

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Sudaryono (2018:92), metode kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang memiliki tujuan menggambarkan fenomena atau gejala sosial secara kuantitatif atau menganalisis bagaimana fenomena atau gejala sosial yang terjadi dilingkungan masyarakat berhubungan satu dengan yang lain. Menurut (Paramita & Rizal, 2018:5), penelitian kuantitatif mengacu terhadap pandangan filsafat positivisme. Filsafat positivisme melihat suatu fenomena dalam suatu penelitian yang dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur dan hubungan gejala sebab akibat.

Untuk menganalisa variabel independen (X) yang terdiri atas variabel kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen (Y) yakni keputusan pembelian, maka dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis linier berganda, dengan teknik ini dapat diuji hipotesis yang menyatakan tentang adanya pengaruh secara parsial maupun secara simultan antar variabel independen yakni kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel dependen (Y) yakni keputusan pembelian. Dan dapat diketahui variabel mana yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian diantara kualitas produk dan harga.

3.2 Objek Penelitian

Dalam penelitian ini tempat yang dipilih sebagai objek penelitian yaitu Toko Setia Kawan *Stationery* di Kabupaten Lumajang dengan pertimbangan-pertimbangan yang mendasari penelitian ini adalah :

- a. Lokasi objek penelitian ini berada di kota Lumajang yang dapat memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian
- b. Dukungan yang didapat dari pemilik toko Setia Kawan *Stationery* sehingga sangat membantu peneliti dalam melakukan proses penelitian.
- c. Banyak berbagai macam produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen dalam kebutuhan meliputi peralatan kantor ataupun sekolah.

Adapun objek dari penelitian ini adalah variabel independen yang terdiri atas kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) serta variabel dependen yang terdiri atas keputusan pembelian (Y).

3.3 Sumber dan Jenis Data

3.3.1 Jenis Data

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

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dengan mendatangi langsung objek penelitian yang menggunakan semua metode pengumpulan data original (Paramita & Rizal, 2018:72).

Hasil dari data primer yaitu jawaban yang diperoleh dari responden atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan melalui kuesioner. Pertanyaan-pertanyaan

tersebut meliputi pertanyaan tentang *marketing mix* serta keputusan pembelian pada toko Setia Kawan *Stationery* di Kabupaten Lumajang.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sebuah data yang sudah dikumpulkan oleh pengumpul data serta dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Paramita & Rizal, 2018:72).

Data sekunder dari penelitian ini berupa laporan-laporan, dokumen, media internet serta literatur lainya yang berkaitan dengan objek penelitian ini. Data didapat dari teori-teori tentang *marketing mix* serta keputusan pembelian konsumen. Untuk mencari tentang produk yang dijual serta sejarah dari toko Setia Kawan *Stationery* Lumajang diperoleh melalui media internet.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data merupakan dari mana data tersebut berasal. Sumber data yang terdapat dalam penelitian ini yaitu data internal. Data internal yaitu data yang berasal dari dalam suatu organisasi tersebut (Paramita & Rizal, 2018:72). Data internal dalam penelitian ini didapatkan dari profil usaha toko Setia Kawan *Stationery* di Kabupaten Lumajang, surat perijinan, jumlah konsumen.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek ataupun subjek yang memiliki kualitas serta karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari kemudian ditarik sebuah kesimpulan Kurniawan (2012)

dalam (Sudaryono, 2018:165). Populasi pada penelitian ini merupakan konsumen pada toko Setia Kawan *Stationery* Lumajang.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan faktor penting yang harus diperhatikan dalam penelitian yang dilakukan. Sampel penelitian mencerminkan serta menentukan seberapa jauh sampel tersebut dapat bermanfaat dalam membuat kesimpulan penelitian (Sudaryono, 2018:167).

Sugiyono (2003) dalam Sudaryono (2018:167), menyatakan sampel adalah suatu bagian dari populasi. Hal tersebut mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi adalah sampel.

Sampel dari penelitian ini merupakan konsumen yang melakukan pembelian pada toko Setia Kawan *Stationery* Lumajang.

3.4.3 Teknik Sampling

Penarikan sampel adalah proses pilihan sejumlah elemen dari populasi dengan mempelajari sampel, suatu pemahaman karakteristik subjek sampel, memungkinkan untuk menggeneralisasi karakteristik elemen populasi (Sudaryono, 2018:167). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu secara *Non Probability Sampling*. *Non Probability Sampling* ialah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang ataupun kesempatan sama bagi setiap unsur maupun anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dan teknik yang dipilih dalam penelitian ini yaitu *Accidental Sampling*. Teknik pengambilan sampel *Accidental Sampling* ini merupakan teknik penentu sampel berdasarkan kebetulan, maksudnya yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat

digunakan sebagai sampel apabila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2015:156).

Metode penentu ukuran sampel yang digunakan yaitu metode yang dikembangkan oleh Roscoe dalam buku *Research Methods for Business* (1992:253) seperti yang dikutip didalam (Sugiyono, 2015:154), antara lain :

- 1) Ukuran sampel yang layak digunakan dalam penelitian ialah antara 30 sampai dengan 500.
- 2) Bila sampel terbagi dalam kategori (seperti : pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain sebagainya) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- 3) Bila dalam penelitian melakukan analisis dengan *multivariate* (misalnya korelasi ataupun regresi ganda), maka banyaknya anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitian terdiri dari 5 (variabel independen + variabel dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
- 4) Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen serta kelompok kontrol, maka banyaknya anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 30.

Analisis yang digunakan didalam penelitian ini adalah analisis *multivariate* yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri atas 2 (dua) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil $15 \times 3 = 45$ anggota sampel.

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel adalah sesuatu yang menjadi objek observasi penelitian atau sesuatu yang menjadi perhatian penelitian, yang akan dijadikan objek dalam menentukan tujuan penelitian. Variabel adalah faktor yang memiliki peran dalam suatu penelitian atau gejala yang diteliti.

Variabel penelitian adalah objek penelitian yang berbentuk apa saja yang diterapkan peneliti guna dipelajari dan diperoleh informasi hal tersebut serta dapat ditarik kesimpulannya (Paramita & Rizal, 2018:36). Didalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel yang terdiri dari 2 (dua) variabel independen yakni kualitas produk dan harga serta 1 (satu) variabel dependen yakni keputusan pembelian.

a. Variabel Independen

Variabel independen biasa disebut dengan variabel *stimulus*, *prediktor* dan *antecedent* atau biasa disebut variabel bebas. Variabel ini adalah variabel yang mempengaruhi ataupun menjadi sebab perubahannya terhadap variabel dependen baik pengaruh positif ataupun negatif (Sudaryono, 2018:154). Variabel ini memiliki lambang (X) . Adapun didalam penelitian ini variabel independennya terdiri dari :

- 1) Kualitas Produk (X_1)
- 2) Harga (X_2)

b. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut variabel terikat, endogen ataupun kosekuen. Variabel dependen ini merupakan variabel yang menjadi pusat perhatian didalam sebuah penelitian. Variabel dependen adalah suatu masalah yang akan diselesaikan peneliti yang sudah menjadi tujuan dari sebuah penelitian (Paramita & Rizal, 2018:37). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu keputusan pembelian yang memiliki lambang (Y).

3.5.2 Definisi Operasional

a. Kualitas Produk (X_1)

Menurut Assauri (2017:211), kualitas produk adalah sesuatu yang harus diperhatikan perusahaan, mengingat keterkaitannya yang sangat erat dengan kepuasan konsumen yang menjadi tujuan kegiatan pemasaran suatu perusahaan. Dalam penelitian ini kualitas produk yang dimaksudkan guna mengetahui respon konsumen terhadap suatu produk. Agar mendapat tanggapan terhadap variabel kualitas produk indikator variabel independen ini mengacu pada dimensi kualitas produk menurut Dr. Garvin dalam (Purba & Aisyah, 2017:54), sebagai berikut :

1. *Performance* (kinerja produk)
2. *Features* (keistimewaan produk)
3. *Reliability* (kehandalan)
4. *Conformance* (kesesuaian)
5. *Durability* (daya tahan)
6. *Aesthetics* (keindahan)
7. *Perceived Quality* (kualitas yang dipersepsikan)

Guna mengumpulkan pendapat responden tentang kualitas produk, maka dibuat dan disebarakan kuesioner yang disusun dalam *skala likert* sebagai berikut :

- a. Produk yang dijual di toko Setia Kawan *Stationery* mempunyai mutu yang baik
- b. Setia Kawan *Stationery* menyediakan produk yang sangat beragam jenisnya
- c. Manfaat produk yang dijual ditoko Setia Kawan *Stationery* terbukti nyata
- d. Produk yang dijual di toko Setia Kawan *Stationery* mempunyai hasil yang sesuai dengan fungsinya
- e. Produk yang dijual di toko Setia Kawan *Stationery* bertahan dalam jangka waktu lama
- f. Produk yang dijual di toko Setia Kawan *Stationery* mempunyai bentuk kemasan yang menarik dari masing-masing barang
- g. Terdapat beberapa merek yang menjadi pilihan utama

b. Harga (X₂)

Menurut Tjiptono & Diana (2016:218), menjelaskan harga adalah satuan moneter yang sebagai alat tukar guna mendapatkan hak memiliki serta menggunakan produk barang ataupun jasa. Dalam penelitian ini harga yang dimaksudkan guna mengetahui respon konsumen terhadap suatu harga produk. Agar mendapat tanggapan terhadap variabel harga indikator variabel independen ini mengacu pada dimensi harga menurut (Tjiptono & Diana, 2016:21), sebagai berikut :

1. Harga yang terdaftar

2. Potongan harga

Guna mengumpulkan pendapat responden tentang harga, maka dibuat dan disebarakan kuesioner yang disusun dalam *skala likert* sebagai berikut :

- a. Harga yang ditawarkan di toko Setia Kawan *Stationery* terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk
- b. Toko Setia Kawan *Stationery* memberikan potongan harga kepada konsumen yang membeli dalam jumlah besar

c. Keputusan Pembelian

Menurut Firmansyah (2019:205), menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah suatu kegiatan memecahkan permasalahan setiap individu dalam pemilihan dua alternatif atau lebih yang sesuai dan dianggap paling tepat dalam keputusan untuk membeli dengan melalui proses keputusan pembelian dahulu. Dalam penelitian ini keputusan pembelian yang dimaksudkan guna mengetahui respon konsumen terhadap produk yang akan dibeli guna memenuhi kebutuhannya. Agar mendapat tanggapan terhadap variabel keputusan pembelian indikator variabel dependen ini mengacu pada dimensi keputusan pembelian menurut (Setiadi, 2013:15), sebagai berikut :

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi *Alternative*
4. Keputusan membeli
5. Perilaku purna beli

Guna mengumpulkan pendapat responden tentang keputusan pembelian, maka dibuat dan disebarakan kuesioner yang disusun dalam *skala likert* sebagai berikut :

- a. Saya membeli produk pada toko Setia Kawan *Stationery* karena Setia Kawan menyediakan barang sesuai dengan kebutuhan saya
- b. Saya membeli produk ditoko Setia Kawan *Stationery* setelah mendapat informasi dari orang lain
- c. Saya melakukan perbandingan terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian pada toko Setia Kawan *Stationery*
- d. Saya memutuskan untuk membeli produk pada toko Setia Kawan *Stationery* karena sesuai dengan apa yang saya butuhkan
- e. Saya merasa puas dengan produk yang saya beli ditoko Setia Kawan *Stationery*

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Instrumen merupakan macam alat ukur yang digunakan secara sistematis untuk pengumpulan data seperti tes, kuesioner serta pedoman wawancara (Sugiyono, 2015:156). Data yang dikumpulkan didalam penelitian digunakan dalam menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan yang sudah dirumuskan. Data yang didapat dijadikan sebagai landasan dalam pengambilan suatu kesimpulan. Data yang dikumpulkan harus baik dan benar maka dari itu instrumen penelitiannya harus baik.

Kualitas instrumen dapat juga menentukan kualitas dari data yang dikumpulkan, sehingga dengan tepat dikatakan bahwa hubungan instrumen dengan data merupakan sebagai jantung penelitian yang saling berhubungan antara : latar

belakang; rumusan masalah; identifikasi; tujuan; manfaat; kerangka pemikiran; asumsi serta hipotesis penelitian. Maka dari itu menyusun instrumen yang digunakan untuk kegiatan penelitian adalah langkah paling penting yang harus benar-benar dipahami peneliti. Adapun langkah-langkah dalam menyusun instrumen penelitian antara lain :

1. Mengidentifikasi variabel dalam rumusan judul penelitian
2. Menjelaskan variabel tersebut kedalam sub variabel atau dimensi
3. Mencari indikator atau aspek dari masing-masing sub variabel
4. Menjabarkan deskripsi dari masing-masing indikator
5. Merumuskan pada setiap deskripsi menjadi butir-butir instrumen
6. Melengkapi instrumen dengan tata cara pengisian serta kata pengantar

Guna mengukur variabel yang ada di dalam penelitian ini supaya tidak terjadi kesalahan dalam menentukan analisis data dan langkah penelitian selanjutnya menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2015:165), skala *likert* adalah skala yang digunakan guna mengembangkan instrumen yang berguna untuk mengukur sikap, persepsi serta pendapat seseorang ataupun sekelompok orang terhadap potensi serta permasalahan suatu objek, rancangan produk, proses pembuatan produk serta produk yang sudah dikembangkan ataupun diciptakan.

Tabel 3.1

Variabel, Indikator, Item dan Skala

Variabel	Indikator	Item	Skala	Sumber
-----------------	------------------	-------------	--------------	---------------

Kualitas produk (X ₂)	1.1 <i>Performance</i> (kinerja)	Produk yang dijual di toko Setia Kawan <i>Stationery</i> mempunyai mutu yang baik	Skala <i>Likert</i>	(Purba & Aisyah, 2017:54)
	1.2 <i>Features</i> (keistimewaan)	Setia Kawan <i>Stationery</i> menyediakan produk yang sangat beragam jenisnya		
	1.3 <i>Reliability</i> (keandalan)	Manfaat produk yang dijual ditoko Setia Kawan <i>Stationery</i> terbukti nyata		
	1.4 <i>Conformance</i> (kesesuaian)	Produk yang di jual di toko Setia Kawan <i>Stationery</i> mempunyai hasil yang sesuai dengan fungsinya		
	1.5 <i>Durability</i> (daya tahan)	Produk yang dijual di toko Setia Kawan <i>Stationery</i> bertahan dalam jangka waktu lama		
	1.6 <i>Aesthetics</i> (keindahan)	Produk yang dijual di toko Setia Kawan <i>Stationery</i> mempunyai bentuk kemasan yang menarik dari masing-masing barang		
	1.7 <i>Perceived Quality</i> (kualitas yang dipersepsikan)	Terdapat beberapa merek yang dijadikan pilihan utama		
Harga (X ₂)	2.1 Harga terdaftar	Harga yang tawarkan di toko Setia Kawan <i>Stationery</i> terjangkau	Skala <i>Likert</i>	(Tjiptono & Diana, 2016:21)

		dan sesuai dengan kualitas produk		
	2.2 Potongan harga	Toko Setia Kawan <i>Stationery</i> memberikan potongan harga kepada konsumen yang membeli dalam jumlah besar		
	3.1 Pengenalan masalah	Saya membeli produk pada toko Setia Kawan <i>Stationery</i> karena Setia Kawan menyediakan barang sesuai dengan kebutuhan saya		
	3.2 Pencarian informasi	Saya membeli produk ditoko Setia Kawan <i>Stationery</i> setelah mendapat informasi dari orang lain		
Keputusan pembelian (X ₃)	3.3 Evaluasi alternative	Saya melakukan perbandingan terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian pada toko Setia Kawan <i>Stationery</i>	Skala Likert	(Setiadi, 2013:15)
	3.4 Keputusan pembelian	Saya memutuskan untuk membeli produk pada toko Setia Kawan <i>Stationery</i> karena sesuai dengan apa yang saya butuhkan		

3.5 Perilaku pasca membeli	Saya merasa puas dengan produk yang saya beli ditoko Setia Kawan Stationery
----------------------------	---

Sumber : Purba & Aisyah (2017); Tjiptono & Diana (2016); Setiadi (2013).

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang dibagikan kepada responden sesuai dengan permintaan pengguna. Tujuan penyebaran kuesioner yaitu guna mencari informasi lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir jika responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan (Riduwan, 2015:25).

Skala pengukuran yaitu kesepakatan yang digunakan untuk acuan guna menentukan panjang pendeknya interval yang ada di dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut pada saat digunakan di dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2015:164). Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini ialah skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang digunakan guna mengembangkan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi serta pendapat seseorang ataupun sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan suatu objek, rancangan produk, proses pembuatan produk dan produk yang sudah dikembangkan atau diciptakan. Pemberian skor berdasarkan skala *likert* sebagai berikut :

- | | | | |
|-------|-----------------|-------------|---|
| a. SS | = Sangat Setuju | diberi skor | 5 |
| b. ST | = Setuju | diberi skor | 4 |

- c. RG = Ragu-ragu diberi skor 3
- d. TS = Tidak Setuju diberi skor 2
- e. STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

3.7.2 Wawancara

Wawancara yaitu tata cara pengumpulan data yang digunakan guna memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara digunakan apabila ingin mengetahui suatu hal dari responden secara lebih mendalam dan jumlah responden yang sedikit (Riduwan, 2015:29). Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu wawancara dengan pengelola atau pemilik toko Setia Kawan Stationery Lumajang.

3.7.3 Observasi

Observasi adalah melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian guna melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Apabila objek penelitian tersebut bersifat perilaku dan tindakan manusia, fenomena alam, proses kerja serta penggunaan responden kecil (Riduwan, 2015:30). Apabila wawancara maupun kuesioner selalu berkomunikasi langsung dengan responden, maka observasi dalam penelitian berfokus pada objek yang diteliti dengan mengamati kualitas produk dan harganya.

3.7.4 Dokumentasi

Dokumentasi yaitu digunakan untuk memperoleh data secara langsung terhadap tempat penelitian, yang meliputi buku-buku relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto, film dokumenter, data yang relevan penelitian (Riduwan,

2015:31). Adapun dalam penelitian ini dokumentasi yang digunakan foto-foto objek penelitian.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data penelitian dilakukan pada saat setelah pengumpulan data selesai. Pada penelitian serta pengembangan jumlah kegiatan analisis data akan tergantung pada level penelitian, jenis serta jumlah rumusan masalah, dan jumlah rumusan hipotesis. Teknik analisis data yaitu kegiatan dimana setelah data dari seluruh subjek ataupun sumber data lain terkumpul. Kegiatan yang ada dalam analisis data ini diantaranya menggolongkan data sesuai dengan variabel dan jenis responden, mentabulasi data sesuai variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan guna menjawab rumusan masalah serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2015:253).

Sebelum dilakukannya analisis serta uji pengaruh maka, perlu dilakukan terlebih dahulu uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner. Selanjutnya dilakukan analisis serta uji pengaruh dengan menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari multikolinieritas (*multicolonearity*) serta *heterokedastisitas*.

3.8.1 Pengujian Instrumen

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, maka dari itu perlu dilakukannya pengujian validitas serta reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjaring data responden.

a. Pengujian Validitas

Menurut Sugiyono (2015:430), validitas adalah derajat ketetapan antar data yang sesungguhnya terjadi terhadap objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Maka data yang valid merupakan data yang tidak berbeda antar data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

Menurut Yusuf (2015:239), pengujian validitas penelitian ini menggunakan analisis korelasi *Product Moment*, mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor. Rumus korelasi *Product Moment* sebagai berikut :

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

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi

X = Skor Butir

Y = Skore total

N = Jumlah responden

Analisa faktor dilakukan dengan cara mengkorelasi antara jumlah skor faktor dengan skor total. Apabila korelasi setiap faktor tersebut positif serta besarnya 0,3 ke atas maka, faktor tersebut adalah *construct* yang kuat. Pada penelitian ini apabila korelasi antar skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2012:178).

b. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas yaitu konsistensi ataupun kestabilan skor sebuah instrumen penelitian terhadap individu yang sama serta diberikan dalam waktu yang berbeda (Yusuf, 2015:242).

Menurut Nugroho (2011:33), uji reliabilitas dilakukan dengan cara melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dapat dibedakan di dalam tabel berikut ini :

Tabel 3.2

Indeks Kriteria Reliabilitas

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

Sumber : Nugroho (2011:33)

3.8.2 Pengujian Asumsi Dasar Linier Berganda

Penelitian yang menggunakan alat analisis regresi serta korelasi berganda harus mengetahui asumsi-asumsi yang telah ditetapkan, apabila asumsi tersebut tidak dapat terpenuhi maka hasil dari analisis akan berbeda dari kenyataan (bias).

Asumsi-asumsi tentang regresi linier berganda yang dimaksud adalah sebagai berikut (Sanusi, 2011:135) :

- a) Variabel bebas (independen) dan variabel tak bebas (dependen) mempunyai hubungan linier (hubungan garis lurus).
- b) Variabel dependen harus bersifat kontinu dan setidaknya berskala interval.
- c) Variasi dari selisih nilai pengamatan dengan pendugaan harus sama untuk semua nilai pendugaan Y . Jadi, $(Y - Y')$ kira-kira harus sama untuk semua nilai Y' . Apabila kondisi tersebut tidak dapat terpenuhi maka disebut *heteroskedastisitas* dan residu yang di hitung dari $(Y - Y')$ harus menyebar normal dengan rata-rata nol.
- d) Observasi variabel tak bebas berikutnya tidak berkorelasi. Pelanggaran asumsi ini disebut *autokorelasi* yang biasanya terjadi data yang dikumpulkan pada suatu periode waktu (*time series*).
- e) Tidak ada korelasi yang sempurna antar variabel bebas yang satu dengan yang lain. Jika asumsi tersebut dilanggar disebut *multikolinearitas*.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

a. Pengujian Normalitas Data

Menurut Basuki & Prawoto (2017:57), menyatakan bahwa uji normalitas berguna untuk menentukan data yang sudah di kumpulkan yang berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Berdasarkan pengalaman empiris yang dilakukan oleh beberapa pakar statistik, bahwa data yang banyaknya lebih dari 30 angka maka dapat diasumsikan berdistribusi normal.

Menurut Kurniawan (2014:156), uji normalitas guna melihat apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Jadi, uji normalitas tidak dilakukan

terhadap masing-masing variabel tapi pada nilai residualnya. Normalitas data dapat diuji melalui beberapa cara diantaranya yang dijelaskan oleh (Singgih, 2012:361) yakni sebagai berikut :

- 1) Pengukuran bentuk, distribusi normal mempunyai bentuk simetris pada nilai mean, median serta mengumpul pada satu titik tengah.
- 2) Normalitas data dapat di ukur dengan rumus *skweness*. Apabila *skweness* mempunyai nilai positif sebaran yang dihasilkan menceng ke kiri dan apabila *skweness* mempunyai nilai negatif sebaran yang dihasilkan menceng ke kanan.

$$Z = \frac{Skweness}{\frac{\sqrt{6}}{N}}$$

- 3) Cara menilai selanjutnya yaitu dengan membandingkan nilai yang ada pada Z tabel dengan Z hitung, dan apabila nilai Z hitung lebih kecil dapat dikatakan asumsi normalitasnya terpenuhi.
- 4) Normalitas di nilai dengan cara melihat pada *output* SPSS yakni *normal probability plot*, apabila nilai sebenarnya memiliki letak disekitar garis lurus maka normalitasnya terpenuhi.

b. Pengujian Multikolinieritas

Menurut Kurniawan (2014:157), menyatakan uji multikolinieritas memiliki tujuan guna melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi diantara variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Apabila ada korelasi yang tinggi diantara variabel bebasnya, jadi hubungan antar variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu.

Uji multikolinieritas dilakukan juga memiliki tujuan menghindari kebiasaan dalam pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap dependen. Ada beberapa kriteria mendeteksi multikolinieritas terhadap suatu model diantaranya :

- a. Apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 serta nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1, jadi model tersebut dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas. Semakin tinggi VIF maka semakin rendah *Tolerance*.
 - b. Apabila nilai koefisien korelasi diantara masing-masing variabel independen kurang dari 0,70 maka model tersebut dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas. Apabila lebih dari 0,70 maka di asumsikan terjadi korelasi (interaksi hubungan) sangat kuat antara variabel independen sehingga terjadi multikolinieritas.
 - c. Apabila nilai koefisien determinasi baik nilai R^2 ataupun *Adjusted R²* di atas 0,60 tetapi tidak terdapat variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen, maka diasumsikan model terkena multikolinieritas.
- c. Pengujian Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas guna melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan yaitu dimana ada kesamaan varians dari residual pengamatan yang satu ke pengamatan yang lain tetap biasa disebut dengan homoskedastisitas.

Heteroskedastisitas dapat di deteksi dengan melakukan metode *scatter plot* dengan cara memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residu). Model yang bagus di dapatkan apabila tidak terdapat pola tertentu terhadap

grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar ataupun sebaliknya melebar kemudian menyempit. Uji statistik yang bisa digunakan yaitu uji *Glejser*, uji *Rho Spearman*, uji *Park* atau uji *White* (Kurniawan, 2014:158).

3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dengan lebih dari satu variabel bebas (independen) biasa disebut dengan analisis regresi linier berganda (*multiple regression analysis*) (Widarjono, 2015:271). Model persamaan regresi linier dengan variabel independen lebih dari satu mempunyai bentuk umum persamaan diantaranya sebagai berikut (Kurniawan, 2014:194) :

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + \dots + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Nilai dari variabel dependen

a = Koefisien konstanta

X₁ = Nilai dari variabel bebas (independen) pertama

X₂ = Nilai dari variabel bebas (independen) kedua

ε = Error

Sehingga rumus pada regresi linier berganda dalam penelitian sebagai berikut yaitu :

$$\text{Kep. Pemb} = a + b_1\text{KP} + b_2\text{HRG}$$

Dimana :

Kep. Pemb = Keputusan Pembelian

KP = Kualitas Produk

HRG = Harga

a, b₁, b₂ = Konstanta

Dengan analisis regresi linier berganda dapat diketahui variabel mana diantara variabel independen (bebas) yaitu kualitas produk dan harga yang mempunyai pengaruh pada variabel dependen (terikat) yaitu keputusan pembelian.

3.8.5 Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan analisis regresi linier berganda (*multiple regression analysis*) selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel independen (X₁, X₂) tersebut terhadap variabel dependen (Y) baik secara parsial maupun simultan.

a) Uji T (Uji Parsial)

Menurut Widarjono (2015:22), menjelaskan bahwa uji T dilakukan guna mengetahui atau membuktikan apakah variabel independen secara individual memengaruhi variabel dependen. Hipotesis yang diajukan ada dua diantaranya yakni H₀ (hipotesis nol) serta H_a (hipotesis alternatif). Hipotesis nol ialah angka dari nilai parameter populasi, hipotesis ini dianggap benar dan kemudian dapat dibuktikan salah berdasarkan dengan data sampel yang ada. Sedangkan hipotesis alternatif ialah lawan dari hipotesis nol, hipotesis ini harus benar pada saat hipotesis nol terbukti salah.

Adapun beberapa langkah pengujian hipotesis antara lain sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis

a. Hipotesis pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Setia Kawan *Stationery* di Kabupaten Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Setia Kawan *Stationery* di Kabupaten Lumajang.

b. Hipotesis kedua

H_0 : Tidak terdapat pengaruh harga secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Setia Kawan *Stationery* di Kabupaten Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh harga secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Setia Kawan *Stationery* di Kabupaten Lumajang.

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

3. Menentukan kriteria pengujian :

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

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

4. Menentukan nilai t_{hitung} dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien}}{\text{Standard Error}}$$

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

b) Uji F (Simultan)

Menurut Widarjono (2015:19), menyatakan bahwa uji F digunakan untuk mengevaluasi semua pengaruh variabel independen terhadap variabel depende atau biasa disebut dengan uji signifikan model regresi. Uji F ini dapat dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA).

1. Adapun hipotesisnya sebagai berikut :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan harga yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Toko Setia Kawan *Stationery* di Kabupaten Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas produk dan harga yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Toko Setia Kawan *Stationery* di Kabupaten Lumajang.

2. Mencari nilai F hitung serta nilai F kritis pada tabel distribusi F. Nilai F kritis berdasarkan besarnya α dan df dimana besarnya ditentukan oleh numerator ($k - 1$) dan df untuk deminator ($n - k$). Nilai F hitung dapat dicari dengan menggunakan formula sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)} \sim F_{[(k-1),(n-k)]}$$

Dimana : R^2 merupakan koefisien determinasi; n = jumlah observasi serta k = jumlah parameter estimasi termasuk konstanta (intersep).

3. Keputusan menolak atau gagal menolak H_0 sebagai berikut :

Jika $F_{hitung} > F_{kritis}$, maka kita menolak H_0 berarti secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Begitu sebaliknya jika

F hitung < F kritis maka gagal menolak H_0 yang memiliki arti secara bersama-sama semua variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.

Kita dapat menolak hipotesis H_0 uji F dengan melihat nilai probabilitasnya. Apabila nilai F hitung lebih kecil dari nilai probabilitasnya maka menolak H_0 begitu sebaliknya jika F hitung lebih besar dari nilai probabilitasnya maka akan gagal menolak H_0 .

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dapat digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan terbaik dalam analisis regresi. Hal tersebut ditunjukkan dengan besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai 1 (satu). Apabila koefisien determinasi nol artinya variabel independen sama sekali tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Dan apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Widarjono, 2015:17).

Koefisien determinasi biasa disebut dengan koefisien determinasi majemuk yang hampir sama dengan koefisien r^2 . R juga hampir sama dengan r, hanya saja keduanya berbeda didalam fungsi kecuali regresi linier berganda. Determinasi regresi linier berganda menggunakan R -square (Sanusi, 2011:136).

Koefisien determinan (R^2) didalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yakni kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen yakni keputusan pembelian pada toko Setia Kawan *Stationery*.