

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan cara yang relevan untuk mencapainya. Menurut Sugiyono (2017:3) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan serta fungsi tertentu. Secara garis besar penelitian dibedakan menjadi dua metode yaitu metode kualitatif dan metode kuantitatif. Perbedaan yang sangat mencolok dari kedua pendekatan tersebut terletak pada tujuan atau target penelitiannya. Dalam penelitian kualitatif, fokus penelitian adalah mencapai tujuan melalui pengujian teoritis dan bersifat deskriptif, sedangkan dalam penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, arah dan fokus penelitian adalah membuat teori dari fenomena berdasarkan data atau fakta yang ada. Menurut Siyoto & Sodik (2015:17) penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari proses pengumpulan data, analisis data dan penampilan data. Penelitian kuantitatif cenderung menggunakan data berupa angka-angka hasil perhitungan dan pengukuran. Jadi, dapat disimpulkan bahwa penelitian metode kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan metode pengukuran data menggunakan angka-angka untuk mencapainya. Sedangkan, penelitian metode kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan metode yang bersifat deskriptif untuk menjelaskan suatu fenomena.

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif yang bersifat korelasional, artinya studi tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Secara keseluruhan penelitian ini membutuhkan data variabel itu sendiri, sehingga penelitian ini membutuhkan kegiatan pengumpulan data. Berdasarkan data yang terkumpul dapat ditarik kesimpulan hubungan antar variabel (X dan Y) yang ada.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah tema atau pokok permasalahan yang ada dalam penelitian, objek penelitian dapat berupa orang, organisasi, barang atau benda dan sebagainya. Objek dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yang dipakai yaitu kemasan (X_1), merek (X_2) dan kualitas produk (X_3). Sedangkan variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian (Y). Jadi, Objek yang ada didalam penelitian ini berfokus terhadap kemasan, merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian deterjen Rinso dan yang menjadi titik fokus objek penelitian adalah deterjen Rinso. Sedangkan subjek penelitian ini adalah Warga Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut (Indriantoro & Supomo, 2014:146) data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab suatu pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah hasil pengisian kuesioner oleh

responden yaitu para konsumen yang menggunakan deterjen rinso di desa kramat sukoharjo kecamatan tanggul kabupaten jember. Hasil dari data primer adalah jawaban dari responden atas pernyataan-pernyataan yang diajukan di dalam kuesioner. Pernyataan tersebut menyangkut tentang kemasan, merek dan kualitas produk dari para konsumen yang menggunakan deterjen rinso di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

3.3.2 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data eksternal. Data eksternal adalah data yang berskala dari luar perusahaan (Istijanto, 2010:35).

Data eksternal diperoleh dari para pengguna atau konsumen deterjen rinso di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Lumajang.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi diartikan sebagai 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, 2015:148).

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh ibu rumah tangga di Dusun Suko Timur Rt 008 Rw 001 di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember yang berjumlah 55 KK dalam penelitian ini penulis dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik *slovin* menurut siregar (2015:34).

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel merupakan bagian dari populasi dan karakteristiknya mirip dengan populasi itu sendiri, sampel juga merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari populasi. Sampel adalah bagian dari populasi itu sendiri yang terdiri dari beberapa anggota populasi. Menurut Sugiyono (2015:120) sampel merupakan beberapa jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu warga Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017:144) *purposive sampling* merupakan teknik yang menjadi penentu sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu. Adapun kriteria responden yang cocok sebagai sumber data yaitu :

- a. Merupakan warga Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember .
- b. Konsumen yang pernah membeli deterjen Rinso. Konsumen yang dimaksud yaitu warga Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember
- c. Bisa diajak kerja sama, artinya responden dapat diajak kerja sama tanpa paksaan.

Penentuan metode ukuran sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode *slovin*. Menurut 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

$$n = \frac{55}{1 + 55 (0,1)^2}$$

$$= \frac{55}{1 + 0,55} = 35,5 \text{ (dibulatkan menjadi 36).}$$

Jadi, teknik yang digunakan dalam menentukan ukuran atau jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik atau metode *slovin*, dengan hasil berjumlah 36 responden atau sampel.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian bermakna apapun yang bisa diberi beberapa tipe nilai yang ditentukan oleh peneliti untuk diamati dan dipelajari dengan maksud untuk mendapatkan informasi terkait hal tersebut, untuk kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2014:38). Terdapat beberapa variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel Bebas (*Independen*)

Variabel bebas umumnya dikenal dengan nama lain variabel independen maupun variabel *stimulus* ini memiliki makna sebagai variabel yang menjadi sebab adanya perubahan atau munculnya variabel terikat (Sugiyono, 2014:39).

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yakni:

- 1) Kemasan (X_1).
- 2) Merek (X_2).
- 3) Kualitas produk (X_3).

b. Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel terikat ini umumnya dikenal dengan nama lain variabel *output*, *kosekuen* maupun kriteria. Variabel ini bermakna sebagai variabel yang menjadi dampak atau menjadi akibat dari keberadaan variabel bebas (Sugiyono, 2014:39). Variabel dependen juga disebut sebagai bentuk variabel yang dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel bebas. Variabel terikat yang dipakai dalam penelitian ini yakni Keputusan pembelian (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kemasan (X_1) merek (X_2) kualitas produk (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y).

a. Kemasan (X_1)

Kemasan merupakan sebuah wadah dari hasil akhir sebuah produk yang dapat meningkatkan nilai serta fungsi dari produk yang berperan penting dalam mempertahankan kualitas mutu dan keamanan produk yang berfungsi mencegah

dan mengurangi terjadinya kerusakan-kerusakan pada produk. Menurut (Yuyun A., 2010:228).

b. Merek (X_2)

Merek merupakan strategi jangka panjang yang memiliki nilai ekonomis bagi konsumen maupun bagi si pemilik merek menurut (Ginting 2011:99).

c. Kualitas Produk (X_3)

Kualitas produk adalah produk dalam menjalankan kegunaannya, baik didalam durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk serta atribut-atribut yang ada diproduk (Firmansah, 2019: 14).

d. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah proses menerima, dan mengevaluasi informasi tentang produk tertentu (Suryani 2013:13).

3.5.3 Definisi Operasional

a. Kemasan (X_1)

Kemasan dapat diartikan sebagai suatu benda yang berfungsi untuk melindungi, mengamankan produk tertentu yang ada didalam serta dapat memberikan citra tertentu pada untuk membujuk penggunaanya Resmi & Wismiarsi (2015:3).

Indikator variabel independen kemasan dalam penelitian ini yang disebutkan sebagai berikut (Dhurup *dkk* 2014:3)

- 1) Bahan.
- 2) Logo dan Label.
- 3) Warna.
- 4) Ukuran.

5) Daya tarik desain kemasan.

Berlandaskan indikator mengenai kemasan dapat disusun kuisioner serta jawaban dan skala pengukuran yang diantaranya:

- 1) Menurut saya bahan kemasan deterjen rinso terlihat menarik.
- 2) Menurut saya bentuk kemasan deterjen rinso aman untuk di pandang.
- 3) Saya berpendapat bahan kemasan deterjen rinso tidak berbau.
- 4) Menurut saya warna pada kemasan deterjen rinso selaras.
- 5) Menurut saya penempatan gambar pada deterjen rinso mewah sekali.

b. Merek (X₂)

Merek sebagai suatu tanda atau simbol yang memberikan identitas suatu barang atau jasa tertentu, dapat berupa kata-kata, gambar atau kombinasi keduanya Alma (2013:130).

Indikator variabel independen merek dalam penelitian ini yang disebutkan sebagai berikut (Kotler & Amstong, 2013:404)

- 1) Sifat (*Attributes*).
- 2) Manfaat (*Benefit*).
- 3) Nilai (*Value*).
- 4) Budaya (*Culture*).
- 5) Pemakai (*User*).
- 6) Kepribadian (*Personality*).

Berlandaskan indikator mengenai merek dapat disusun kuisioner serta jawaban dan skala pengukuran yang diantaranya:

- 1) Nama produk deterjen rinso mudah dikenal oleh konsumen.

- 2) Deterjen rinso mudah ditemukan diberbagai tempat penjualan.
- 3) Akses pembelian melalui media internet atau online telah tersedia.
- 4) Produk deterjen rinso sudah dikenal banyak orang.

c. Kualitas Produk (X₃)

Kualitas produk adalah produk dalam menjalankan kegunaannya, baik didalam durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk serta atribut-atribut yang ada diproduk (Firmansah, 2019: 14).

Indikator variabel independen kualitas produk dalam penelitian ini yang disebutkan sebagai berikut (Lupiyodi, 2013:214)

- 1) Kinerja (*Performance*).
- 2) Keistimewaan produk (*Feature*).
- 3) Reliabilitas/ keterandalan (*Reliability*).
- 4) Kesesuaian (*Conformance*).
- 5) Ketahanan (*Durability*).
- 6) Kemampuan pelayanan (*Serviceability*).
- 7) Estetika (*Aesthetics*).
- 8) Kualitas yang dirasakan (*Perceived Quality*).

Berlandaskan indikator mengenai kualitas produk dapat disusun kuisioner serta jawaban dan skala pengukuran yang diantaranya:

- 1) Saya membeli produk deterjen rinso karena bentuk fisik dari deterjen rinso yang berbeda dengan merek lain.
- 2) Saya membeli deterjen rinso karena terdapat manfaat yang tidak dimiliki merek lain.
- 3) Saya menggunakan deterjen rinso karena nyaman digunakan

- 4) Saya menggunakan deterjen rinso karena sesuai dengan kualitas yang di janjikan oleh deterjen rinso.
- 5) Saya menggunakan detrejen rinso karena mudah digunakan dengan hasil yang memuaskan.

d. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses menerima, dan mengevaluasi informasi tentang produk tertentu (Suryani 2013:13).

Indikator variabel dependen keputusan pembelian dalam penelitian ini yang disebutkan sebagai berikut (Kotler & Keller 2012 : 166)

- 1) Pengenalan masalah.
- 2) Pencarian informasi.
- 3) Evaluasi alternative.
- 4) Keputusan pembelian.
- 5) Pasca keputusan pembelian.

Berlandaskan indikator mengenai keputusan pembelian dapat disusun kuisisioner serta jawaban dan skala pengukuran yang diantaranya:

- 1) Saya membeli produk deterjen rinso karena membutuhkannya.
- 2) Sebelum membeli produk deterjen rinso saya mencari informasi dari sumber-sumber yang terkait.
- 3) Saya melakukan perbandingan dan menyeleksi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli produk deterjen rinso.
- 4) Saya memutuskan membeli produk deterjen rinso karena saya yakin dan tidak ragu untuk menggunakannya.

5) Saya memutuskan tetap membeli produk deterjen rinso untuk memenuhi kebersihan pakaian saya.

3.6 Instrumen Penelitian dan Sekala Pengukuran

Instrumen penelitian merupakan sebuah alat yang dipakai untuk mengukur keadaan alam atau sosial yang diteliti, sehingga variabel dapat dinyatakan sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2015:178). Didalam penelitian ini terdapat 4 instrumen yang digunakan, diantaranya:

- a. Instrumen untuk mengukur kemasan.
- b. Instrumen untuk mengukur merek.
- c. Instrumen untuk mengukur kualitas produk.
- d. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian.

Skala pengukuran adalah kemufakatan yang digunakan untuk acuan dalam memastikan panjang pendeknya interval alat ukur, dari alat ukur yang telah disiapkan maka akan mengeluarkan data kuantitatif (Sugiyono, 2015:167). Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2015:178). Sehingga dalam penelitian ini dapat ditentukan tabel instrumen yang didapatkan dari pengumpulan data meliputi variabel, indikator, item pernyataan, skala pengukuran dan sumber dapat dicermati pada tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran	Sumber
1	Kemasan (X ₁)	1. Bahan 2. Logo dan Label 3. Warna 4. Ukuran	1. Menurut saya bentuk kemasan deterjen rinso terlihat menarik 2. Menurut saya bentuk kemasan	<i>Ordinal</i>	Dhurup, Mafini dan Dumasi (2014:3)

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran	Sumber
		5. Daya tarik desain kemasan	deterjen rinso aman untuk di pandang 3. Saya berpendapat bahan kemasan deterjen rinso tidak berbau 4. Menurut saya warna pada kemasan deterjen rinso selaras 5. Menurut saya penempatan gambar pada deterjen rinso mewa sekali		
2	Merek (X ₂)	1. Sifat (<i>Attributes</i>) 2. Manfaat (<i>Benefits</i>) 3. Nilai (<i>Value</i>) 4. Budaya (<i>Culture</i>) 5. Pemakai (<i>User</i>) 6. Kepribadian (<i>personality</i>)	1. Nama produk deterjen rinso mudah dikenal oleh konsumen 2. Deterjen rinso mudah ditemukan diberbagai tempat penjualan 3. Akses pembelian melalui media internet atau online telah tersedia 4. Produk deterjen sudah dikenal banyak orang	<i>Ordinal</i>	Kotler & Amstong, (2013:404)
3	Kualitas Produk (X ₃)	1. Kinerja (<i>performance</i>) 2. Keistimewaan produk (<i>feature</i>) 3. Reliabilitas/ keterandalan (<i>realibility</i>) 4. Kesesuaian (<i>conformance</i>) 5. Ketahanan (<i>durability</i>) 6. Kemampuan pelayanan (<i>serviceability</i>) 7. Estetika (<i>aesthetics</i>) 8. Kualitas yang dirasakan (<i>perceived quality</i>)	1. Saya membeli produk deterjen rinso karena bentuk fisik dari deterjen rinso yang berbeda dengan merek lain. 2. Saya membeli deterjen rinso karena terdapat manfaat yang tidak dimiliki merek lain. 3. Saya menggunakan deterjen rinso karena nyaman digunakan 4. Saya menggunakan deterjen rinso karena sesuai dengan kualitas yang di janjikan oleh deterjen rinso. 5. Saya menggunakan detrejen rinso karena mudah digunakan dengan hasil yang memuaskan.	<i>Ordinal</i>	Lupiyodi, (2013:214)
4	Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternative	1. Saya membeli produk deterjen rinso karena membutuhkannya. 2. Sebelum membeli produk deterjen rinso saya mencari informasi dari	<i>Ordinal</i>	Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). 2012 : 166)

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran	Sumber
		4. Keputusan pembelian	sumber-sumber yang terkait.		
		5. Pasca keputusan pembelian	3.Saya melakukan perbandingan dan menyeleksi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli produk deterjen rinso. 4.Saya memutuskan membeli produk deterjen rinso kaena saya yakin dan tidak rgau ragu untuk menggunakannya. 5.Saya memutuskan tetap membeli produk deterjen rinso untuk memenuhi kesehatan gigi saya.		

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Wawancara

Wawancara adalah cara yang dilakukan dalam menggali informasi atau data yang mana peneliti atau pewawancara mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada narasumber untuk mendapatkan informasi atau data yang dibutuhkan (Sugiyono, 2015:244). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan para konsumen yang pernah memakai deterjen rinso di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember. Peneliti memberikan pertanyaan kepada responden dengan cara berkomunikasi secara langsung, tetapi apabila tidak memungkinkan maka pertanyaan tersebut bisa diberikan melalui sarana alat komunikasi lainnya. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan peneliti terhadap responden mengenai persepsi kemasan, merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

3.7.2 Kuesioner

Kuesioner adalah cara yang dilakukan dalam mengumpulkan data dengan memberikan beberapa pernyataan maupun pertanyaan berupa tulisan terhadap responden agar dijawab (Sugiyono, 2015:230).

Kuesioner disebarikan kepada para pelaku konsumen yang pernah memakai deterjen rinso di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember. Dengan menyebarkan kuesioner ini diharapkan peneliti dapat memperoleh data yang akurat mengenai kemasan, merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian deterjen rinso.

Pengukuran data mengenai variabel kemasan, merek, kualitas produk dan keputusan pembelian dilakukan dengan cara memberikan skor pada setiap jawaban dari pernyataan yang dicantumkan di kuesioner tersebut. Skor yang diberikan pada penelitian ini menggunakan skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena social Sugiyono, (2015:168). Adapun bentuk skala *likert* antara lain:

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
No	Pertanyaan	Skor
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2015:168)

3.7.3 Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga obyek-obyek alam yang lain (Sugiyono, 2015:234).

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2015:235).

Observasi yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah dengan mengamati secara langsung pembeli deterjen rinso di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

3.7.4 Studi Pustaka

Studi pustaka adalah teknik pengumpulan data dalam penelitian yang biasanya berupa buku-buku, referensi yang relevan, jurnal dan lain sebagainya. Studi pustaka yang menjadi acuan dasar dalam penelitian ini yaitu buku-buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang ada didalam penelitian. Adapun buku-buku atau literatur yang digunakan berupa beberapa teori yang dikutip atau dinyatakan oleh para ahli yang didapatkan melalui jurnal, buku-buku dan artikel (data) internet.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data yang suatu aktifitas menghimpun berdasarkan jenis responden serta variabel, melakukan tabulasi data dengan berpedoman pada variabel dari semua responden, menyajikan data dari variabel, menghitung data tersebut dengan maksud untuk mencari jawaban terhadap rumusan masalah, serta untuk menguji hipotesis penelitian (Sugiyono, 2013:76).

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linear berganda yakni analisis yang menghubungkan antara dua atau lebih variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen). Analisis ini bertujuan untuk menilai berapa besar keterkaitan dua atau lebih variabel (Bahri, 2018:195)

Penelitian ini melakukan analisis data dengan menggunakan program SPSS. Mengenai metode data yang dipakai dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

3.8.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas merupakan tolak ukur yang membuktikan ketepatan atau keandalan sebuah alat ukur, dalam menguji validitas terhadap alat ukur yang digunakan maka terlebih dahulu menentukan korelasi antara elemen alat ukur secara menyeluruh, yaitu mengkorelasikan elemen alat ukur dengan skor total (Riduwan, 2018:109).

Analisa faktor dapat dilakukan dengan mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Apabila korelasi pada setiap faktornya positif dan besarnya adalah 0,3 ke atas maka faktor tersebut adalah construct yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total nilainya dibawah 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2012:178).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran relative konsisten dari waktu ke waktu (Purnomo, 2019:70). Reliabilitas menunjukan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena reliabilitas memusatkan perhatian pada masalah konsistensi (Kuncoro, M., 2013:175). Nugroho (2011:33) mengemukakan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel berikut.

Tabel 3.3
Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	<i>Interval 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 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik memiliki makna sebagai pengujian data yang dipakai dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya data penelitian yang memenuhi kriteria untuk diteliti lebih lanjut, hal ini berguna untuk menjawab hipotesis yang akan diteliti (Gunawan, I. 2017:92). Terdapat empat jenis pengujian asumsi klasik yang wajib dilakukan dalam model regresi linier berganda, yakni uji normalitas,

uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, serta uji autokorelasi yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Berdasarkan pendapat (Basuki & Prawoto 2017:57) uji normalitas bermanfaat dalam memastikan data yang sudah dikumpulkan telah berdistribusi normal atau diambil berasal dari populasi normal atau tidak. Dalam uji asumsi klasik pengujian normalitas bisa dikatakan tidak begitu sulit. Sebab berdasarkan beberapa pengalaman dari pakar statistik, data yang lebih banyak dari 30 angka, maka sudah bisa dianggap berdistribusi normal dan bisa dinyatakan sebagai sampel berjumlah besar. Namun dalam hal ini diperlukan pembuktian dengan uji normalitas, sebab data yang berjumlah lebih dari 30 atau kurang dari 30 belum tentu dapat dipastikan berdistribusi normal.

Berdasarkan pendapat (Bahri 2018:162) menyatakan bahwa uji normalitas yakni pengujian distribusi data yang akan dianalisis, dengan maksud untuk melihat apakah penyebarannya berada di bawah kurva normal atau tidak. Distribusi normal yakni distribusi yang berbentuk mirip lonceng serta simetris. Pengujian ini dipakai untuk menguji normalitas data, salah satu metode yang dapat digunakan yakni metode grafik, yakni dengan dengan mengamati tersebarnya data pada sumbu diagonal pada grafik normal P-P Plot of regression standardized residual. Apabila titik-titik tersebar di sekitar garis serta mengikuti garis diagonal, maka nilai residual dinyatakan normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode grafik normal *P-P Plot of regression standardized residual*.

b. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan pendapat Kurniawan (2014:102) menyatakan bahwa uji multikolinearitas ialah syarat seluruh uji hipotesis regresi atau kausalitas. Multikolinearitas dapat diketahui dengan mengukur koefisien korelasi ganda serta membandingkan dengan koefisien korelasi antarvariabel independen atau variabel bebas. Uji multikolinearitas dipakai untuk memahami kesalahan standar estimasi model pada suatu penelitian. Kurniawan (2014:157) menyatakan bahwa terdapat beberapa tolak ukur untuk mengidentifikasi multikolinearitas terhadap suatu model yakni sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dibawah 10 (VIF₁₀) maka menandakan bahwa terjadi multikolinearitas yang serius pada model regresi. Jika nilai tolerance mendekati 1 maka menandakan model terbebas dari multikolinearitas, sedangkan jika semakin menjauhi 1 maka menandakan model regresi tidak terbebas multikolinearitas atau terjadi gejala multikolinearitas.
- 2) Apabila nilai koefisien korelasi antar tiap-tiap variabel bebas lebih kecil dari 0,70, maka model dapat dinyatakan terbebas dari multikolinearitas. Jika nilai lebih besar dari 0,70 maka dianggap terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel bebas sehingga terbentuk multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Bahri (2018:162-168) menyatakan bahwa heteroskedastisitas yakni varian residual yang tidak ada persamaan terhadap seluruh pengamatan di dalam model regresi. Suatu regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah

satu metode yang dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yakni dengan menggunakan metode grafik scatterplots dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Apabila terdapat pola tertentu misalkan terdapat titik-titik yang ada menggambarkan suatu pola tertentu (bergelombang, melebar, selanjutnya menyempit) maka dinyatakan hal tersebut terjadi heteroskedastisitas
- 2) Apabila titik-titik membentuk pola yang tersebar diatas serta di bawah angka 0 pada sumbu Y maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *Scatter Plot*.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (Sugiyono, 2012:277).

Secara umum persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$KP = a + b_1K + b_2M + b_3KP + e$$

Keterangan:

KP = Keputusan Pembelian

a = Koefisien Konstanta

b = Koefisien Regresi Variabel Independen

K	= Kemasan
M	= Merek
KP	= Kualitas Produk
e	= Eror

(Amirullah, 2013:150).

Dengan analisis regresi berganda ini juga dapat diketahui variabel mana di antara variabel independen yaitu kemasan, merek, dan kualitas produk 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.

3.8.4 Uji Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1, X_2 dan X_3) terhadap variabel dependen (Y) baik secara parsial.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Ada dua hipotesis yang diajukan oleh setiap peneliti yaitu hipotesis nol H_0 dan hipotesis alternatif H_a . Hipotesis nol merupakan angka numerik dari nilai parameter populasi. Hipotesis nol ini dianggap benar sampai kemudian bisa dibuktikan salah berdasarkan data sampel yang ada. Sementara itu hipotesis alternatif merupakan lawan dari hipotesis nol. Hipotesis

alternatif ini harus benar ketika hipotesis nol terbukti salah (Widarjono, A. 2015:22).

Menurut Prayitno (2018:121) menyatakan bahwa langkah-langkah dalam Uji t (Uji Parsial) yaitu sebagai berikut:

- 1) Merumuskan hipotesis nihil dan hipotesis alternatif.

Hipotesis pertama:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian deterjen Rinso di Desa Kramat Sukoharjo.

H_a : Terdapat pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian deterjen Rinso di Desa Kramat Sukoharjo.

Hipotesis kedua:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh merek terhadap keputusan pembelian deterjen Rinso di Desa Kramat Sukoharjo.

H_a : Terdapat pengaruh merek terhadap keputusan pembelian deterjen Rinso di Desa Kramat Sukoharjo.

Hipotesis ketiga:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian deterjen Rinso di Desa Kramat Sukoharjo.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian deterjen Rinso di Desa Kramat Sukoharjo.

- 2) Menentukan t_{hitung} dan memastikan besarnya tingkat signifikansi α . Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi α sebesar 5% atau 0,05. Sedangkan besarnya t_{hitung} dapat diketahui dari t_{hitung} output SPSS.
- 3) Menentukan besarnya t_{tabel} .
 t_{tabel} dapat dicari dengan mengamati tabel statistik pada tingkat signifikansi α sebesar 0,05 serta derajat kebebasan $df = n - k$ dengan menggunakan uji 2 sisi (n yaitu jumlah data dan k yaitu jumlah variabel independen dan dependen).
- 4) Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut: Apabila $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima yang berarti H_a ditolak serta tidak ada pengaruh. Apabila $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau maka H_0 ditolak yang bermakna H_a diterima serta terdapat pengaruh.
- 5) 6Membuat kesimpulan dari perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} dan berdasarkan signifikansi dengan kriteria yang telah ditetapkan.

b. Uji F (Model)

Menurut Ferdinand (2014:239) uji model dilakukan untuk melihat apakah model yang dianalisis memiliki tingkat kelayakan model yang tinggi yaitu variabel-variabel yang digunakan model mampu untuk menjelaskan fenomena yang dianalisis atau uji f digunakan untuk melihat apakah model regresi yang ada layak atau tidak, layak artinya model regresi yang ada dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh kemasan, merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan melihat pada regresi dengan membandingkan *mean square* dari *regression* dan *mean square* dari residual, sehingga diperoleh hasil yang disebut F_{hitung} .

$$F = \frac{MS \text{ Regression}}{MS \text{ Residual}}$$

Kriteria pengukuran yang digunakan :

- 1) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, berarti ada pengaruh dari semua variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, berarti tidak ada pengaruh dari semua variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.8.5. Koefisien Determinasi R^2

Bahri (2018:192) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) yakni perbandingan pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ini dapat diketahui dengan *R-Square* atau Adjusted *R-Square* sebagai tolak ukurnya. *R-Square* umumnya dipakai pada penelitian dengan satu variabel independen (regresi linear sederhana), sedangkan Adjusted *R-Square* dipakai pada variabel independen lebih dari satu (regresi linear berganda). Dengan koefisien determinasi (R^2) akan dapat diperoleh nilai yang bermanfaat untuk menilai dan mengukur seberapa besar bantuan dari beberapa variabel bebas (X) terhadap naik turunnya variabel terikat (Y) yang biasanya dinyatakan dalam bentuk presentase (%) dengan kisaran antara 0-100%. Semakin mendekatnya nilai R^2 terhadap 100% mengandung makna bahwa variabel-variabel bebas memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat dan model dikatakan semakin tepat.

Jadi koefisien determinasi dalam penelitian ini untuk mengukur kemampuan variabel kemasan, merek dan kualitas produk dalam menjelaskan keputusan

pembelian produk deterjen rinso di Desa Kramat Sukoharjo Kecamatan Tanggul
Kabupaten Jember.

