

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:11) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik tujuannya untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Menurut Sugiyono (2014:36), menyatakan Rumusan masalah assosiatif ialah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal ialah hubungan yang bersifat sebab akibat. (Sugiyono, 2014:37)

Untuk menganalisis variabel independen yang terdiri dari variabel keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian pada Butik Sakinah Collection Lumajang, maka penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial antara variabel independen yaitu keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian pada Butik Sakinah Collection Lumajang.

3.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini menggunakan variabel keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Sehingga keragaman produk dan kualitas pelayanan merupakan variabel independen dan keputusan pembelian merupakan variabel dependen. Sedangkan lokasi dalam penelitian ini adalah Butik Sakinah Collection Lumajang yang berada di Jl. Kyai Ilyas No. 50A kabupaten Lumajang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan jenis data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Dalam penelitian ini data primer bersumber dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada pelanggan Butik Sakinah Collection Lumajang, di mana hasil dari data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data adalah dari mana data berasal. Sumber data yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari dua macam sumber data yaitu :

b. Data Internal

Menurut Bungin (2014:132), Internal data, yaitu data tertulis pada sumber data sekunder. Contohnya pada perusahaan ,berupa faktur, laporan penjualan, pengiriman, *operating statements*, *general and departemental budgets*, laporan hasil riset yang lalu, dan sebagainya.

Data internal dari penelitian ini berasal dari pemilik Butik Sakinah Collection Lumajang data yang dapat terkait variasi produk atau jasa yang ada di Butik Sakinah Collection Lumajang.

b. Data Eksternal

Eksternal data, yaitu data yang diperoleh dari luar (Bungin, 2014:132). Sumber data penelitian ini adalah data eksternal. Data eksternal dalam penelitian ini adalah bidang atau tempat usaha yang sejenis dengan Butik Sakinah Collection Lumajang yang ada di sekitar kota Lumajang.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014:80), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam sebuah penelitian, terkadang memiliki populasi yang sangat luas. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli di Butik Sakinah Collection Lumajang periode bulan Februari 2022- April 2022 yaitu 150 konsumen.

3.4.2 Sampel

Sekaran & Bougie (2017:54) mendefinisikan bahwa sampel merupakan sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Teknik yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel

pada penelitian ini adalah teknik slovin. Siregar (2015:34) mengungkapkan adapun rumus dari teknik slovin adalah sebagai berikut:

Rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggaran ketidak telitian akibat salah saat pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi (Umar, 2011:78).

Perhitungan jumlah sampel:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{150}{1 + 150(0,1^2)} = 60$$

Berdasarkan rumor slovin tersebut, maka perhitungan jumlah sampel yang diambil sebesar 60 responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2014:81), teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak member peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsure atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik yang dipilih adalah *sampling purposive*. *Sampling purposive*

adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria konsumen yang dijadikan sampel antara lain:

- a. Responden yang telah melakukan pembelian di Butik Sakinah *Collection* Lumajang
- b. Responden yang berusia di atas 17 tahun karena dianggap sudah mampu untuk menilai suatu produk yang mereka gunakan dan mampu menjawab pertanyaan pada kuisisioner yang disebar oleh peneliti.
- c. Responden yang bertempat tinggal di Lumajang dimaksudkan bahwa responden yang bertempat tinggal di Lumajang lebih mengetahui pangsa pasar di wilayah Kabupaten Lumajang.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel adalah pengelompokan logis dari sejumlah atribut. Misal, laki-laki dan wanita adalah atribut, dan jenis kelamin adalah variabel yang terdiri atas dua atribut tersebut (Morissan, 2015:70).

Menurut Hatch dan Farhady (1981 dalam Sugiyono, 2014:38), Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain.

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,

2014:38). Variabel dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) yaitu variabel *independen* (bebas) dan variabel *dependen* (terikat).

a. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat) (Sugiyono, 2014:39).

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah:

- 1) Keragaman Produk
- 2) Kualitas Pelayanan

b. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014:39). Variabel *dependen* merupakan variabel yang diteliti yang memiliki nilai yang diduga berasal dari pengaruh variabel independen yang ditentukan sendiri oleh peneliti secara sistematis. Dengan kata lain, *the dependent variable is what the researcher wishes to explain* (variabel *dependen* adalah apa yang ingin dijelaskan peneliti) (Morissan, 2015:73). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependennya adalah Keputusan Pembelian.

3.5.2 Definisi Konseptual

a. Keputusan Pembelian

pembelian adalah proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku pembelian.

b. Keragaman Produk

Keberagaman produk (*product assortment*) adalah “kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli keragaman produk terdiri dari produk dan barang yang dijual, macam merek yang dijual, ketersediaan produk yang dijual” Kotler & Keller (2007:15) dalam penelitian (Wakidah, 2015).

c. Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2011:164) dalam penelitian (Suharto, M. Sobri Kurniawan, 2021), kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah kesesuaian dan derajat kemampuan untuk digunakan dari keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang disediakan dalam pemenuhan harapan yang dikehendaki konsumen dengan atribut atau faktor yang meliputi: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti langsung langsung.

3.5.3 Definisi Operasional

a. Keragaman Produk

Keragaman produk adalah “kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu”. (Kloter & Keller, 2009:15). Berdasarkan indikator dari variabel independen keberagaman produk adalah sebagai berikut:

- 1) Kelengkapan produk
- 2) Merek produk
- 3) Variasi ukuran produk
- 4) Variasi kualitas produk

Berdasarkan indikator-indikator tentang keberagaman produk dalam penelitian ini, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam *likert* adalah:

- 1) Jenis produk yang disediakan pada Butik Sakinah Collection Lumajang cukup lengkap.
- 2) Jenis merek produk yang disediakan pada Butik Sakinah Collection Lumajang bervariasi.
- 3) Pilihan ukuran produk yang ditampilkan pada Butik Sakinah Collection Lumajang bervariasi.
- 4) Kualitas produk yang disediakan pada Butik Sakinah Collection Lumajang sesuai dengan keinginan pembeli.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayan dalam penelitian ini adalah pernyataan sikap yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan hasil yang dicapai yang meliputi:

1) Keandalan (*reliability*)

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:182) berpendapat bahwa keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Pemenuhan janji dalam pelayanan akan mencerminkan kredibilitas perusahaan.

2) Ketanggapan (*responsiveness*)

Menurut Kotler (2009:52) “ketanggapan merupakan kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu. Daya tanggap atau ketanggapan yang diberikan oleh perusahaan dengan baik akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen atau pelanggan.”

3) Jaminan (*assurance*)

Kotler (2009:52) mendefinisikan “jaminan adalah pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.”

4) Empati (*empathy*)

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006:182), empati (*empathy*) yaitu perhatian dengan memberikan sikap yang tulus dan bersifat individual atau

pribadi yang diberika perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

5) Wujud atau Bukti (*tangibles*)

Menurut Zeithaml. et. al. (2005:10) menyatakan wujud fisik (*tangible*) adalah kebutuhan pelanggan yang berfokus pada fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan, tersedia tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan.

Berdasarkan indikator-indikator tentang kualitas pelayanan dalam penelitian ini, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam *likert* adalah:

- 1) Tersedianya jasa yang sesuai dijanjikan.
- 2) Karyawan memberi tahu pelanggan pelayanan dilaksanakan sesuai dengan nomor urut kedatangan..
- 3) Karyawan selalu jujur, sopan, dan ramah.
- 4) Karyawan tidak memandang status sosial dalam menangani pelanggan.
- 5) Ruangan yang bersih dan nyaman.

b. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2009:235), Keputusan pembelian adalah proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif

pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku pembelian. Definisi tersebut maka indikator keputusan pembelian antara lain :

- 1) Pengenalan masalah
- 2) Pencarian informasi
- 3) Evaluasi alternatif
- 4) Keputusan pembelian
- 5) Evaluasi pasca pembelian. (Priansa, 2017:479)

Berdasarkan indikator-indikator tentang keputusan pembelian dalam penelitian ini, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam *likert* adalah:

- 1) Saya membeli pada **Butik Sakinah Collection Lumajang** karena membutuhkannya.
- 2) Sebelum membeli pada **Butik Sakinah Collection Lumajang**, saya mencari informasi dari sumber-sumber yang terkait.
- 3) Saya melakukan perbandingan dan menyeleksi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli pada **Butik Sakinah Collection Lumajang**.
- 4) Saya memutuskan pada **Butik Sakinah Collection Lumajang**.
- 5) Saya memutuskan tetap pada **Butik Sakinah Collection Lumajang**.

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:172) menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Skala pengukuran merupakan kesepakatan digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur,

sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran dapat menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2015:167).

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval. Skala Interval merupakan skala pengukuran yang bisa digunakan untuk menyatakan peringkat untuk antar tingkatan. Jarak atau interval antar tingkatan pun sudah jelas, hanya saja tidak memiliki nilai 0 (nol) mutlak. Skala interval ini bisa dikatakan berada diatas skala ordinal dan nominal. Besar interval atau jarak satu data dengan data yang lainnya memiliki bobot nilai yang sama. Besar interval ini bisa saja di tambah atau dikurang.

Pengukuran data untuk variabel keragaman produk dan kualitas pelayanan dalam keputusan pembelian pada pemakai Butik Sakinah Collection Lumajang, dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dari kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan presepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena alam atau sosial. Bentuk skala *likert* sebagai berikut :

- | | |
|-------------------------------------------------------|---|
| a. SS/Sangat Setuju/sangat positif diberi skor | 5 |
| b. ST/Setuju/positif diberi skor | 4 |
| c. RG/Ragu-ragu/netral diberi skor | 3 |
| d. TS/Tidak Setuju/negatif diberi skor | 2 |
| e. STS/Sangat Tidak Setuju/sangat negatif diberi skor | 1 |

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
Keragaman Produk	Kelengkapan produk	Jenis produk yang disediakan pada Butik Sakinah Collection Lumajang cukup lengkap	Interval	Kotler & Keller, (2007:15)
	Merek produk	Jenis merek produk yang disediakan pada Butik Sakinah Collection Lumajang bervariasi		
	Variasi ukuran produk	Pilihan ukuran produk yang ditampilkan pada Butik Sakinah Collection Lumajang bervariasi		
	Variasi kualitas produk	Kualitas produk yang disediakan pada Butik Sakinah Collection Lumajang sesuai dengan keinginan pembeli		
Kualitas Pelayanan	Keandalan	Tersedianya jasa sesuai yang dijanjikan	Interval	Tjiptono, (2015:273)
	Ketanggapan	Karyawan memberi tahu pelanggan pelayanan dilaksanakan sesuai dengan nomor urut kedatangan		
	Jaminan	Karyawan selalu sopan, jujur, dan ramah.		
	Empati	Karyawan tidak memandang status sosial dalam menangani pelanggan		
	Bukti	Ruangan yang bersih dan nyaman.		
Keputusan pembelian	Pengenalan kebutuhan	Saya membeli Butik Sakinah Collection Lumajang karena membutuhkannya.	Interval	Priansa, (2017:168)
	Pencarian informasi	Sebelum membeli Butik Sakinah Collection Lumajang, saya mencari informasi dari sumber-sumber yang terkait.		

Evaluasi pembelian	Saya melakukan perbandingan dan menyeleksi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli Butik Sakinah Collection Lumajang .
Keputusan pembelian	Saya memutuskan membeli Butik Sakinah Collection Lumajang
Keputusan pasca pembelian	Saya memutuskan tetap membeli Butik Sakinah Collection Lumajang .

Sumber: Data diolah peneliti, 2022.

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Observasi

Menurut Sugiyono (2017:229) mengemukakan bahwa, observasi ialah suatu proses kompleks yang tersusun dari berbagai proses biologis dan proses psikologis. Yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Observasi dilakukan dengan cara pengamatan langsung terhadap responden yaitu konsumen Butik Sakinah Collection Lumajang.

3.7.2 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:225) menyatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan penyebaran kuesioner. Penyebaran kuisioner secara offline dilakukan dengan memberikan kepada responden secara langsung. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah model tertutup yaitu kuesioner yang sudah disediakan jawaban sehingga responden hanya tinggal mengisi jawaban yang telah disediakan yang sesuai dengan pendapat responden tersebut. Penyebaran kuesioner tersebut akan

dilakukan secara offline. Data hasil dari responden ini nantinya akan di evaluasi kembali, hal ini digunakan untuk menentukan layak tidaknya jawaban dari responden yang telah ditentukan.

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan mengarah untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal (Sugiyono, 2009:426)

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda, bahwa data harus berdistribusi normal dan terbebas dari multikolinieritas (*multicolonearity*) dan heterokedastisitas (*heterokedasticity*). Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan hitungan metode statistik yang dibantu dengan data SPSS pada perhitungan regresi.

3.8.1 Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka dari itu perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjaring data responden, dimana asumsi dasar harus dipenuhi oleh kuesioner yang terdiri dari data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis terhadap berikutnya.

a. Pengujian Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang di ajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan. Seperti

dikatakan oleh Sugiyono (2014:121), instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Menurut Sugiyono (2014:126), Syarat minimum untuk suatu data kuantitatif dianggap memenuhi syarat validitas apabila r minimal bernilai 0,3. Jadi jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid”.

b. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu pengukuran disebut reliabel atau memiliki keandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama (Morissan, 2015:99).

Jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama pada waktu yang berlainan. Suatu kuesioner disebut mempunyai reliabilitas atau dapat dipercaya, jika kuesioner itu stabil dan dapat di andalkan sehingga karena penggunaan kuesioner tersebut berkali-kali akan memberikan hasil yang serupa. Menurut (Nugroho, 2011:33), uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan menjadi dalam tabel sebagai 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	Mendekati 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 Klasik

Uji asumsi klasik digunakan sebagai syarat untuk menguji apakah model regresi linear berganda benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representative. Pengujian asumsi klasik yang harus dilakukan dalam model regresi linier berganda, yaitu sebagai berikut:

- 1) Uji Normalitas Data
- 2) Uji Multikolinieritas
- 3) Uji Heteroskedastisitas

(Lupiyoadi, 2015:134)

a. Pengujian Normalitas Data

Menurut Lupiyoadi (2015:134) menyatakan bahwa uji normalitas merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik. Apabila data tidak berdistribusi normal, maka kita tidak dapat menggunakan analisis parametrik melainkan menggunakan analisis non-parametrik. Cara untuk menentukan apakah suatu model berdistribusi normal atau tidak, biasanya hanya melihat pada bentuk histogram residual yang bentuknya seperti lonceng atau tidak, atau menggunakan *scatter plot* dengan mengacu pada nilai residu yang membentuk pola tertentu. Ada dua pendekatan untuk menguji normalitas data, yaitu sebagai berikut.

- a. Menggunakan rasio skewness dan rasio kurtosis, serta
- b. Menggunakan uji *Kolmogorof-Smirnov*

Rasio skewness dan rasio kurtosis dapat dijadikan petunjuk apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak dengan cara melakukan pembagian dengan standar

error skewness, begitu juga untuk kurtosis. Dengan cara ini, batasan data dikatakan berdistribusi normal jika nilai rasio kurtosis dan *skewness* berada di antara -2 hingga +2, diluar nilai tersebut maka data tidak berdistribusi normal. Sementara uji *kolmogorof-Smirnov* atau uji K-S termasuk dalam golongan non-parametrik dan data dikatakan normal apabila apabila nilai $Sign > 0,05$ (Lupiyoadi, 2015:135).

b. Pengujian Multikolinieritas

Menurut Lupiyoadi (2015:141) menyatakan bahwa uji multikolinieritas adalah suatu kondisi di mana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan model regresi linear. Dalam analisis regresi, suatu model harus terbebas dari gejala multikolinieritas.

Menurut Lupiyoadi (2015:142) untuk mengetahui apakah suatu model regresi yang dihasilkan mengalami gejala multikolinieritas, dapat dilihat pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Gejala multikolinieritas terdeteksi apabila nilai VIF lebih besardari 10 atau $VIF > 10$. Jika nilai $VIF < 10$ maka tidak ditemukan korelasi di antara variabel independen. Selain melihat nilai VIF, bisa juga dideteksi dari nilai *tolerance*, yaitu jika nilai *tolerance* yang dihasilkan mendekati 1, maka model terbebas dari gejala multikolinieritas sedangkan semakin menjauhi 1, maka model tidak terjadi/bebas gejala multikolinieritas.

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Menurut Lupiyoadi (2015:138) menyatakan bahwa suatu model pengujian seperti regresi linier berganda, maka data harus terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas berarti variasi residual tidak sama dari

satu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga variansi residual harus bersifat homoskedastisitas, yaitu pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat. Jika nilai signifikan lebih besar dari α (5%) maka tidak terdapat Heteroskedastisitas, dan sebaliknya jika signifikan lebih kecil dari α (5%) maka terdapat Heteroskedastisitas (Mariana, 2015).

Pengujian heteroskedastisitas sama dengan pengujian normalitas, yaitu menggunakan pengamatan pada gambar atau *scatter plot*, namun sekali lagi cara ini kurang tepat karena pengambilan keputusan data memiliki gejala heteroskedastisitas atau tidak hanya berdasarkan gambar dan kebenarannya tidak dapat dipertanggungjawabkan. Untuk mengetahui apakah suatu model terbebas dari gejala heteroskedastisitas atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan alat statistik yaitu menggunakan Uji Glejser dengan bantuan *software* SPSS (Lupiyoadi, 2015:139).

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel independent terhadap variabel dependent. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengambil seberapa besar pengaruh variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) (Melda, Harwan Sutomo, 2015).

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X_1 = Keberagaman Produk

X_2 = Kualitas Pelayanan

β = Koefisien regresi variabel independen

e = *Error*

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier sederhana kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

a. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Silaen (2014:357) menyatakan bahwa uji t digunakan untuk menguji persamaan regresi apakah memang valid untuk memprediksi Variabel Y, atau untuk menguji apakah sebenarnya ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

- 1) Merumuskan Hipotesis nihil dan hipotesis alternative. Penelitian ini hipotesisnya:

Hipotesis pertama:

H_0 : Keragaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H_a : Keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hipotesis kedua:

H_0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H_a : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

- 2) Menentukan *level of signifikan* dengan $\alpha = 5\%$

Tingkat signifikan yang digunakan pada penelitian ini adalah sebesar 5% atau 0,05 untuk derajat kebebasannya menggunakan formula $n-2$ dimana n adalah besaran sampel.

- 3) Menentukan kriteria pengujian :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan terdapat pengaruh

Jika $-t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan tidak terdapat pengaruh.

- 4) Menentukan nilai t_{hitung} dengan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standar Error}}$$

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

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Widarjono(2015:266) koefisien determinan ini mengukur presentase total variasi Y yang di jelaskan oleh garis regresi (variabel independen). tujuan dari analisis regresi adalah untuk mengembangkan sebuah model estimasi yang mampu mencocokkan dengan baik terhadap data sampel. *Standart error of estimate* telah dikembangkan sebagai ukuran ketetapan prediksi. Namun, ukuran

ini tergantung dari skala pengukuran dari variabel dependen, oleh karena itu, dibutuhkan garis regresi ini disebut dengan koefisien determinasi.

Menurut Sanusi(2017:136) menjelaskan bahwa, persamaan regresi linier berganda semakin baik apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati 1) dan cenderung meningkat nilainya sejalan dengan peningkatan jumlah variabel bebas.

