

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan jenis kuantitatif menggunakan asosiatif yang bersifat kausal. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2015 : 11) adalah metode penelitian yang dilandasi oleh filsafat positivisme 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, sedangkan hubungan kausal merupakan sebuah hubungan yang bersifat sebab akibat. Dalam penelitian ini memiliki 2 variabel yaitu variabel mempengaruhi (*independent variable*) dan variabel dipengaruhi (*dependent variable*) Sugiyono (2015 : 36).

Dalam menganalisis variabel independen yang terdiri dari variabel kualitas produk, harga, dan *word of mouth* terhadap variabel dependen keputusan pembelian produk. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier bergandengan menggunakan teknik ini maka dapat diuji hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), variabel (X) yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan *word of mouth* (X_3) terhadap variabel dependen (Y), yaitu keputusan pembelian.

3.2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah variabel independen yang terdiri dari variabel kualitas produk, harga, dan *word of mouth* terhadap variabel dependen keputusan pembelian produk Cat Pelapis TOP SEAL pada Konsumen TB. PODO SENENG Jombang yang berada di kabupaten Jember. Lokasi penelitian ini berada di dekat area perbatasan Kota Jember dan Lumajang. Pemilihan lokasi penelitian ini dilakukan untuk mempermudah mendapat data sampel serta terjangkau oleh peneliti dan juga mempermudah akses untuk kunjungan langsung dalam pengumpulan data sampel.

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

Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan Siregar (2013 : 37). Data primer dalam penelitian ini adalah hasil dari pengisian kuesioner kepada responden, yaitu pelanggan TB PODO SENENG Jombang yang membeli Cat TOP SEAL dengan pertanyaan yang memuat seputar kualitas produk, harga, dan *word of mouth* pada keputusan pembelian.

b. Data Sekunder

Menurut Amirulla (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

a. Data Internal

Data internal adalah data yang menggambarkan kondisi organisasi secara umum maupun khusus Riyanto & Hatmawan (2020 : 27). Data internal dalam penelitian ini diperoleh TB PODO SENENG.

b. Data Eksternal

Data eksternal adalah data yang diperoleh di luar organisasi yang diteliti Riyanto & Hatmawan (2020 : 27). Data eksternal pada penelitian ini diperoleh dari para konsumen TB PODO SENENG yang melakukan lebih dari satu kali transaksi pembelian Cat TOP SEAL.

3.4. Populasi, Sampeldan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah sebagai suatu kumpulan subjek, variabel, konsep, atau fenomena. Kita dapat meneliti setiap anggota populasi untuk mengetahui sifat populasi yang bersagkutan(Morissan (2012 : 19). Populasi dari penelitian ini adalah konsumencat TOP SEAL diTB PODO SENENG Kabupaten Jember.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi. Apabila populasi tersebut besar, sehingga para peneliti tentunya tidak memungkinkan untuk mempelajari keseluruhan yang ada pada populasi tersebut beberapa kendala yang akan di hadapi diantaranya, seperti

dana yang terbatas, tenaga, dan waktu, maka dalam hal ini perlunya menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu. Selanjutnya, apa yang dipelajari dari sampel tersebut, maka akan mendapatkan kesimpulan yang nantinya di berlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2018 : 118).

(Sugiyono, 2018 : 91) Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Roscoe. Memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut :

- 1) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian yaitu antara 30 sampai 500
- 2) Apabila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria, wanita, pelajar, mahasiswa, pegawai negeri, swasta, dan lan-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30. Apabila di dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 20 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
- 3) Misalnya variabel penelitiannya ada 4 (kualitas produk, harga, *word of mouth*, keputusan pembelian), maka jumlah anggota sampel $20 \times 4 = 80$
- 4) Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang digunakan dalam kelompok eksperimen dalam kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing 10 sampai dengan 20 dikali variabel

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah *multivariate* yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 2 (dua) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen yang terdiri dari (kualitas produk, harga , WOM, keputusan pembelian) maka ukuran sampel yang diambil $20 \times 4 = 80$ orang. Jadi, sampel

dalam penelitian ini didapat sebanyak 80 responden dengan criteria dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian cat TOP SEAL di TB PODO SENENG Kabupaten Jember.

3.4.3 teknik sampling

Teknik sampling yang digunakan adalah Acidental Sampling. Sugiyono (2016), Sampling insidental/accidental sampling adalah teknik pengumpulan data dengan penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yang artinya pada saat melakukan siapa saja dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data yang dibutuhkannya.

3.5. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016 : 38). Sesuai dengan judul penelitian, yaitu pengaruh kualitas produk, harga, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian Cat TOP SEAL. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

a. Variable bebas (*Independent Variable*)

Variable bebas (X) variable ini sering disebut sebagai *variable stimulus*, *predictor*, *abtecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)(Sugiyono, 2016 : 39).

b. Variabel Terikat (*Dependent variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016 : 39). Dalam penelitian ini variabel independen yang diteliti adalah keputusan pembelian.

3.5.2 Definisi Konseptual

a. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian didefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Dapat dikatakan bahwa keputusan pembelian merupakan tahap akhir dimana konsumen akan membeli atau tidak dari setiap alternatif yang ada untuk memenuhi kebutuhannya (Kotler & Keller, 2016 : 177).

b. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah sebuah nilai yang ditawarkan kepada pelanggan berdasarkan fungsi dan standar produk pada pasar. Kualitas produk ditargetkan dapat memenuhi keinginan dari pelanggan baik dari kepuasan terhadap barang atau ketepatan fungsi dari barang. Menurut Kotler & Armstrong (2014 : 11) yang menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya. Hal ini, meliputi ketahanan umum, keandalan, presisi, kemudahan pengoperasian, dan perbaikan produk, termasuk jenis kelamin, dan karakteristik lain dari produk. Jika produk dapat menjalankan fungsinya, maka produk tersebut berkualitas baik.

c. Harga

Harga adalah sebuah nilai yang ditetapkan perusahaan sebagai nilai tukar kepada pelanggan untuk mendapatkan produk tersebut, nilai yang ditetapkan berdasarkan nilai pasar. Sederhananya adalah nominal yang harus dibayarkan untuk mendapatkan barang atau produk Menurut Kotler & Armstrong (2013 : 151) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut”.

d. *Word of Mouth*

Word of mouth menurut Vydiamanta (2021 : 336) adalah bentuk komunikasi informal yang dilakukan secara interpersonal oleh konsumen. Konsumen menggunakan WOM dengan alasan lebih cepat, dapat diandalkan, dan informasi yang efektif (Zarei & Kazemi, 2014 dalam Vydiamanta, 2021 : 336) *Word of mouth* memiliki kekuatan besar yang berdampak pada perilaku pembelian konsumen. Rekomendasi dari teman yang sudah dipercaya, asosiasi, dan konsumen lain berpotensi untuk lebih dipercaya dibandingkan dari sumber komersil, seperti iklan dan *salespeople*. Sebagian besar, *word of mouth* terjadi secara alami, konsumen mulai dengan membicarakan sebuah merek yang mereka gunakan kepada orang lain (Kotler & Armstrong, 2012).

3.5.3 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2018 : 57) definisi variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen,

a. Keputusan Pembelian (Y)

Indikator keputusan pembelian Menurut Kotler & Armstrong (2014:176-178), yaitu :

1. Pengenalan Masalah (*Problem Recognition*)
2. Pencarian Informasi (*Information Search*)
3. Penilaian Alternatif (*Evaluation of Alternatives*)
4. Keputusan Membeli (*Purchase Decision*)
5. Perilaku setelah pembelian (*Postpurchase Behavior*)

Berdasarkan beberapa indikator-indikator tersebut, maka akan disusun kuesioner dengan jawaban dalam *skalalikert* sebagai berikut:

1. Produk TOP SEAL adalah solusi masalah tembok rumah
2. Saya mencari informasi melalui rekan yang sudah membeli, iklan , dan media online lain
3. Dibandingkan produk lain TOP SEAL yang terbaik
4. Saya membeli karena ingin membuktikan
5. Saya akan membeli ulang untuk menangani masalah pada tembok tembok dan berlubang.

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 :

b. Kualitas Produk (X1)

Indikator kualitas produk (Tjiptono,2012 : 121), yaitu :

- a. Kinerja (*Performance*)
- b. Fitur (*feature*) Fitur produk yang melengkapi fungsi dasar suatu produk tersebut.
- c. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Spesification*)
- d. Ketahanan (*Durability*)
- e. Keandalan (*Realibility*)
- f. Kemudahan layanan (*Serviceability*)
- g. Estetika (*Esthetic*)
- h. Kualitas yang dipersepsi kan (*Perceived Quality*)

Berdasarkan beberapa indikator-indikator tersebut, maka akan disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skalalikert sebagai berikut:

- a. TOP SEAL mampu menanggulangi kebocoran dan jamur pada tembok
- b. TOP SEAL membuat lapisan lebih kuat dan bisa dicuci
- c. TOP SEAL terbukti kegunaan dan fungsi sesuai spesifikasi dan ketentuan
- d. TOP SEAL mampu bertahan 2 tahun tanpa pudar
- e. TOP SEAL mampu melindungi tembok dari Jamur kelembaban dan retak disebabkan paparan sinar matahari
- f. Pengaplikasian TOP SEAL yang mudah terhadap tembok
- g. TOP SEAL mudah didapat

h. TOP SEAL produk yang terjangkau dan terbukti bagus

c. Harga (X₂)

Indikator harga menurut Kotler & Armstrong(2011 : 345) dibagi menjadi 4 bagian, yaitu :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan

Berdasarkan beberapa indikator-indikator tersebut, maka akan disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skalalickert sebagai berikut:

- a. Harga dari TOP SEAL relative terjangkau
 - b. Harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas TOP SEAL
 - c. Harga dari TOP SEAL mampu bersaing dengan produk serupa
 - d. Harga dari TOP SEAL sesuai dengan manfaat setelah diaplikasikan
- d. *Word of Mouth*(X₃)**

Indikator *word of mouth* menurut Pappaachan (2016) sebagai berikut:

1. Kemauan konsumen dalam membicarakan hal-hal positif
2. Rekomendasi kepada orang lain
3. Dorongan terhadap teman atau relasi

Berdasarkan beberapa indikator-indikator tersebut, maka akan disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skalalickert sebagai berikut:

1. Menceritakan keunggulan produk TOP SEAL
2. Anda akan mengajak orang lain untuk membeli produk TOP SEAL

3. Anda akan menerangkan kegunaan produk agar sekitar ikut menggunakannya

3.6. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono(2015 : 171) instrumen penelitian merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk mengukur fenomena sosial maupun alam yang sedang diamati. Fenomena ini secara spesifik disebut variabel penelitian.

Berikut ini merupakan instrumen penelitian yang disajikan dalam table sebagai berikut:

No	Vaiabel	Indikator	Instrument	Skala	Sumber
1.	Kualitas Produk (X ₁)	Kinerja (<i>Performance</i>)	Cat pelapis TOP SEAL mampu menanggulangi kebocoran dan jamur pada tembok	Ordinal	Tjiptono(2012 : 121)
		Fitur (<i>Feature</i>)	TOP SEAL membuat lapisan lebih kuat dan bisa dicuci.		
		Kesesuaian Spesifikasi (<i>Conformance Spesifikasi</i>)	Dengan lapisan karet pada TOP SEAL sangat kuat dan melindungi tembok		
		Ketahanan (<i>Durability</i>)	Cat TOP SEAL mampu bertahan 2 tahun tanpa kepodaran		
		Keandalan (<i>Realibility</i>)	TOP SEAL mampu melindungi tembok dari Jamur dan kelembaban , juga terhindar dari retak disebabkan paparan sinar matahari		
		Kemudahan layanan (<i>Serviceability</i>)	Pengaplikasian cat TOP SEAL yang mudah terhadap tembok		
		Estetika (<i>Esthetic</i>)	TOP SEAL mudah didapat pada pasaran		
	Kualitas yang dipersepsi (<i>Perceived Quality</i>)	yang kan TOP SEAL produk yang terjangkau dan terbukti bagus			

2	Harga (X ₂)	Keterjangkauan harga	Harga dari TOP SEAL relatif terjangkau	Ordinal	Kotler & Amstrong(2011 : 345)
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitasTOP SEAL		
		Daya saing harga	Harga dari TOP SEAL mampu bersaing dengan produk serupa		
		Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	Harga dari TOP SEAL sebanding dengan manfaat setelah diaplikasikan		
3.	<i>Word of Mouth</i> (X ₃)	Kemauan konsumen dalam membicarakan hal-hal positif	Menceritakan keunggulan produk TOP SEAL kepada orang lain	Ordinal	Pappachan (2016)
		Rekomendasi kepada orang lain	Anda akan menyarankan orang lain untuk membeli produk TOP SEAL		
		Dorongan terhadap teman atau relasi	Anda akan menerangkankegunaan produk agar sekitar ikut menggunakannya		
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah (<i>Problem Recognition</i>)	Saya membeli produk TOP SEAL karena memiliki masalah dengan tembok rumah.	Ordinal	Kotler & Amstrong(2014 : 176)
		Pencarian Informasi (<i>Information Search</i>)	Saya mencari informasi melalui rekan yang sudah membeli dan memiliki masalah tembok yang sama.		
		Penilaian Alternatif (<i>Evaluation of Alternatives</i>)	Berdasarkan arahan pihak toko saya merasa produk cocok.		
		Keputusan Membeli (<i>Purchase Decision</i>)	Saya membeli karena ingin membuktikan		
		Perilaku setelah pembelian (<i>Postpurchase Behavior</i>)	Produk baik dan saya akan membeli lagi untuk menangani masalah pada tembok tembab dan berlubang		

Tabel 3.1 Instruman Penelitian

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Kuesioner

Menyebarkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden yang merupakan konsumen cat TOP SEAL TB PODO SENENG Jombang yang telah melakukan pembelian lebih dari satu kali.

Hasil kuisisioner akan diberikan skor pada tiap-tiap jawaban dari setiap pertanyaan. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skalaliker, yaitu :

- a. Sangat setuju 5
- b. Setuju 4
- c. Ragu-ragu 3
- d. Tidaksetuju 2
- e. Sangat tidaksetuju 1

3.7.2 Dokumentasi

Dokumentasi ialah kumpulan dari dokumen-dokumen dapat memberikan keterangan atau bukti yang berkaitan dengan proses pengumpulan dan pengelolaan dokumen secara sistematis serta menyebar luaskan kepada pemakai informasi tersebut. Dokumentasi berupa catatan peristiwa yang sudah lalu atau berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2012 : 422). Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan dokumentasi saat penyebaran kuisisioner.

3.7.3 Observasi

Observasi merupakan suatu metode untuk mengumpulkan data penelitian dengan sifat dasar naturalistik yang berlangsung dalam konteks natural (Supriyati, 2011 : 46). Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini dengan melakukan observasi atau pengamatan langsung kepada responden.

3.8. Teknik Analisis 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.

3.8.1 Uji Instrumen

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, dibutuhkan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuisioner yang akan digunakan untuk menjangkau data responden, dimana asumsi dasar yang wajib dipenuhi oleh kuisioner yaitu data harus valid serta reliable untuk bisa dilakukannya pengujian hipotesis tahap selanjutnya.

a. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen yang dilakukan untuk mengukur kecocokan objek yang seharusnya diukur. Analisis faktor yang dilakukan pada uji validasi ini ialah dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila hubungan setiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut adalah konstruk yang kuat. Dalam penelitian ini jika

korelasi antar skor faktor dengan skor total kurang dari 0,3 maka hasil dari instrumen dinyatakan tidak valid(Sugiyono, 2015 : 173).

b. Uji Reliabilitas

Reabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Setiap alat yang digunakan harus mampu member hasil relative konsisten. Realibilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena reabilitas memusatkan perhatian pada masalah konsistensi(Kuncoro, 2013 : 175). Nugroho (2011 : 33)mengemukakan bahwa uji reabilitas dapat dilakukan dengan melihat *Aplha Cronbach*. Indeks kriteria reabilitas dibedakan dalam tabel berikut:

Tabel 3.2. Indeks Kriteria Reliabilitas

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

Sumber: Nugroho (2011 : 33)

3.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda

(Sugiyono, 2012 : 275)Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti untuk meramalkan bagaimana suatu keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), apabila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi, sehingga analisis regresi linier berganda tersebut dilakukan bila keseluruhan variabel bebasnya minimal dua.

Rumus Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Koefesien Konstanta

X₁ = Kualitas produk

X₂ = *Harga*

X₃ = *Word Of Mouth*

e = Error

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Purnomo (2019 : 49) mengemukakan bahwa uji asumsi klasik adalah persyaratan statistic yang harus dipenuhi pada penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Alat uji yang digunakan pada uji asumsi klasik adalah uji normalitas data, uji multikolinearitas, dan uji heterosedastisitas.

a. Pengujian Normalitas Data

Berdasarkan pendapat Basuki & Prawoto (2011 : 33), uji normalitas bermanfaat dalam memastikan data yang sudah dikumpulkan telah berdistribusi normal atau diambil berdasar 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. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov adalah uji yang digunakan untuk mengetahui distribusi data apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas Kolmogorov Smirnov banyak digunakan untuk sampel yang berukuran besar. Menurut Dahlan (2009) uji normalitas Kolmogorov Smirnov lebih tepat digunakan apabila sampel berukuran lebih dari 50 dan mendapat hasil Kolmogorov $>5\%$

b. Pengujian Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terkaitnya menjadi terganggu. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan mengacu pada *Variance Inflation Faktor* (VIF) dimana jika nilai <10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 (Purnomo, 2019:56).

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah digunakan untuk mencari tahu apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain dalam sebuah model regresi. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara

scattet plot dengan menggunakan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residunya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu antara grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit (Purnomo, 2019 : 59). Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *Scatter Plot*.

3.8.4. Uji Hipotesis

Analisis regresi linier berganda sudah dilakukan maka langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh selanjutnya adalah pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun signifikan antara variabel independen yaitu pengaruh kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan *word of mouth* (X_3) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

a. Uji t (parsial)

Menurut Darmawan (2013 : 22) uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen, peneliti mengajukan dua hipotesis H_0 dan hipotesis alternatif H_a . Hipotesis nol dianggap benar kemudian akan dibuktikan salah berdasarkan sampel yang ada, sedangkan hipotesis alternatif harus memiliki kebenaran ketika hipotesis nol dibuktikan salah. Berdasarkan rumusan masalah serta tujuan dalam penelitian ini, maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

a. Hipotesis pertama

H_1 : Terdapat pengaruh antara kualitas produk dengan keputusan

pembelian

b. Hipotesis kedua

H₂ : Terdapat pengaruh antara harga dengan keputusan pembelian

c. Hipotesis ketiga

H₃ : Terdapat pengaruh antara *word of mouth* dengan keputusan pembelian

2) Menentukan level signifikandengan $\alpha = 5\%$

3) Menentukankriteriapengujian :

Jika $-t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak H_a diterima

Jika $-t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima H_a ditolak

4) Membuat kesimpulan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa baik garis regresi yang sesuai dengan data aktualnya yang ditunjukkan dalam berdasarkan determinasi (R^2) antara 0 sampai 1. Koefisien determinasi diperoleh dari total variasi variabel Y (dependen) yaitu keputusan pembelian yang dijelaskan oleh variabel X (independen) yaitu faktor pribadi dan faktor sosial yang dinyatakan dalam prosentase. Apabila diperoleh $R^2 = 1$ atau mendekati 1, maka garis regresi yang dihasilkan semakin baik, jika garis regresi mendekati 0 maka garis regresi dinyatakan kurang baik (Widarjo, 2015 : 17). Jadi, koefisien determinasi dalam penelitian ini untuk mengukur variabel keputusan pembelian pelanggan dan *word of mouth* dalam menjelaskan keputusan pelanggan TB PODO SENENG Jombang yang membeli Cat TOP SEAL.