

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2014) metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivism, yang digunakan untuk mempelajari populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk mempelajari populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel yang digunakan kebanyakan acak, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian (Sugiyono, 2014:11). Analisis adalah fitur tujuan kuantitatif atau statistic untuk menguji hipotesis. Analisis asosiasi adalah suatu bentuk analisis data eksploratif yang mengkaji ada atau tidaknya hubungan antar variabel dalam dua kelompok data atau lebih Siregar (2017: 101). Penelitian ini menganalisis Variabel Independen (X) kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap (Y) minat beli, teknik analisis Regresi Linier berganda dapat digunakan untuk menguji hipotesis bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat beli. Antara variabel bebas (X1) yaitu kualitas produk, (X2) harga, dan (X3) lokasi variabel dependen (Y) yaitu minat beli.

3.2 Objek penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1), harga (X2) dan lokasi (X3) sebagai variabel independen (X) terhadap variabel minat beli sebagai variabel dependen (Y) yang berlokasi di Pasar Klakah- Lumajang. Menurut (Sugiyono,2021:38), objek penelitian adalah orang dan objek, sikap dan pendapat

yang memiliki keragaman, alat yang sempurna yang dapat dipilih peneliti sebagai alat penelitian dan menarik kesimpulan dari penelitiannya.

3.3 Jenis dan sumber data

3.3.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder

a. Data primer

Menurut Amirullah 2013:116, data primer adalah informasi yang dikumpulkan terutama untuk kebutuhan penelitian yang sedang berlangsung. Tujuan utama pengumpulan informasi dasar adalah untuk memenuhi kebutuhan penelitian saat ini. Data primer biasanya lebih sulit dikumpulkan dibandingkan dengan data sekunder yang lebih mudah dikumpulkan. Memperoleh data primer membutuhkan banyak biaya dan waktu dari peneliti dibandingkan dengan memperoleh data sekunder. Data utama penelitian ini adalah hasil survey terhadap responden yaitu konsumen daging sapi milik Pak Sotro Pasar Klakah- Lumajang .

b. Data sekunder

Menurut Suryan dan Hendryand (2015:171), data sekunder adalah informasi yang diperoleh peneliti dari sumber yang ada, dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi. Data sekunder dapat berupa bukti, dokumen atau arsip laporan yang diungkapkan sebagai pengguna informasi. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari gambaran pembelian daging sapi di Lapak Pak Sotro Pasar Klakah-Lumajang.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data internal dan eksternal. Menurut Suryan & Hendryad (2015:170), data internal adalah data yang menggambarkan keadaan organisasi. Data internal meliputi data produksi dan penjualan.

Menurut Paramita & Rizal (2018) data eksternal adalah data yang berasal dari luar organisasi atau perusahaan. Jadi, sumber data eksternal adalah data yang diperoleh atau diterima dari luar perusahaan atau organisasi terkait. Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari penelitian terdahulu. Berupa artikel dan jurnal serta penelitian lain yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan (Paramita dan rizal, 2021:72).

3.4 Populasi dan Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah yang digeneralisasikan yang terdiri dari subjek dan objek yang kualitas dan karakteristiknya ditentukan berdasarkan penelitian yang dipelajari kemudian kesimpulannya. Menurut (Sugiono 2016:12) random sampling adalah teknik dimana sampel ditentukan berdasarkan kebetulan, yaitu setiap konsumen yang ditemui peneliti secara kebetulan dapat digunakan sebagai sampel jika pertemuan acak dianggap cocok untuk sumber data. Adapun cara lain untuk memastikan bahwa data yang diperoleh mewakili data yang tersedia pada populasi umum, perlu dilakukan pemilihan responden yang menjadi sumber data

dari seluruh populasi. Studi ini memilih semua konsumen yang membeli produk daging sapi yang tidak diketahui jumlahnya.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2018:81). Sampel merupakan salah satu bagian dari jumlah maupun karakteristik dari suatu Populasi. kuisisioner melalui *google form*, hal ini dilakukan guna hasil dari kuisisioner valid.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika orang yang ditemui memenuhi kriteria sebagai sumber data.

Berikut kriteria yang menjadi pertimbangan responden :

- a. Responden adalah masyarakat Klakah
- b. Responden adalah yang pernah membeli daging sapi di Lapak Pak Sotro minimal 2 kali pembelian

Menurut Sugiyono (2019) metode pengambilan sampel yang digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Roscoe (Sugiono, 2019:154-155). Roscoe memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500.

- b. Bila sampel di bagi dalam kategori (misalnya : pegawai negeri dan swasta, laki-laki dan perempuan, dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian ingin melakukan suatu analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda) maka untuk jumlah anggota sampel harus minimal 10 dari setiap variabel yang di teliti, termasuk jumlah variabel untuk variabel independen dan variabel dependen.
- d. Dalam penelitian yang sederhana dapat menggunakan golongan kelompok dari jumlah sampel yang masing-masing 10-20 anggota.

Dari pendapat tersebut maka di peroleh sampel untuk penelitian ini yang mengarah kepada jumlah empat variabel , yaitu 3 variabel independen dan 1 variabel dependen. Sampel yang di tentukan untuk di ambil dengan minimal 10 responden untuk setiap variabel atau $4 \text{ (empat) variabel} \times 10 \text{ responden} = 40$ sampel yang di gunakan. Semakin banyak sampel yang di pilih maka hasil yang di peroleh akan semakin baik. Oleh karena itu untuk penelitian ini peneliti mengambil sampel untuk setiap variabel 15 orang atau $4 \text{ (empat) variabel} \times 15 \text{ responden} = 60$ sampel.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah objek penelitian yang ditetapkan yang diamati dan dipelajari untuk memperoleh informasi untuk menarik kesimpulan (Sugiyono, 2014:38) Ada beberapa variabel yaitu:

a) Variabel Independen

Variabel ini menurut Sugiyono (2015:96) sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Yang dalam bahasa Indonesia biasa disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab penambahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1), harga (X2), dan lokasi (X3).

b) Variabel Dependen

Variabel ini juga disebut variabel dependen, endogen atau hasil. Menurut Sugiyono (2013:39) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau berasal dari variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan yaitu minat beli (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

a. Kualitas Produk (X1)

Menurut Kotler dan Keller (2016) kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Pengertian ini menjelaskan bahwa kualitas produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan konsumen (Kotler dan Keller, 2016:156).

b. Harga (X2)

Harga dapat dikatakan sebagai tarif yaitu sejumlah uang yang harus diberikan oleh pembeli ke penjual untuk menerima barang yang diinginkan dan harga

penentu harga yang harus dipertimbangkan karena berhubungan dengan dengan keputusan pembelian (Sugiono, 2019).

c. Lokasi (X3)

Utami (2017:113) menjelaskan bahwa lokasi merupakan faktor utama yang sangat penting dalam mendirikan bisnis perusahaan atau toko konsumen. Penentuan lokasi yang tepat mempengaruhi persaingan. Memilih lokasi yang salah dapat berdampak negatif pada perusahaan dan toko, serta penutupan perusahaan dan risiko lainnya .

d. Minat beli (Y)

Minat beli mengacu pada tindakan konsumen sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Pembelian sebesar minat konsumen terhadap suatu produk, dan keinginan membeli terjadi setelah adanya kesadaran dan kesadaran konsumen terhadap suatu produk tertentu (Indika & Jovita, 2017).

3.5.3 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini ada beberapa istilah yang memerlukan penjelasan yang mencerminkan sudut pandang penulis agar tidak terjadi penafsiran yang berbeda oleh pembaca. Oleh karena itu, dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Kualitas Produk

Menurut Kotler terdapat Sembilan indikator kualitas produk yaitu (Kotler dan Keller, 2016:393):

1. Bentuk (*form*)
2. Ciri- ciri produk (*features*)
3. Kinerja (*performance*)

4. Ketepatan/ kesesuaian (*conformance*)
5. Ketahanan (*Durability*)
6. Keandalan (*reliability*)
7. Kemudahan perbaikan (*repairability*)
8. Gaya (*Style*)
9. Desain (*Design*)

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

1. Kualitas daging sapi Lapak Pak Sotro cukup bagus.
2. Daging sapi yang diperjualkan segar dan menarik perhatian
3. Daging sapi selalu segar dan memotong di tempat penjualan langsung.
4. Daging sapi dalam keadaan bersih menentukan rasa pada saat dimasak
5. Daging sapi memiliki daya tahan 12 bulan lamanya.
6. Daging sapi pada Lapak Pak Sotro lebih bagus dan murah
7. Variasi daging sapi yang dijual
8. Warna daging sapi cerah dan memiliki aroma khas
9. Kemasan daging sapi berbeda dari lapak lain karena menggunakan kantong plastik berlogo yang di desain khusus oleh Pak Sotro

b. **Harga**

Menurut Kotler dan Amstrong (2016) bahwa ada keterjangkauan harga dengan kualitas produk, dan harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. Dibawah ini penjelasan ukuran harga yaitu (Kotler, Philip dan Amstrong, 2016:34):

1. Ketergantungan harga
2. Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

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

1. Harga daging yang ditawarkan pada Lapak daging Sapi Pak Sotro terjangkau dikalangan konsumen
2. Harga yang ditawarkan pada Lapak Daging Sapi Pak Sotro mampu bersaing dengan penjual lain.
3. Harga daging sapi di Lapak Pak Sotro bervariasi dengan kualitas daging sapi yang baik
4. Harga daging sapi yang ditawarkan di Lapak Pak Sotro sesuai dengan manfaat yang dirasakan

c. **Lokasi**

Tjiptono dan Chandra (2016:93) menyatakan bahwa pemilihan tempat atau lokasi memerlukan pertimbangan yang matang dari faktor-faktor berikut:

1. akses
2. Visitabilitas,
3. Lalu lintas,
4. Tempat parkir yang luas,
5. Ekspansi,
6. Lingkungan,

7. Kompetisi,
8. Peraturan pemerintah

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

- d. Akses kemudahan keluar masuk dengan jalan raya
- e. Berada di daerah keramaian
- f. Berada pada lalu lintas yang ramai dilalui oleh banyak orang
- g. Tempat parkir berada di lokasi yang aman
- h. Akan membuka cabang baru
- i. Berada disekitar masyarakat yang mendukung terhadap usaha
- j. Harga yang lebih murah dari pesaing
- k. Peraturan pemerintah yang sesuai

d Minat beli

Menurut Priansa (2017) minat beli konsumen dapat diukur dengan empat dimensi atau indikator sebagai berikut (priansa, 2017:168):

1. Minat transaksional
2. Minat referensial
3. Minat preferensial
4. Minat eksploratif

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

1. saya tertarik untuk membeli daging sapi di lapak Pak Sotro karena kualitasnya baik

2. saya bersedia merekomendasi Daging Sapi Pak Sotro kepada orang lain
3. daging sapi di Lapak Pak Sotro lebih menarik perhatian saya
4. saya menanyakan informasi produk Daging Sapi milik Pak Sotro kepada orang yang sudah pernah membeli

3.6 Instrumen penelitian

Instrumen Penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang sedang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini dinamakan variabel penelitian (Sugiyono, 2012:146). Dalam penelitian ini ada 4 (empat) instrument yaitu :

1. Instrumen untuk mengukur kualitas pelayanan.
2. Instrumen untuk mengukur kualitas produk.
3. Instrumen untuk mengukur promosi penjualan.
4. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian.

Indrawan dan Yuniawati (2014) Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan oleh seorang peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti (Indrawan dan Yuniawati, 2014:112). Instrumen penelitian disusun berdasarkan indeks variabel yang dibangun pada skala yang sesuai.

Berikut ini adalah table instrument penelitian:

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Kualitas Produk (X1)	1. bentuk	1. kualitas daging sapi Lapak Pak Sotro cukup bagus	Ordinal	Kotler & Keller (2016:393)
		2. ciri- ciri produk	2. daging sapi yang diperjualkan segar dan menarik perhatian.		
		3. kinerja	3. daging sapi selalu segar dan memotong di tempat penjualan langsung.		
		4.ketepatan/ kesesuaian	4. Daging sapi dalam keadaan bersih menentukan rasa pada saat dimasak		
		5.ketahanan	5 .Daging sapi memiliki daya tahan 12 bulan lamanya		
		6. ketahanan	6.Daging sapi pada Lapak Pak Sotro lebih bagus dan murah		
		7. kemudahan	7. Variasi daging sapi yang dijual		
		8. gaya	8. warna daging sapi cerh dan memiliki sroms khas		
		9. desain	9. kemasan daging sapi berbeda dengan laapak lain, karena menggunakan kantong plastik berlogo yang didesain khusus oleh Pak Sotro		
2.	Harga(X2)	1. ketergantungan harga	1. harga daging yang ditawarkan pada Lapak daging sapi Pak Sotro terjangkau dikalangan konsumen.	Ordinal	Kotler & Amstrong (2016:34)
		2. harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga	2. harga yang ditawarkan pada Lapak Pak Sotro mampu bersaing dengan penjual lain		
		3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	3. Harga daging sapi di Lapak Daging Sapi Pak Sotro bervariasi dengna kualitas daging sapi yang baik		
		4. Kesesuaian harga dengan manfaat	4. Harga daging sapi yang ditawarkan di Lapak Pak Sotro sesuai dengan manfaat yang dirasakan.		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
3.	Lokasi(X3)	1. Akses	1. akses kemudahan keluar masuk dengan jalan raya	Ordinal	Tjiptono & Candra (2016:93)
		2. visitabilitas	2. berada di daerah keramaian		
		3. Lalu lintas	3. Berada pada lalu lintas yang ramai dilalui oleh banyak orang		
		4. Tempat parkir yang luas	4. Tempat parkir berada dilokasi yang aman		
		5. Ekspansi	5. Akan membuka cabang baru		
		6. Lingkungan	6. Berada disekitar masyarakat yang mendukung terhadap usaha		
		7. Kompetisi	7. Harga yang lebih murah dari pesaing		
		8. Peraturan pemerintah	8. Peraturan pemerintah yang sesuai		
4.	Minat beli (Y)	1. Minat transaksional	1. Saya tertarik untuk membeli daging sapi di Lapak Pak Sotro karena kualitas baik	Ordinal	Priansa (2017:168)
		2. Minat referensial	2. Saya bersedia merekomendasikan Daging sapi Pak Sotro kepada orang lain.		
		3. Minat preferensial	3. Daging sapi di Lapak Pak Sotro lebih menarik perhatian saya		
		4.minat eksploratif	4. Syaa menanyakan informasi produk daging sapi milik Pak Sotro kepada orang yang sudah pernah membeli		

3.7 Metode Pengumpulan Data

Tujuan penelitian tidak lain adalah untuk mendapatkan informasi, maka metode pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam penelitian. Sujarweni (2014:74) menyatakan bahwa pengumpulan data adalah cara peneliti mengungkapkan atau mengumpulkan informassi kuantitatif dari

responden sesuai dengan ruang lingkup penelitian. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2018) Pengumpulan data bisa dilakukan dengan berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Dilihat dari settingnya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah, pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dan lain-lain. Jika dilihat dari sumber datanya, pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Selanjutnya jika dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuisisioner (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya.

3.7.1 Wawancara

Wawancara atau *interview* adalah komunikasi dua arah, untuk memperoleh informasi dari responden. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan survey pendahuluan untuk menemukan masalah dalam penelitian, dan juga ketika peneliti ingin mempelajari lebih lanjut tentang responden dan jumlah responden sedikit/ kecil (sugiyono, 2018:224).

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan konsumen daging sapi di Lapak Pak Sotro Pasar Klakah Lumajang.

3.7.2 Observasi

Menurut Sugiyono (2018) Observasi ialah teknik pengumpulan data yang memiliki ciri spesifik apabila dibandingkan dengan teknik lainnya, yaitu wawancara dan kuesioner (sugiyono, 2018:145). Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi digunakan apabila peneliti berkenaan dengan perilaku

manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang di amati tidak terlalu luas. Observasi di lakukan dengan cara pengamatan secara langsung pada konsumen daging sapi di Lapak Pak Sotro Pasar Klakah Lumajang

3.7.3 Kuesioner

Kuesioner adalah teknik mengumpulkan data yang diterapkan dengan mengajukan serangkain pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Kuesioner merupakan teknik yang efektif jika peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan memahami apa yang diharapkan dari responden (Sugiyono, 2018:42).

Dalam pengambilan sebuah sampel pada penelitian ini, kuesioner di bagikan secara langsung kepada konsumen daging sapi yang telah membeli maupun yang belum membeli daging sapi di Lapak Pak Sotro Pasar Klakah Lumajang. Pengukuran data untuk variabel, kualitas produk, harga, lokasi terhadap minat beli yang dilakukan dengan cara memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari beberapa pertanyaan dari kuesioner tersebut. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala likert. Skala likert di gunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial. Adapun untuk skala likert antara lain :

1. Setuju/selalu/sangat positif di beri skor 5
2. Setuju/sering/positif di beri skor 4
3. Ragu-ragu/kadang/netral di beri skor 3
4. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative di beri skor 2
5. Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negative di beri skor 1

(Sugiono, 2019:166)

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013:169) hipotesis dan tujuan yang akan ditempuh dalam penelitian kuantitatif, maka digunakan analisis regresi linier berganda yang sudah jelas dengan bentuk hubungan asosiatif kausal, yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis, mengetahui pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini.

Sebelum melakukan analisis dan dampak, perlu dilakukan validitas dan reliabilitas kuesioner. Selanjutnya dilakukan analisis dan uji dampak dengan menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus terdistribusi secara normal, tanpa multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

3.8.1 Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden, dimana asumsi dasarnya adalah kuesioner harus diisi, bahwa data harus valid dan reliabel, yaitu sebagai berikut.

a. Pengujian Validitas

hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan pada data yang telah dikumpulkan dengan data sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrument dikatakan valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono,2014:121).

Untuk mengetahui setiap butir dalam instrumen itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total (Y), bila harga korelasi di bawah 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki (Sugiyono, 2015:174).

b. Pengujian Realibilitas

Perlu di bedakan antara hasil penelitian yang reliabel dengan instrumen penelitian atau alat ukur yang reliabel. Hasil penelitian yang reliabel, bila dalam hasil penelitian terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Sedangkan instrumen penelitian yang reliabel menyangkut ketepatan alat ukur. Suatu alat ukur di kategorikan mempunyai reliabilitas tinggi atau dapat di percaya. Jika alat ukur itu stabil atau konsisten dan dapat di andalkan (*dependability*), yaitu hasil pengukurannya tidak berubah-ubah, karena alat ukur itu di gunakan berkali-kali akan memperoleh hasil yang serupa serta hasilnya dapat di ramalkan (*ipredictability*).

Selain itu, alat ukur memiliki aspek presisi atau ukuran yang tepat, yaitu ukuran yang sesuai dengan objek pengukuran, dan sifat pengukuran juga harus sedemikian rupa sehingga eror pengukuran yang sifatnya random dapat ditoleransi (Silaen,2018:107). Berdasarkan uraian di atas dapat di simpulkan bahwa Reliabilitas adalah ketepatan atau presisi suatu pengukuran maupun alat pengukuran dengan kata lain, alat ukur itu dapat mengukur secara cermat, tepat dan akurat. Uji Reabilitas merupakan indeks yang menunjukkan suatu alat ukur untuk dapat di percaya atau dapat di andalkan. Suatu item pertanyaan di tanyakan

reliable jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6 (Yuandari & Rahman, 2017:57).

Pengukuran menggunakan *Cronbach Alpha* (α) akan menghasilkan nilai *alpha* pada skala 0-1, yang dapat dikelompokkan dalam lima kelas. Nilai masing-masing kelas dan tingkat reliabilitasnya dapat dilihat berdasarkan tabel berikut :

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Alpha	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 dalam (Kusuma, 2021:71)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2017:33) jika asumsi klasik terpenuhi, estimasi regresi kuadrat terkecil biasa (OLS) adalah BLUE (estimasi linier terbaik yang tidak biasa), yang berarti bahwa pengambilan keputusan dengan uji-F dan uji-T mungkin tidak normal . Dalam penelitian terdapat beberapa uji asumsi klasik diantara lain yaitu:

1. Pengujian Normalitas Data

Menurut Ghozali (2018:145) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau diambil berasal dari populasi normal atau tidak, Apabila variabel tidak berdistribusi secara normal maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan.

Uji normalitas data ini dilakukan dengan uji *Kolmogorov-smirnov* dengan menggunakan aplikasi SPSS dan memiliki kriteria berikut:

- 1) Jika nilai probabilitas $< 0,1$ maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal, sedangkan
- 2) Jika nilai probabilitas $> 0,1$ maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal.

2. Pengujian Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terkaitnya menjadi terganggu. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Kurniawan, 2014:157). Beberapa kriteria untuk mendeteksi multikolinieritas pada suatu model yaitu sebagai berikut :

1. Jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas. Semakin tinggi VIF, maka semakin rendah Tolerance.
2. Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas. Jika lebih dari 0,70 maka diasumsikan terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinieritas.

3. Jika nilai koefisien determinasi, baik nilai R^2 maupun Adjusted R^2 di atas 0,60 namun tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen, maka diasumsikan model terkena multikolinearitas.

3. Pengujian Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan uji untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai prediksi dengan nilai residualnya. Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji Glejser, uji Rho Spearman, uji Park atau uji White (Kurniawan, 2014:158). Lopiyoadi dan Ikhsan (2015:138) mengemukakan bahwa, heteroskedastisitas memiliki variasi residual yang tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya, sehingga variasi residual harus bersifat Heteroskedastisitas, yaitu pengamatan satu dengan pengamatan yang lain sama agar memberikan dugaan model yang lebih akurat. Pada asumsi ini mengharuskan bahwa nilai sisa yang merupakan variabel pengganggu pada masing-masing variabel selalu konstan atau tidak berubah.

- a. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik (point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.

- b. Jika ada pola jelas serta titik yang melebar di atas dan di bawah angka 0, pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Berganda ialah analisis statistik yang menghubungkan antara dua Variabel Independen (X_1 , X_2 , dan X_3) dengan Variabel Dependen Y, (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:157). Maka analisis regresi linier berganda akan digunakan jika jumlah variabel *independennya* minimal 2.

Menurut Amirullah (2013:150) persamaan Regresi Linier Berganda secara umum dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + e$$

Keterangan:

Y	= Variabel dependen
α	= Konstanta
β_1	= koefisien regresi variabel independen
X_1	= Variabel independen 1
X_2	= Variabel independen 2
X_3	= Variabel Independen 3
e	= Error

Persamaan Analisis Regresi Berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 KL + \beta_2 kp + \beta_3 pp + e$$

Keterangan:

Y	= Keputusan Pembelian
α	= Konstanta

β_1	= Koefisien regresi variabel independen
KL	= Kualitas Pelayanan
Kp	= Kualitas produk
Pp	= Promosi penjualan
e	= Error

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah di lakukan Analisis Regresi Linier Berganda kemudian di lakukan pengujian Hipotesis yang di gunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh Variabel Independen (X_1 , X_2 , dan X_3) terhadap Variabel Dependen (Y), Baik parsial maupun simultan.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t (Uji Parsial) di gunakan untuk menguji sebuah Variabel Bebas apakah memberikan pengaruh terhadap Variabel Terikat (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:168). Untuk mengetahui apakah Variabel Bebas yang terdiri atas Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Variabel Terikat yaitu Keputusan Pembelian secara parsial yang di uji dengan cara signifikan. Berikut langkah-langkah pengujian hipotesis:

1. Merumuskan hipotesis

a) Hipotesis Pertama

H1 : Terdapat mengetahui dan menganalisis kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli daging sapi di Lapak Pak Sotro Klakah Lumajang.

b) Hipotesis Kedua

H2 : Terdapat mengetahui harga berpengaruh terhadap minat beli daging sapi di Lapak Pak Sotro Klakah Lumajang

c) Hipotesis Ketiga

H3. : Terdapat mengetahui lokasi berpengaruh terhadap minat beli daging sapi di Lapak Pak Sotro Klakah Lumajang.

2. Menentukan Level of signifikan dengan $\alpha = 0.1$. Bila nilai signifikan < 0.1 , maka H_α diterima, artinya variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Akan tetapi jika nilai signifikan > 0.1 , maka H_α ditolak, artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
3. Menentukan kriteria pengujian: 70 Jika $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a di terima. Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 di terima dan H_a di tolak. Rumus t tabel Sujarweni (2016:201) $df = n-2$ $df =$ degree of freedom (derajat bebas). $n =$ jumlah observasi (responden). $k =$ jumlah variabel penelitian.
4. Menentukan nilai t_{hitung} dengan rumus: $t_{hitung} = \frac{Koefisien \beta}{Standar Error}$
5. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t hitung dengan t table.

3.8.5 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R^2) di gunakan untuk menentukan seberapa besar variasi variabel dependen yang dapat di jelaskan oleh variabel independen (Santoso, 2012:355). Untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam

analisa regresi, ini di tunjukkan dari besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Jika koefisien determinasi nol berarti variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika koefisien determinasi mendekati angka satu, maka bisa di lakukan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda ialah menggunakan nilai R square. Dari koefisien determinasi (R^2) dapat di peroleh suatu nilai untuk mengukur kemampuan suatu model dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Koefisien determinasi dari penelitian ini akan di gunakan dalam mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, lokasi terhadap minat beli konsumen daging sapi Lapak Pak Sotro Pasar Klakah- Lumajang.

