

## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah kegiatan pengolahan data atau pengumpulan data yang dilakukan secara numerik berdasarkan jumlah yang dilakukan secara objektif yang berfungsi untuk menguji suatu hipotesis. Metode kuantitatif menekankan pada keluasan informasi, (bukan kedalaman) sehingga metode ini cocok digunakan untuk populasi yang luas dengan variabel yang terbatas, sehingga hasil data riset yang dihasilkan dianggap sudah mencakup seluruh populasi yang luas (Widjoyo, 2018). Teknik analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik analisis linier berganda. Teknik tersebut digunakan untuk menganalisis variabel *dependent* (Y) yaitu keputusan pembelian dengan variabel *independent* (X) yang terdiri dari kualitas layanan (X1), produk (X2) dan harga (X3) supaya dapat diketahui dari ketiga variabel independent manakah yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### 3.2 Obyek Penelitian

Objek penelitian ini memiliki 2 variabel yaitu variabel terikat (*dependent variabel*) atau variabel yang tergantung pada variabel lainnya, dan variabel bebas (*independent variabel*) atau variabel yang tidak bergantung pada variabel lainnya. Variabel *dependent* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y) sedangkan variabel *independent* yaitu kualitas layanan (X1), produk (X2) dan harga (X3). Penelitian ini dilakukan di Doremi *Pizza and Burger* di Kecamatan

Klakah Kabupaten Lumajang dengan meneliti para konsumen yang membeli produk di sana.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data *primer*. Data *primer* adalah suatu data yang dikumpulkan pertama kali oleh si peneliti dengan melakukan pengambilan data di lapangan secara langsung (Aristo & Fakultas, 2018). Dalam penelitian ini untuk memperoleh datanya dilakukan dengan membagikan kuisisioner kepada responden yaitu para konsumen doremi pizza and burger di Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang. Hasil dari kuisisioner tersebut merupakan langkah awal untuk peneliti dalam melakukan penelitian guna mengetahui tentang keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh kualitas layanan, produk serta harga

#### **3.3.2 Sumber Data**

##### **a. Data Internal**

Data internal adalah data yang menggambarkan situasi dan kondisi pada suatu organisasi (Djahir & Pratita, 2014:263). Jadi data internal yaitu data yang diperoleh atau diambil dari dalam tempat dilakukannya penelitian. Data internal yang diteliti diperoleh dari para konsumen doremi pizza and burger di Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang.

##### **b. Data Eksternal**

Data eksternal adalah data yang diperoleh dari luar organisasi yang sedang diteliti (Djahir & Pratita, 2014:263). Jadi data eksternal yaitu data dari luar suatu

organisasi yang dapat menggambarkan faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi hasil kerja dari suatu organisasi atau perusahaan. Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari penelitian terdahulu dalam bentuk jurnal yang telah diteliti oleh peneliti sebelumnya.

### 3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

#### 3.4.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari suatu objek maupun subjek yang menjadi sasaran penelitian (Riyanto & Hatmawan, 2020:11). Populasi penilaian yaitu jumlah objek maupun subjek serta keseluruhan karakteristik yang diuji di dalam objek maupun subjek penelitian supaya dapat diketahui jumlah populasi yang akan diuji. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen doremi pizza *and* burger selama 1 bulan di Kecamatan Klakah Kabupaten Lumajang yang berjumlah 80 konsumen.

Tabel 3. 1 Jumlah Populasi

No	Jumlah pembelian	Keterangan
1	80	Pembelian doremi <i>pizza</i> and <i>burger</i> di kecamatan klakah selama 1 bulan

#### 3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel dapat diartikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Pengukuran sampel dilakukan melalui statistik atau berdasar pada estimasi penelitian guna menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Apabila populasi dirasa cukup besar, dan peneliti tidak mungkin mampu mempelajari semua yang ada di suatu populasi

tersebut seperti keterbatasan waktu, dana dan, maka peneliti akan menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2017:137).

Metode dalam penentuan sampel yang peneliti gunakan adalah jenis *nonprobability sampling*. Menurut (Unaradjan, 2019:118) berpendapat bahwa teknik sampling dengan jenis *nonprobability sampling* adalah jenis pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau populasi anggota untuk dijadikan sebuah sampel.

Di dalam teknik sampling jenis *nonprobability sampling* terdapat 4 macam pengambilan sampel salah satunya yaitu teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu di suatu lokasi/tempat dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui tersebut cocok sebagai sumber data.

Sugiyono (2008:91) Metode pengambilan sampel yang dikembangkan oleh Roscoe menjelaskan bagaimana cara untuk menentukan ukuran sampel sebagai bahan penelitian sebagai berikut :

- 1) Ukuran sampel yang layak dalam suatu penelitian yaitu antara 30 sampel sampai 500 sampel
- 2) Apabila sampel dibagi dalam suatu kriteria seperti jenis kelamin, jabatan dan umur, maka jumlah anggota sampel setiap kriteria minimal mempunyai 30 sampel
- 3) Apabila dalam penelitian akan melakukan analisis *multivariate* (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 15 kali dari jumlah

variabel yang akan diteliti. Misalnya variabel yang digunakan dalam suatu penelitian berjumlah 4 (gabungan *independent* dengan *dependent*), maka jumlah anggota sampel yang harus diuji adalah  $15 \times 4 = 60$  sampel data.

Berdasarkan pengambilan sampel yang dikembangkan oleh Roscoe dalam Sugiyono (2008:91), maka peneliti memutuskan menggunakan saran yang ketiga. Karena analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate dengan menggunakan analisis linier berganda yaitu terdiri dari 3 (tiga) variabel *independent* dan 1 (satu) variabel *dependent*, maka ukuran sampel yang diuji adalah  $15 \times 4 = 60$  konsumen doremi *pizza* and *burger*.

### **3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual Dan Definisi Operasional**

#### **3.5.1 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian merupakan suatu sifat dari subjek, objek, organisasi yang bervariasi kemudian diteliti untuk dipelajari dan memperoleh kesimpulan (Sugiyono, 2008:38). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

##### 1) Variabel Independen (X)

Variabel Independen atau biasa dikenal dengan variabel bebas. Variabel bebas atau *independent variabel* adalah variabel yang mempengaruhi, atau yang menjadi sebab perubahan dari adanya suatu variabel dependen (terikat). Variabel bebas biasanya dinotasikan dengan X. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini antara lain

1. Kualitas Layanan (X1)
2. Produk (X2)
3. Harga (X3).

## 2) Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen disebut sebagai variabel terikat. Variabel dependen biasa dikenal sebagai variabel output atau kriteria. Variabel terikat sesuai dengan namanya yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya keterkaitan dengan variabel bebas. Variabel terikat biasanya dianotasikan dengan Y. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y)

### 3.5.2 Definisi Konseptual

Bakry, (2016:24) menyatakan bahwa pengertian definisi konseptual adalah definisi yang menggambarkan suatu konsep dengan menggunakan konsep konsep lain. Definisi konseptual yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut

#### 1) Kualitas Layanan ( $X_1$ )

Dikutip dari Tjiptono, (2008:59) Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata di terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya di harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

#### 2) Produk ( $X_2$ )

Produk merupakan benda atau jasa yang ditawarkan dari setiap perusahaan untuk para konsumen untuk mendapatkan keuntungan sebesar besarnya. Menurut Kotler dan Amstrong (2008: 266) produk merupakan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau

konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang-barang yang berwujud (*tangible*).

### 3) Harga (Y)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan para konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345) harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen.

### 4) Keputusan Pembelian

Menurut (Kotler dan Keller, 2009:184) proses pembelian yang rumit biasanya melibatkan beberapa keputusan, suatu keputusan melibatkan pilihan diantara beberapa *alternative* tindakan atau perilaku, pada intinya walaupun pemasar sering mengacu pada pilihan antara produk, merek dan tempat pembelian, proses pembelian juga biasanya dipengaruhi dengan hubungan baik antara produsen.

## 3.5.3 Definisi Operasional

### 1) Kualitas Layanan (X1)

Menurut Tjiptono, (2008:59) Kualitas layanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata di terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya di harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Menurut Tjiptono (2014:282) menjelaskan bahwa Indikator kualitas layanan memiliki 5 dimensi antara lain:

- a) Bukti Fisik (*Tangible*)
- b) Keandalan (*Reliability*)
- c) Daya Tanggap (*Responsiveness*)
- d) Jaminan (*assurance*)
- e) Empati (*Empathy*)

Dari setiap indikator dapat ditarik beberapa pertanyaan yang dapat diajukan untuk para responden namun peneliti hanya memberikan satu pertanyaan untuk setiap indikator yang akan dijabarkan di bawah ini sebagai berikut:

- a) Doremi *pizza* and *burger* memiliki bentuk yang menarik
- b) Waktu yang diperlukan untuk membuat pesanan sesuai dengan yang dijanjikan
- c) Kesiapan karyawan membantu konsumen yang bingung dalam memilih menu yang ditawarkan
- d) Karyawan menguasai informasi mengenai menu-menu yang tercantum
- e) Karyawan ramah dalam melayani konsumen

## 2) Produk (X2)

Produk merupakan benda atau jasa yang ditawarkan dari setiap perusahaan untuk para konsumen untuk mendapatkan keuntungan sebesar besarnya Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 266) produk merupakan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekedar barang-barang yang berwujud (*tangible*). Indikator produk

menurut Kotler dan Amstrong (2008: 266), yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

- |               |                       |
|---------------|-----------------------|
| a) Penampilan | e) Aroma              |
| b) Porsi      | f) Tingkat kematangan |
| c) Temperatur | g) Rasa               |
| d) Tekstur    |                       |

Dari setiap indikator dapat ditarik beberapa pertanyaan yang dapat diajukan untuk para responden namun peneliti hanya memberikan satu pertanyaan untuk setiap indikator yang akan dijabarkan di bawah ini sebagai berikut:

- a) Doremi *pizza* and *burger* terlihat menarik
- b) Doremi *pizza* and *burger* sesuai dengan harga
- c) Doremi *pizza* and *burger* selalu *fresh*
- d) Doremi *pizza* and *burger* terasa tidak keras
- e) Doremi *pizza* and *burger* memiliki aroma yang sedap
- f) Doremi *pizza* and *burger* memiliki tingkat kematangan yang pas
- g) Doremi *pizza* and *burger* memiliki rasa yang lezat

### 3) Harga (X3)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan para konsumen untuk memperoleh produk yang diinginkan. Dikutip dari (Dewi Ratnasari & Harti, 2021) harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa atau dapat juga dikatakan penentuan nilai suatu produk dibenak konsumen. Indikator harga menurut Kotler dan Armstrong (2008:345), yang digunakan dalam penelitian ini ada 3 indikator yaitu :

- a) Keterjangkauan harga
- b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c) Daya saing harga

Dari setiap indikator dapat ditarik beberapa pertanyaan yang dapat diajukan untuk para responden namun peneliti hanya memberikan satu pertanyaan untuk setiap indikator yang akan dijabarkan di bawah ini sebagai berikut:

- a) Harga doremi *pizza* and *burger* terjangkau
  - b) Harga doremi *pizza* and *burger* sesuai dengan kualitas rasa
  - c) Harga doremi *pizza* and *burger* lebih murah
- 4) Keputusan Pembelian (Y)

Menurut (Kotler dan Keller, 2009:184) proses pembelian yang rumit biasanya melibatkan beberapa keputusan, suatu keputusan melibatkan pilihan diantara beberapa alternative tindakan atau perilaku, pada intinya walaupun pemasar sering mengacu pada pilihan antara produk, merek dan tempat pembelian, proses pembelian juga biasanya dipengaruhi dengan hubungan baik antara produsen. Indikator keputusan pembelian menurut (Kotler dan Keller, 2009:184), yang digunakan dalam penelitian ini ada 3 indikator yaitu:

- a) Pengenalan masalah
- b) Pencarian informasi
- c) Penilaian alternatif
- d) Keputusan pembelian
- e) Perilaku setelah pembelian

Dari setiap indikator dapat ditarik beberapa pertanyaan yang dapat diajukan untuk para responden namun peneliti hanya memberikan satu pertanyaan untuk setiap indikator yang akan dijabarkan di bawah ini sebagai berikut:

- a) Doremi *pizza* and *burger* menyediakan kebutuhan untuk makanan yang enak
- b) Mendapatkan informasi doremi *pizza* and *burger* dari orang lain
- c) Doremi *pizza* and *burger* menjadi pilihan alternatif yang dipilih
- d) Memutuskan untuk membeli produk dari doremi *pizza* and *burger* setelah mengevaluasi beberapa alternatif
- e) Selalu melakukan pembelian ulang produk doremi *pizza* and *burger*

### 3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan dengan tujuan untuk mengukur suatu kejadian yang diamati secara spesifik fenomena tersebut adalah variabel penelitian (Sugiyono, 2015:178). Didalam penelitian ini terdapat empat instrumen yang digunakan, antara lain:

- a. Instrumen untuk mengukur kualitas layanan
- b. Instrumen untuk mengukur produk
- c. Instrumen untuk mengukur harga
- d. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan salah satu acuan dalam mencari data kuantitatif untuk mencari panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur. Skala *Likert* adalah skala yang

digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang yang digunakan sebagai objek penelitian untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Jawaban dalam setiap instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2015:165).

Sehingga dalam penelitian ini dapat dijabarkan tabel instrumen penelitian yang diperoleh dari pengumpulan data data meliputi variabel, indikator, item pernyataan, skala pengukuran dan sumber yang dipaparkan dalam tabel 3.1 berikut:

**Tabel 3. 2 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran**

No	Variabel	indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran	Sumber
1	Kualitas Layanan (X1)	a. <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik) b. <i>Reliability</i> (Keandalan) c. <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap) d. <i>Assurance</i> (Jaminan) e. <i>Empathy</i> (Empati)	1. Doremi <i>pizza</i> and <i>burger</i> memiliki bentuk yang menarik 2. Waktu yang diperlukan untuk membuat pesanan sesuai dengan yang dijanjikan 3. Kesiediaan karyawan membantu konsumen yang bingung dalam memilih menu yang ditawarkan 4. Karyawan menguasai informasi mengenai menu-menu yang tercantum 5. Karyawan ramah dalam melayani konsumen	Ordinal	Tjiptono (2014:282)

Lanjutan Tabel 3.2

No	Variabel	indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran	Sumber
2	Produk (X2)	a..Penampilan b. Porsi c. Temperatur d. Tekstur e. Aroma f. Tingkat kematangan g. Rasa	1. Doremi <i>pizza</i> and <i>burger</i> terlihat menarik 2. Doremi <i>pizza</i> and <i>burger</i> sesuai dengan harga 3. Doremi <i>pizza</i> and <i>burger</i> selalu <i>fresh</i> 4. Doremi <i>pizza</i> and <i>burger</i> terasa tidak keras 5. Doremi <i>pizza</i> and <i>burger</i> memiliki aroma yang sedap 6. Doremi <i>pizza</i> and <i>burger</i> memliki tingkat kematangan yang pas 7. Doremi <i>pizza</i> and <i>burger</i> memiliki rasa yang lezat	Ordinal	Kotler dan Armstrong (2008: 266)

Lanjutan Tabel 3.2

No	Variabel	indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran	Sumber
3	Harga (X3)	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian Harga c. Daya saing harga	1. Harga doremi <i>pizza</i> and <i>burger</i> terjangkau 2. Harga doremi <i>pizza</i> and <i>burger</i> sesuai dengan kualitas rasa 3. Harga doremi <i>pizza</i> and <i>burger</i> lebih murah	Ordinal	Kotler dan Armstrong (2008:345)

Lanjutan Tabel 3.2

No	Variabel	indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran	Sumber
4	Keputusan Pembelian (Y)	a. Pengenalan masalah b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku setelah pembelian	1. Doremi <i>pizza</i> and <i>burger</i> menyediakan kebutuhan untuk makanan yang enak 2. Mendapatkan informasi doremi <i>pizza</i> and <i>burger</i> dari orang lain 3. Doremi <i>pizza</i> and <i>burger</i> menjadi pilihan alternatif yang dipilih 4. Memutuskan untuk membeli produk dari doremi <i>pizza</i> and <i>burger</i> setelah mengevaluasi beberapa alternatif 5. Selalu melakukan pembelian ulang produk doremi <i>pizza</i> and <i>burger</i>	Ordinal	(Kotler dan Keller, 2009:184)

### 3.7 Metode Pengumpulan Data

#### a. Kuisisioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan diberikan oleh peneliti (Sugiyono, 2015:168). Dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan skala *likert* yang digunakan untuk mengukur sikap maupun persepsi seseorang. Adapun skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- |    |                                 |   |
|----|---------------------------------|---|
| a. | Sangat setuju diberi skor       | 5 |
| b. | Setuju diberi skor              | 4 |
| c. | Netral diberi skor              | 3 |
| d. | Tidak setuju diberi skor        | 2 |
| e. | Sangat tidak setuju diberi skor | 1 |

## **b. Studi pustaka**

Andalas & Setiawan, (2020:33) berpendapat bahwa studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumen sebagai sumber data utama, seperti buku, naskah, majalah dan sebagainya. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berdasarkan teknik studi pustaka didapat dari jurnal dan buku-buku literatur yang menjelaskan tentang kualitas layanan, produk, harga dan keputusan pembelian.

## **3.8 Teknik Analisis Data**

Wijaya, (2019:99) berpendapat bahwa analisis data merupakan upaya menguraikan suatu masalah atau fokus kajian menjadi bagian-bagian sehingga susunan dan tatanan bentuk sesuatu yang diurai mudah ditangkap maknanya. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan terlebih dahulu melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan uji dan analisis dengan asumsi dasar regresi linier berganda, bahwa data harus berdistribusi secara normal, terbebas dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

### **3.8.1 Pengujian Instrumen**

Sebelum melakukan uji hipotesis, maka perlu dilakukannya uji validitas dan reliabilitas terhadap kuisioner yang akan disebarakan kepada para responden.

#### **a. Uji Validitas**

Suryabrata (2008:60) mendefinisikan uji validitas yaitu sejauh mana suatu instrument merekam/mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Secara teori terdapat tiga macam validitas instrument, yaitu validitas isi, validitas *construct* dan

validitas berdasarkan kriteria. Untuk menguji validitas alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti melihat alat ukur yang berdasarkan arah isi yang diukur yang disebut Validitas isi (*Content Validity*).

Validitas isi menunjukkan sejauh mana item-item yang dilihat dari isinya dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas isi alat ukur ditentukan melalui pendapat profesional dalam proses telaah soal sehingga item yang telah dikembangkan memang mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. (Suryabrata, 2008:61).

Untuk menguji validitas digunakan rumus korelasi *product moment* dari Sugiyono, 2016:60) yaitu:

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah observasi/responden

X = Skor pertanyaan

Y = Skor total

Validitas adalah instrumen yang digunakan untuk mengukur kevalidan suatu data yang seharusnya diukur. Menurut (Sugiyono, 2015:173). Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau  $r=0,3$ . Dengan demikian apabila korelasi antar butir dengan skor total  $< 0,3$  maka instrument tersebut dikatakan tidak valid. Untuk selanjutnya hasilnya akan dibandingkan dengan nilai kritis pada tingkat signifikan 5% ( $\alpha=0,05$ ). Dengan ketentuan jika koefisien korelasi lebih besar dari nilai kritis, maka alat ukur tersebut dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Dikutip dari (Bernando et al., 2019) Reliabilitas adalah menjelaskan reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran, suatu pengukuran disebut Reliabel atau memiliki keandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama. Dalam pengukuran ini dilakukan dengan cara membandingkan pertanyaan satu dengan pertanyaan lain atau mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). suatu variabel dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,6$ .

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heterokedastisitas.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji bahwa dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. apabila nilai residual tidak mengikuti distribusi normal maka uji statistik akan menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil menurut Ghazali (2016;154).

Uji normalitas non-parametik Kolmogorov-Smirov (K-S) merupakan salah satu dari cara untuk menguji normalitas residual. Uji (K-S) dilakukan dengan membuat hipotesis:

$H_0$  Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  data residual berdistribusi normal.

$H_A$  Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  data residual berdistribusi tidak normal.

## 2) Uji Multikorelitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda (Kurniawan, 2019:56). Jika terdapat korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas, maka dapat mengganggu variabel terikatnya. Kriteria dalam pengujian multikolinearitas adalah jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1 maka model dikatakan terbebas dari multikolinearitas. Semakin tinggi VIF, maka Tolerance semakin rendah.

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain (Kurniawan, 2019:59). Heteroskedastisitas dapat diketahui dengan menerapkan metode *scatter plot*, dengan menginputkan nilai ZPRED (nilai prediksi) serta nilai SRESID (nilai residual). Penelitian ini menerapkan grafik *scatter plot* dalam menentukan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak. Model dikatakan baik apabila tidak terjadi pola tertentu pada grafik modul seperti menyempit kemudian melebar, melebar kemudian menyempit dan berkumpul ditengah.

### 3.8.2 Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda (multiple linear regression) merupakan model persamaan regresi linier dengan menggunakan variabel bebas lebih dari satu (Kurniawan, 2019:30). Berikut persamaan linier berganda yang diterapkan dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 \dots + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian	X <sub>2</sub> = produk
a = <i>Konstanta</i>	X <sub>3</sub> = harga
X <sub>1</sub> = Kualitas layanan	E = <i>Error</i>

### 3.8.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh kesimpulan dari hasil pengujian. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Berikut adalah jenis jenis dari pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini :

a. Uji t (Uji parsial)

Daris & Yusuf, (2018:134) berpendapat bahwa uji Parsial (Uji – t) merupakan uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui adanya perbedaan rata-rata dari sampel yang diambil. Uji – t dalam penelitian ini menguji pengaruh signifikan antara variabel independen yakni kualitas layanan, produk dan harga terhadap variabel dependen yakni keputusan pembelian. Adapun tahapan dalam uji – t sebagai berikut :

1) Merumuskan hipotesis. **Hipotesis** dalam penelitian ini sebagai berikut :

- H1 : Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
- H2 : Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
- H3 : Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

2) Menentukan nilai signifikan dengan  $\alpha = 5\%$

3) Menentukan besarnya nilai  $t_{tabel}$

$t_{\text{tabel}}$  didapatkan dengan mengamati dari tabel statistik pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  serta derajat kebebasan  $df = n-2$  dengan detail  $n$  merupakan jumlah sampel.

- 4) Menentukan kriteria pengujian :

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

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

- 5) Membuat kesimpulan dari perbandingan  $t_{\text{hitung}}$  dengan  $t_{\text{tabel}}$  dan berdasarkan dari signifikansi kriteria yang ditetapkan sebelumnya.

- b. Uji F (Simultan)

Uji simultan adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat dalam model secara simultan terhadap variabel dependen (Daris & Yusuf, 2018:148). Uji F digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh simultan antara variabel independen yakni kualitas layanan, produk dan harga terhadap variabel dependen yakni keputusan pembelian. Adapun tahapan dalam uji F adalah sebagai berikut:

- 1) Merumuskan hipotesis. Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

$H_4$  : Kualitas layanan, Produk dan Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

- 2) Mencari nilai  $F_{\text{hitung}}$  dengan menggunakan formula sebagai berikut :

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

3) Menentukan nilai  $F_{tabel}$

$F_{tabel}$  dicari dengan memperhatikan tabel statistik dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  atau 0.05 serta derajat kebebasan  $df = n-k-1$  dengan detail  $n$  adalah jumlah data yang diuji dan  $k$  adalah jumlah variabel independen.

4) Kriteria pengujian

Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  atau  $sig \leq 0,05$  maka hipotesis diterima;

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$  maka hipotesis ditolak.

5) Membuat kesimpulan dari perbandingan dari  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dan berdasarkan signifikansi dari kriteria yang diuji.

#### 3.8.4 Koefisien Determinasi $R^2$

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Iswayanti, 2019).

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi  $R^2$  adalah bisa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap penambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai

adjusted R2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R2, nilai adjusted R2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

