

## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni penelitian kuantitatif eksplanatori dimana memfokuskan pada hubungan antar variabel. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk memberikan jawaban terhadap suatu masalah dan mendapatkan informasi lebih luas tentang suatu fenomena dengan menggunakan tahap-tahap pendekatan kuantitatif (Paramita.,*et.al*, 2021). Sedangkan menurut Sugiyono (2017) dalam Rahayu (2017) penelitian kuantitatif berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penulis menggunakan metode kuantitatif karena dari segi perspektifnya penelitian kuantitatif lebih menggunakan pendekatan etik, penulis mengumpulkan data dengan menetapkan terlebih dahulu konsep sebagai variabel-variabel yang berhubungan dan berasal dari teori-teori yang sudah ada, kemudian menetapkan indikator-indikator yang akan digunakan untuk mengukur hasil kuesioner. Maka di dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen (variabel yang memberi pengaruh) yakni harga, desain produk, dan *word of mouth*, sedangkan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen) yakni keputusan pembelian.

## 3.2 Objek Penelitian

Sugiyono, 2015 (dalam Carolina, 2017) mendefinisikan objek penelitian sebagai sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu suatu hal obyektif dan reliabel tentang suatu hal/variabel tertentu. Objek penelitian ini terdiri dari 3 variabel independen dan 1 variabel dependen. Variabel independen yang digunakan diantaranya harga ( $X_1$ ), desain produk ( $X_2$ ), dan *word of mouth* ( $X_3$ ), sedangkan variabel dependen yakni keputusan pembelian ( $Y$ ). Pada penelitian ini subjek yang dipilih adalah konsumen yang pernah membeli produk sepeda listrik uwinfly. Dengan banyaknya pengguna sepeda listrik uwinfly di lumajang, menarik minat peneliti untuk membuktikan apakah terdapat pengaruh variabel harga ( $X_1$ ), desain produk ( $X_2$ ), dan *word of mouth* ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sepeda listrik uwinfly di lumajang.

## 3.3 Jenis dan Sumber Data

### 3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengertian data primer menurut sugiyono, 2015 (dalam Carolina, 2017) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sedangkan menurut Paramita, *et,al* (2021) data primer adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original. Data primer diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada pengguna sepeda listrik uwinfly di lumajang yang bersedia menjadi responden.

### 3.3.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data internal. Data internal adalah sebuah data yang diperoleh dari dalam organisasi (Paramita, *et.al*, 2021). Data internal dalam penelitian ini adalah profil perusahaan, pencapaian penjualan, dan faktor-faktor yang dapat terjadi dalam keputusan pembelian sepeda listrik uwinfly di lumajang.

## 3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

### 3.4.1. Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Paramita, *et.al*, 2021). Menurut Sugiyono (2018) dalam Rahayu (2017) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan wilayah berupa objek/subjek yang akan diteliti dengan karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda listrik uwinfly di lumajang. Berdasarkan informasi dari salah satu dealer resmi produk uwinfly yakni Uwinfly Lumajang/CV.Niaga Bersama Abadi didapatkan data penjualan sebanyak 90 konsumen sepeda listrik uwinfly pada bulan Januari hingga Maret 2023. Jadi jumlah populasi pada penelitian ini adalah 90 orang.

### 3.4.2. Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Paramita.,*et.al* (2021) sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Sugiyono (2018) dalam Rahayu (2017) mengartikan sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Jadi peneliti tidak mungkin mengambil sampel dari seluruh populasi. Dengan meneliti sampel maka peneliti dapat menarik kesimpulan yang menggeneralisasi untuk seluruh populasinya. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yakni *probability sampling* tepatnya menggunakan *simple random sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur/anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Paramita.,*et.al.*,2021). Dalam teknik *simple random sampling* pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak. Penentuan ukuran sampel diperhitungkan berdasarkan rumus slovin (Siregar, 2015:134) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = sampel

N = populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan

Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{90}{1+90(0,1)^2}$$

$$n = \frac{90}{1+0,9}$$

$$n = \frac{90}{1,9} = 47,37 \text{ dibulatkan menjadi } 48.$$

Dari hasil perhitungan tersebut yakni 47,37 merupakan pecahan maka menurut (Sugiyono, 2019:136) dalam Muzhiroh, 2020) pada perhitungan yang menghasilkan pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan ke atas. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 48 orang responden.

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

#### **3.5.1. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah obyek penelitian atau segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan ditarik sebuah kesimpulan (Paramita.,*et.al.*,2021). Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih oleh penulis yaitu Pengaruh Harga, Desain Produk dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Listrik Uwinfly di lumajang, maka penulis mengelompokkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

### a. Variabel Independen

*Independent Variable* sering disebut sebagai variabel stimulus, *predictor*, dan *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas (Sugiyono, 2019:69 dalam Muzhiroh, 2020). Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini variabel bebas yang diteliti adalah Harga, Desain Produk dan *Word of Mouth*.

### b. Variabel Dependen

Paramita.,*et.al.*,2021 mendefinisikan variabel dependen sebagai variabel terikat, endogen atau konsekuen, yang menjadi pusat perhatian dalam sebuah penelitian. Artinya variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat yang diteliti adalah Keputusan Pembelian.

### 3.5.2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan pengertian dari semua variabel dalam penelitian dengan mengacu pada pendapat para ahli. Definisi konseptual variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### a. Harga ( $X_1$ )

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. (Alma, 2004:169) dalam Pradana.,*et.al* (2018). Harga juga merupakan faktor penentu pembelian, konsumen akan menilai produk berdasarkan harga yang ditawarkan oleh perusahaan, dengan melakukan identifikasi sederhana konsumen secara cepat dapat mengambil keputusan berdasarkan harga yang ditentukan, tentunya sebagai

perusahaan hal ini menjadi penting untuk diteliti dengan baik sudah sejauh mana harga yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen (Tirtaatmaja.,*et.al.*, 2019) dalam Hidayati.,*et.al* (2022).

**b. Desain Produk ( $X_2$ )**

Kotler dan Amstrong (2012, 332) dalam Hananto (2021), mendefinisikan desain produk sebagai totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan konsumen. Sedangkan Tjipto (2010, 78) dalam Hananto (2021), desain produk berkaitan dengan bagaimana suatu produk memiliki gaya tersendiri untuk meningkatkan nilai produk tersebut terhadap konsumen akhir.

**c. *Word of Mouth* ( $X_3$ )**

Menurut Ali hasan (2010:2) dalam Robustin & Fauziah (2018) *Word Of Mouth Marketing* merupakan upaya memberikan alasan agar orang berbicara tentang merek, produk maupun jasa dan membuat berlangsungnya pembicaraan itu lebih mudah. Santoso (2008:1) dalam Pratiwi (2017) mengatakan, *word of Mouth* adalah sebuah tindakan yang memang dilakukan untuk memperbesar efek *word of mouth* baik dengan iklan yang bagus, promosi yang tepat, *game online* yang memikat, publikasi di koran ataupun *event* yang akan dibicarakan orang secara terus menerus.

**d. Keputusan Pembelian ( $Y$ )**

Pengertian Dari Kotler dan Amstrong (2014) dalam Hananto (2021), keputusan pembelian merupakan pemikiran dari individu konsumen didalam mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari

sekian banyak pilihan. Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua jenis atau lebih alternatif pilihan putusan pembelian (Schiffman dan Kanuk, 2009: 179) dalam pratiwi (2017).

### 3.5.3. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel merupakan uraian variabel secara operasional menurut peneliti dengan mengacu pada pendapat para ahli disertai indikator-indikator variabel termasuk skala pengukuran (Paramita.,*et.al.*,2021). Definisi operasional variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### a. Harga ( $X_1$ )

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli sejauh mana nilai tersebut menggambarkan kualitas suatu barang. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:278) dalam Pradana.,*et.al* (2018) indikator harga adalah sebagai berikut:

- 1) Harga terjangkau oleh kemampuan daya beli konsumen.
- 2) Kesesuaian antara harga dengan kualitas.
- 3) Harga memiliki daya saing dengan produk lain yang sejenis.

Berdasarkan indikator harga tersebut, maka dapat dibuat kuesioner sebagai berikut:

- 1) Harga Sepeda Listrik Uwinfly terjangkau untuk semua kalangan.
- 2) Harga Sepeda Listrik Uwinfly sesuai dengan kualitas produknya.
- 3) Harga Sepeda Listrik Uwinfly mampu bersaing dengan produk sejenis.

**b. Desain Produk ( $X_2$ )**

Desain produk adalah ciri khas dari sebuah produk, baik berupa fitur yang keren, teknologi yang canggih, dan model serta pilihan warna yang beragam. Desain produk yang berkualitas dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu barang. Menurut Suswardji (2012) dalam Noor dan Trisna Insan (2016), indikator desain produk yaitu:

- 1) Mengikuti perkembangan zaman
- 2) Warna bervariasi
- 3) Desain elegan

Berdasarkan indikator desain produk tersebut, maka dapat dibuat kuesioner sebagai berikut:

- 1) Sepeda listrik uwinfly memiliki berbagai variasi model yang mengikuti perkembangan zaman.
- 2) Sepeda listrik uwinfly memiliki pilihan warna yang keren dan kekinian
- 3) Sepeda listrik uwinfly memiliki desain yang unik dan elegan.

**c. *Word of Mouth* ( $X_3$ )**

*Word of Mouth* merupakan suatu kegiatan memberikan informasi suatu produk atau jasa dari satu konsumen ke konsumen lainnya untuk mempromosikan suatu produk atau jasa tersebut. Perusahaan perlu mencari orang-orang yang sangat terkesan dan puas atau bahagia karena produk yang diterima, hal tersebut yang akan menjadi pengaruh atau rekomender yang besar pengaruhnya terhadap orang lain. Dalam penelitian ini menggunakan indikator menurut Sernovirtz

(2012:19) dalam Pratiwi (2017) ada 5 elemen-elemen (*Five Ts*) yang dibutuhkan untuk *word of mouth* agar dapat menyebar yaitu:

- 1) *Talkers* yaitu yang pertama dalam elemen ini pembicara, bisa siapa saja mulai dari teman, tetangga, keluarga.
- 2) *Topics* yaitu adanya suatu *word of mouth* karena tercipta suatu pesan atau perihal yang membuat mereka berbicara mengenai produk atau jasa.
- 3) *Tools* yaitu setelah kita mengetahui pesan atau perihal yang membuat mereka berbicara mengenai produk atau jasa tersebut dibutuhkan suatu alat untuk membantu agar pesan tersebut dapat berjalan.
- 4) *Taking Part* atau partisipasi perusahaan yaitu suatu partisipasi perusahaan seperti halnya dalam menanggapi respon pertanyaan-pertanyaan mengenai produk atau jasa tersebut.
- 5) *Tracking* atau pengawasan akan hasil WOM marketing perusahaan setelah satu alat tersebut berguna dalam proses *word of mouth* dan perusahaan pun cepat tanggap dalam merespon calon konsumen, perlu pula pengawasan akan *word of mouth* yang telah ada tersebut yaitu dengan melihat hasil seperti dalam kotak saran sehingga terdapat informasi banyaknya *word of mouth* positif atau *word of mouth* negatif dari para konsumen.

Berdasarkan indikator *word of mouth* tersebut, maka dapat dibuat kuesioner sebagai berikut:

- 1) Saya sering mendengar orang lain yang menceritakan kepuasannya setelah menggunakan Sepeda listrik uwinfly.

- 2) Saya melakukan pembelian produk Sepeda listrik uwinfly melalui saran dari teman, saudara, atau keluarga.
- 3) Saya sering membicarakan kepada orang lain, kenyamanan yang saya peroleh saat menggunakan Sepeda listrik uwinfly.

**d. Keputusan Pembelian (Y)**

Dalam menentukan keputusan pembelian suatu produk, konsumen mencari terlebih dahulu alternatif produk/jasa yang akan dibeli kemudian mengevaluasi sesuai dengan kebutuhannya dan memutuskan pembelian suatu produk/jasa. Indikator keputusan pembelian yang disampaikan oleh Tjiptono (2012,184) dalam Hananto (2021) dimana keputusan konsumen untuk membeli suatu produk meliputi:

- 1) Pilihan produk, konsumen yang dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk dari uangnya.
- 2) Pilihan merek, konsumen mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli.
- 3) Pilihan penyalur, dimana konsumen mengambil keputusan penyalur mana yang akan dikunjungi.
- 4) Waktu pembelian, konsumen didalam keputusan pembelian bisa memilih waktu yang berbeda-beda.
- 5) Jumlah pembelian, konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat.

Berdasarkan indikator keputusan pembelian tersebut, maka dapat dibuat kuesioner sebagai berikut:

- 1) Saya melakukan pembelian produk Sepeda listrik uwinfly karena sesuai dengan kebutuhan saya.
- 2) Sebelum membeli produk Sepeda listrik uwinfly saya membandingkan dengan merek lainnya.
- 3) Saya memutuskan Sepeda listrik uwinfly sebagai produk pilihan saya.

### 3.6 Instrumen Penelitian

Menurut sugiyono (2013) dalam sukendra & atmaja (2020) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Sedangkan menurut purwanto (2018) dalam instrumen penelitian pada dasarnya alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Instrumen penelitian dibuat sesuai dengan tujuan pengukuran dan teori yang digunakan sebagai dasar. Dalam penelitian ini terdapat 4 instrumen, yaitu:

- a. Instrumen untuk mengukur harga
- b. Instrumen untuk mengukur desain produk
- c. Instrumen untuk mengukur *word of mouth*
- d. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian

Skala pengukuran adalah alat pengukur data yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya sebuah interval yang ada dalam alat ukur, sehingga dapat menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Skala ordinal adalah skala yang

menunjukkan data sesuai urutan tertentu (Paramita, *et.al.* 2018). Berikut ini merupakan Instrumen penelitian yang disajikan dalam tabel 3.1:

**Tabel 3.1**  
**Instrumen penelitian**

No.	Variabel	Pernyataan	Skala	Sumber
1.	Harga ( $X_1$ )	1.1 Harga Sepeda Listrik Uwinfly terjangkau untuk semua kalangan.	Ordinal	Kotler dan Amstrong (2008:278) dalam Pradana, <i>et.al.</i> (2018)
		1.2 Harga Sepeda Listrik Uwinfly sesuai dengan kualitas produknya.		
		1.3 Harga Sepeda Listrik Uwinfly mampu bersaing dengan produk sejenis.		
2.	Desain Produk ( $X_2$ )	2.1 Sepeda listrik uwinfly memiliki berbagai variasi model yang mengikuti perkembangan zaman.	Ordinal	Suswardji (2012) dalam Noor dan Trisna Insan (2016)
		2.2 Sepeda listrik uwinfly memiliki pilihan warna yang keren dan kekinian		
		2.3 Sepeda listrik uwinfly memiliki desain yang unik dan elegan.		
3.	Word of Mouth ( $X_3$ )	3.1 Saya sering mendengar orang lain yang menceritakan kepuasannya setelah menggunakan Sepeda listrik uwinfly.	Ordinal	Sernovirtz (2012:19) dalam Pratiwi (2017)
		3.2 Saya melakukan pembelian produk Sepeda listrik uwinfly melalui saran dari teman, saudara, atau keluarga.		

No.	Variabel	Pernyataan	Skala	Sumber
		3.3. Saya sering membicarakan kepada orang lain, kenyamanan yang saya peroleh saat menggunakan Sepeda listrik uwinfly.		
4.	Keputusan Pembelian (Y)	4.1 Saya melakukan pembelian produk Sepeda listrik uwinfly karena sesuai dengan kebutuhan saya.	Ordinal	Tjiptono (2012,184) dalam Hananto (2021)
		4.2 Sebelum membeli produk Sepeda listrik uwinfly saya membandingkan dengan merek lainnya.		
		4.3 Saya memutuskan Sepeda listrik uwinfly sebagai produk pilihan saya.		

Sumber: Variabel, Indikator, Instrumen, Skala Penelitian.

### 3.7 Metode Pengumpulan Data

#### 3.7.1. Observasi

Menurut Marshal dalam (Sugiyono, 2016:310 ) dikutip dari (Kurniawan, 2018) menyatakan bahwa, "*through observation, the researcher learn behavior and the meaning attached to those behavior*". Melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut. Dalam melakukan observasi, peneliti akan terlibat kegiatan sehari-hari proses kerja dan orang yang diamati sebagai sumber data penelitian. Peneliti melakukan observasi mengenai objek penelitian yakni pengaruh harga, desain produk, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian sepeda listrik uwinfly di Kota Lumajang.

### 3.7.2. Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2016: 317) dalam (Kurniawan, 2018) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dalam teknik wawancara ini, peneliti melakukan tanya jawab kepada pemilik perusahaan secara tatap muka. Peneliti sudah melakukan wawancara kepada salah satu dealer sepeda listrik uwinfly di Kota Lumajang.

### 3.7.3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019:199, dalam Muzhiroh, 2020). Dalam penelitian ini, peneliti akan menyebar kuesioner (angket) kepada masyarakat di lumajang yang pernah melakukan pembelian Sepeda Listrik Uwinfly. Dan masyarakat yang merupakan responden dalam penelitian akan menjawab kuesioner yang berisi pernyataan yang berkaitan dengan masalah penelitian ini. Dalam penyebaran kuesioner (angket) untuk mengumpulkan data, kuesioner akan disebar secara *online* melalui media *google form* kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian.

Skala pengukuran digunakan dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data responden mengenai harga, desain produk dan *word of mouth* Sepeda Listrik Uwinfly di lumajang. Skala likert merupakan skala yang berisi lima tingkat jawaban mengenai

kesetujuan responden terhadap pernyataan yang dikemukakan melalui opsi jawaban yang disediakan. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

No.	Jawaban	Score
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-Ragu (RG)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2019:147) dalam Muzhiroh (2020).

### 3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2020:132) dalam rama (2020) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari penggalan data kemudian diorganisasikan ke dalam beberapa kategori, dijabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting untuk dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Analisis data yang dilakukan adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif yang dinyatakan dengan angka-angka. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Regresi linier berganda merupakan suatu model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan

seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Data yg diperoleh akan disajikan dalam bentuk tabel untuk mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis. Untuk mendukung hasil penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan alat statistik melalui bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Metode yang dipakai dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

### **3.8.1. Uji Instrumen**

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

Uji Validitas adalah derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti Sugiyono (2017:125) dalam Muslimin (2021). Menurut Ghozali (2011) dalam Rahayu (2017) uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas membandingkan nilai  $r$ -hitung dengan nilai  $r$ -tabel ( $df = n-2$ ), jika  $r$ -hitung lebih besar dari  $r$ -tabel maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya jika  $r$ -hitung lebih kecil dari  $r$ -tabel maka pertanyaan tersebut dikatakan tidak valid. Mengukur valid tidaknya  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel pada taraf signifikan 5% atau 0,05.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2017:130) dikutip dari Muslimin (2021) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban dari pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke

waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan koefisien *Cronbach Alpha* dengan bantuan program SPSS. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$ . Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,60 maka nilainya kurang baik / tidak reliabel.

### 3.8.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji asumsi yang ada dalam pemodelan regresi linear berganda sehingga data dapat dianalisa lebih lanjut tanpa menghasilkan data yang bias.

#### a. Uji Normalitas Data

Menurut Ghozali (2016:154) dalam Wijasa (2017), uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residual memiliki distribusi normal. Hal tersebut penting karena bila data dari setiap variabel tidak normal, maka pengujian hipotesis ini tidak bisa menggunakan statistik parametik. Kriteria yang terdapat dalam pengujian normalitas data ini menggunakan *probability plot* (P-Plot) adalah sebagai berikut:

- 1) Data akan dikatakan berdistribusi normal, apabila data tersebut menyebar disekitar grafik histogramnya.
- 2) Data akan dikatakan tidak berdistribusi normal, apabila data yang menyebar tersebut tidak mengikuti diagonal atau grafik histogramnya.

#### b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:103) dalam Wijasa (2017), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar

variabel bebas. Diharapkan pada pengujian ini asumsi multikoelineritas tidak terjadi. Kriteria dalam pengujian multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF (Variance Inflation Factor)  $< 10$  dan nilai dari *tolerance* lebih dari 0,01 maka model tersebut dikatakan bisa bebas dari kesalahan dalam pengujian multikolinearitas.
- 2) Jika VIF  $> 10$  dan nilai dari nilai *tolerance* kurang dari 0,01 maka model tersebut mempunyai kesalahan dalam melakukan pengujian multikolinearitas. Dan hal ini bisa diartikan bahwa semakin tinggi nilai dari VIF maka akan semakin rendah pula nilai pada *tolerance* nya.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134) dalam Wijasa (2017), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah didalamnya terdapat ketidaksamaan varian dari residual bagi semua pengamatan pada model regresi linier. Pada pengujian ini diharapkan heteroskedastisitas tidak terjadi karena berarti model regresi linear berganda memiliki asumsi varian residual yang konstan. Jika terdapat residual yang memiliki varian yang sama, maka data tersebut dianggap mengalami homoskedastisitas. Tetapi jika dalam residual ini tidak memiliki varian yang sama, maka data yang dihasilkan tersebut mengalami gejala heteroskedastisitas (Yusuf & Daris, 2018: 76).

#### 3.8.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Arifin (2017:156) dalam Wijasa (2017), pada regresi berganda terdapat satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas. Analisa diperlukan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat

dengan data berskala interval atau rasio. Persamaan analisis regresi linier berganda pada penelitian ini sebagai berikut :

$$KP = a + b_1H + b_2DP + b_3WM + e$$

Keterangan:

KP = Keputusan Pembelian

$a$  = Konstanta

$b$  = Koefisien Regresi Variabel Independen

H = Harga

DP = Desain Produk

WM = *Word of Mouth*

$e$  = *error*

Dengan adanya analisis regresi berganda ini juga akan diketahui variabel mana diantara variabel independen yaitu harga, desain produk, dan *word of mouth* yang dapat berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Analisis regresi linier berganda juga digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara masing-masing independen terhadap variabel dependen yang lainnya.

#### 3.8.4. Uji Hipotesis

Sugiyono (2013) dalam Rahayu (2017) berpendapat bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat

pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan. Belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

**a. Uji t (Uji Parsial)**

Menurut Ghozali (2013) dalam Rahayu (2017) uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Di dalam penelitian ini pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat signifikan harga (X1), desain produk (X2), dan *word of mouth* (X3) secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Dikatakan berpengaruh signifikan apabila  $\text{sig} < \alpha$  (0,05). Langkah-langkah yang dapat digunakan untuk menguji hipotesis sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

a) Hipotesis pertama

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda listrik uwinfly di lumajang.

$H_a$  : Terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda listrik uwinfly di lumajang.

b) Hipotesis kedua

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh desain produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda listrik uwinfly di lumajang.

$H_a$  : Terdapat pengaruh desain produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda listrik uwinfly di lumajang.

c) Hipotesis ketiga

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh word of mouth yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda listrik uwinfly di lumajang.

$H_a$  : Terdapat pengaruh word of mouth yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda listrik uwinfly di lumajang.

2) Menentukan *level of signifikan* yang digunakan adalah 5% (0,05)

a) Apabila nilai signifikan terbentuk dibawah 5% maka terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel independen dengan variabel dependen.

b) Apabila nilai signifikan terbentuk di atas 5% maka tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel independen dengan variabel dependen.

3) Kriteria pengujian

a) Jika  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak.

b) Jika  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_a$  ditolak  $H_0$  diterima.

4) Menentukan t-tabel

Nilai t-tabel dapat diketahui dengan rumus  $t = (a/2 : n-k-1)$

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

### 3.8.5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghazali, 2014: 62 dalam

Muslimin, 2021). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) ini menunjukkan seberapa besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang dinyatakan dalam persentase (%). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *R square*. Nilai Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah antara angka 0 dan 1. Untuk menguji Koefisien determinasi dilakukan dengan menggunakan SPSS Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi semakin baik kemampuan variabel independen bisa menerangkan variabel dependen. Model yang baik yaitu menghasilkan nilai  $R^2$  yang memiliki nilai tinggi di atas angka 80% (Paramita.,*et.al*, 2018).

