk	Harga daging ayam pada toko H.Budi bervariasi dengan kualitas daging ayam .	<i>Ordinal</i>	Amstrong & Kotler (2012:452)
No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber

	Daya saing harga	Harga yang ditawarkan pada toko daging ayam H.Budi selali bersaing dengan penjual lain.		
	Keterjangkauan harga	Harga daging ayam pada toko daging ayam H.Budi terjangkau dikalangan konsumen.		
3	Kualitas Pelayanan	Pada toko H.Budi selalu memberikan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen.	<i>Ordinal</i>	Kotler & Keller (2016:183)
	Bukti Fisik	Produk-produk daging ayam pada toko H.Budi yang lengkap Pelayanan saat pembelian daging ayam pada toko H.Budi sangat		
	Kepekaan	Pelayanan saat pembelian daging ayam pada toko H.Budi sangat cepat dan tanggap.		
	Jaminan	Semua kebutuhan daging ayam yang dicari konsumen selalu ada.		
	Empati	Pelayanan pada toko daging ayam H.Budi melayani konsumen dengan ramah		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
----	----------	-----------	-----------	------------------	--------

4	Kualitas Pembelian	Pemilihan Produk	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada Toko daging ayam H.Budi karena produknya bagus	<i>Ordinal</i>	Kotler & Keller 2016:183)
		Pemilihan Merek	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada toko daging ayam H.Budi karena terdapat berbagai macam potongan daging yangtersedia		
		Pemilihan Tempat Penyalur	Saya memutuskan melakukan pembelian pada toko daging ayamH.Budi Karena kemudahan mendapatkannya.		
		Waktu Pembelian	Saya memutuskan melakukan pembelian pada toko daging ayam H.Budi dengan membeli bahanpangan lainnya.		
		Jumlah pembelian	Saya memutuskan melakukan pembelian pada toko daging ayam H.Budi karena semakin banyak pembelian maka akan semakin		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
----	----------	-----------	-----------	------------------	--------

	banyak diskon yang diberikan
Metode Pembayaran	Saya memutuskan melakukan pembelian pada toko daging ayam H.Budi karena menyediakan berbagai macam metode pembayaran yang mudah

3.6.2. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2015:167) skala pengukuran adalah kesepakatan yang akan digunakan sebagai acuan dalam menentukan panjang atau pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat pengukuran tersebut jika digunakan akan menghasilkan data kuantitatif.

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang akan digunakan adalah skala ordinal. Skala ordinal merupakan skala yang mempunyai urutan, namun jarak antara titik-titik maupun kategori terdekat tidak harus menunjukkan rentang yang sama.

3.7. Metode Pengumpulan Data

3.7.1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu teknik yang digunakan untuk memperoleh data dimana pewawancara untuk memperoleh data dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan kepada orang yang diwawancarai Sugiyono (2015:224). Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara bisa dilakukan secara terstruktur

ataupun tidak terstruktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka langsung maupun dengan menggunakan media telepon.

Wawancara yang dilakukan pada penelitian ini dengan cara mewawancarai masyarakat yang telah melakukan pembelian daging ayam pada toko H.Budi Kecamatan Lumajang.

3.7.2. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2015:234) merupakan teknik pengumpulan data yang memiliki ciri yang sangat spesifik bila dibandingkan dengan teknik lainnya, yaitu wawancara dan kuesioner. Jika wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak hanya pada orang melainkan juga objek-objek alam lainnya.

Observasi merupakan suatu bentuk proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari macam-macam proses biologis dan psikologis. Yang terpenting dalam sebuah observasi adalah proses-proses pengamatan dan pengingatan. Teknik pengumpulan data berupa observasi digunakan jika, penelitian berkenaan dengan suatu perilaku manusia, gejala-gejala alam, proses kerja, dan jika responden yang diamati tidak terlalu banyak.

3.7.3. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono (2012:422) merupakan sebuah catatan peristiwa yang telah berlalu. Bentuk dari dokumentasi bisa berupa tulisan, karya-karya monumental dari seseorang dan gambar.

Dokumentasi yang dipergunakan pada penelitian ini dilakukan menggunakan cara mencatat, mengumpulkan, meng-copy dokumen-dokumen yang telah ada

dilokasi penelitian dan juga dengan membaca literature-literatur sebagai bahan masukan yang mempunyai hubungan terhadap data yang relevan dengan variabel penelitian.

3.7.4. Kuesioner

Kuesioner menurut Sugiyono (2015:230) merupakan teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara memberikan peringkat pertanyaan maupun pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien jika peneliti tahu dengan pasti variabel yang ingin diukur dan tahu apa yang dapat diharapkan dari responden.

Skala *likert* menurut Sugiyono (2015:168) digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang maupun kelompok tentang fenomena sosial. Berikut bentuk skala *likert* antara lain:

Tabel 3.2 Skor jawaban responden

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2014) Skala *likert*

3.8. Teknik Analisa Data

Menurut Sugiyono (2015:331) dalam penelitian kuantitatif, teknik analisa data yang digunakan sudah jelas, dengan diarahkan untuk menjawab rumusan masalah maupun menguji hipotesis yang dirumuskan dalam proposal.

Sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh terhadap kuesioner, maka perlu dilakukan uji validitas dan reabilitas. Kemudian akan dilakukan analisis dan uji pengaruh dengan menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbatas dari multikolinieritas (*multicolonearity*) dan heterokedastisitas (*heterokedasticity*).

3.8.1. Pengujian Instrumen

Sebelum melakukan pengujian kepada hipotesis, maka harus melakukan pengujian *validitas* dan *reabilitas* pada kuesioner yang akan digunakan untuk menyaring data responden, yang berarti asumsi dasar yang wajib dipenuhi oleh kuesioner adalah data yang harus *valid* dan *reliable* untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis pada tahap berikutnya.

a. Pengujian *Validitas*

Menurut Sugiyono (2012:455) *validitas* merupakan tingkatan ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang bisa dilaporkan oleh peneliti. Dengan begitu data yang *valid* adalah data yang tidak berbeda antara data yang akan dilaporkan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Pengujian *validitas* pada penelitian ini menggunakan analisis korelasi *Product Moment*, dengan mengkorelasikan skor pada setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor item.

Menurut Sugiyono (2012:178) analisa faktor dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor dari faktor dengan skor total. Jika korelasi setiap faktor positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dalam penelitian ini bila korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak *valid*.

b. Pengujian Reliabilitas

Menurut Sudaryono (2018:322) *reliabilitas* ialah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. *Reliabilitas* berhubungan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data maupun temuan. Suatu hasil pengukuran akan dapat dipercaya jika dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama, selama aspek yang diukur di dalam subjek memang belum pernah berubah. Suatu kuisioner bisa disebut *reliabilitas* apabila kuisioner tersebut stabil serta dapat diandalkan sehingga dalam penggunaan kuisioner tersebut berkali – kali memberikan hasil yang sama.

Tabel 3.3 Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval Alpha Cronbach	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4	0,601 – 0,80	Reliabel
5	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Nugroho (2012:33)/ Sugiyono (2012:215)

3.8.2. Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

Menuru Siregar (2015:301) regresi linier berganda adalah pengembangan dari regresi sederhana, yaitu sama dengan alat digunakan untuk memperkirakan permintaan dimasa yang akan datang yang berlandaskan data dimasa lalu untuk mengetahui dampak satu variabel bebas atau lebih (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*). Ketidaksamaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas yang digunakan. Perbedaan penerapan metode regresi berganda yaitu jumlah variabel bebas yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi suatu variabel tak bebas. Berikut merupakan asumsi-asumsi regresi linier berganda yaitu:

- 1) Variabel dependen memiliki hubungan yang linier (garis lurus)
- 2) Variabel dependen harus kontinyu dan setidaknya berbentuk skala interval. Variasi dari pembeda antara aktual dan nilai prediksi harus sama bagi semua nilai prediksi nilai Y . maksudnya, nilai $(Y - Y')$ harus sama dengan semua nilai Y' . Jika hal ini terjadi, perbedaan menurut *homoscedasticity*. Selain itu, nilai residual atau $(Y - Y')$ harus terdistribusi secara normal dengan rata-rata nol.
- 3) Nilai observasi yang urut mulai variabel dependen harus tidak berkorelasi. Pelanggaran dalam asumsi tersebut *autocorrelation*. Hal itu sering terjadi pada saat data yang dikumpulkan pada suatu waktu.
- 4) Variabel independen harusnya tidak berhubungan dengan variabel independen lain dalam model, jika variabel-variabel tersebut berkorelasi tinggi (positif ataupun negatif).

a. Pengujian Normalitas Data

Kurniawan (2014:156) Untuk mendeteksi normalitas data dapat juga dengan uji Kolmogorov Smirnov dilihat dari nilai residual. Dikatakan normal bila nilai yang dihasilkan atas nilai signifikansi yang ditetapkan. Kriteria uji Kolmogorov Smirnov bisa dikatakan probabilitas yaitu, sebagai berikut :

1. Jika probabilitas $\geq 0,05$ maka didistribusikan dari populasi adalah normal.
2. Jika probabilitas $< 0,05$ populasi tidak berdistribusikan secara normal.

b. Pengujian Multikolinieritas

Menurut Nazaruddin, Ietje dan Basuki (2015:158), Uji multikolinieritas untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (independen) dengan melihat nilai tolerance serta nilai VIF.

Beberapa kriteria untuk mendeteksi *multikolinieritas* pada suatu model sebagai berikut:

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

Terdapat beberapa cara untuk mengatasi *multikolinieritas*, yaitu:

- 1) Korelasi yang tinggi memberikan petunjuk jika ada kolinieritas, akan tetapi tidak sebaliknya jika adanya kolinieritas mengakibatkan korelasi yang tinggi. Kolinieritas bisa saja ada saat korelasi dalam keadaan rendah.
- 2) Melihat koefisien korelasi parsial. Jika R^2 sangat tinggi nilainya akan tetapi masing-masing r^2 parsialnya rendah memberikan informasi bahwa variabel-variabel bebas mempunyai korelasi yang tinggi dan paling sedikit satu diantaranya berlebihan. Tetapi dapat saja R^2 tinggi dan masing-masing r^2 juga tinggi sehingga tidak ada jaminan terjadi *multikolinieritas*.

c. Pengujian *Heteroskedastisitas*

Menurut Umar (2013:82), 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, sedangkan untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah heteroskedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point) yang ada membentuk suatu pola yang teratur (melebar, bergelombang, kemudian menyempit), berarti sudah terjadi *heteroskedastisitas*.
- 2) Jika terdapat pola yang jelas juga titik yang melebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, berarti tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

3.8.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2014:277) analisis regresi ganda digunakan untuk memprediksi bagaimana keadaan variabel dependen apabila dua atau lebih variabel independen digunakan sebagai faktor prediktor dimanipulasi. Analisis regresi berganda menurut Sugiyono (2012:277) digunakan jika peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua ataupun lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dinaik turunkan nilainya. Maka analisis regresi linier berganda akan digunakan jika jumlah variabel *independennya* minimal 2.

Menurut Amirullah (2013:150) persamaan regresi linier berganda secara umum dapat ditulis sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y = Variabel dependen
- a = Konstanta
- β_1 = Koefisien regresi variabel independen
- X1 = Variabel independen 1
- X2 = Variabel independen 2
- X3 = Variabel Independen 3
- e = Eror

Persamaan analisis regresi berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

$$KeP = a + \beta_1 KP + \beta_2 H + \beta_3 CM + e$$

Keterangan:

Y	= Keputusan Pembelian
a	= Konstanta
β_1	= Koefisien regresi variabel independen
KP	= Kualitas Produk
H	= Harga
KP	= Kualitas Pelayanan
e	= Error

3.8.4. Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan analisis regresi linier berganda selanjutnya melakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen (kualitas produk, harga, kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) secara parsial dan simultan.

a. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Sugiyono (2014:213) Uji t digunakan untuk menguji hipotesis hubungan antara dua variabel atau lebih apabila terdapat variabel yang dikendalikan. Hipotesis diterima apabila nilai sig < 0,05 dan koefisien regresi searah dengan hipotesis.

Menurut Sunyoto (2014:118) langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

1) Hipotesis Pertama

H_1 = Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk daging ayam pada toko H.Budi di Kecamatan Lumajang.

2) Hipotesis Kedua

H_2 = Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk daging ayam pada toko H.Budi di Lumajang.

3) Hipotesis Ketiga

H_3 = Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk daging ayam pada toko H.Budi di Lumajang.

4) Penelitian ini menggunakan tingkat signifikan α sebesar 5%. Bila nilai signifikan <0.05 , maka H_a diterima, artinya variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Akan tetapi jika nilai signifikan >0.05 , maka H_a ditolak, artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

5) Kriteria Pengujian

a) Jika t hitung $> t$ tabel dan t hitung $< -t$ tabel, maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

b) Jika $-t$ tabel $\leq t$ hitung $\leq t$ tabel, maka H_0 diterima atau H_a ditolak

6) Menentukan t tabel

Nilai t tabel bisa dihitung dengan rumus $df = N - 2$, sedangkan t hitung melalui nilai statistik dengan melalui aplikasi SPSS

7) Membuat kesimpulan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel.

3.8.5. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013) dalam listyawati (2017), koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien Determinasi (R_2) biasanya dinyatakan dalam bentuk persentase (%). Koefisien Determinasi (R_2) yang digunakan adalah R Square. Nilai koefisien determinasi (R_2) adalah 0 dan 1. Model yang baik menghasilkan nilai R_2 yang tinggi diatas 80%. Model R Square pada penelitian ini digunakan untuk mencari seberapa besar pengaruh variabel independen, yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pembelian pada produk daging ayam pada toko H.Budi di Kecamatan Lumajang.

