

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Sugiyono (2015:35) Menyatakan metode kuantitatif adalah suatu metode dalam penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel yang diperlukan, dalam pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, pada analisis data bersifat kuantitatif guna untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan. Analisis asosiatif merupakan bentuk analisis data penelitian yang digunakan untuk menguji apakah terdapat atau tidaknya hubungan keterkaitan variabel dari dua kelompok data atau lebih Siregar, (2017:101). Hasil analisisnya adalah apakah hipotesis penelitian dapat generalisasi atau tidak, apabila hipotesis (H_a) diterima, dapat diartikan bahwa hasil penelitian menyatakan adanya keterkaitan antar variabel.

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel kualitas produk, desain dan promosi terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y), maka penelitian ini menggunakan teknik yaitu analisis regresi linier berganda, dapat diuji secara hipotesis dengan teknik ini yang menyatakan adanya pengaruh secara parsial dan secara simultan antar variabel independen (X) yaitu kualitas produk (X1) desain (X2) dan promosi (X3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

3.2. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah berupa variabel independen yang terdiri dari variabel kualitas produk, desain dan promosi dan variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Tempat penelitian ini adalah pada CV Alifiya Pratamayang berlokasi di daerah Dusun Sentono RT.5/RW.1, Krajan, Krai, Yosowilangun, Lumajang Regency, East Java 67382.

3.3. Jenis Dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Indriantoro (2014:146) data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer yang telah dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab suatu pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu para konsumen yang telah membeli produk mebel pada CV Alifiya Pratama. Hasil dari data primer adalah jawaban dari responden atas pernyataan yang diajukan di dalam kuesioner. Pernyataan tersebut menyangkut tentang kualitas produk, desain, promosi dan keputusan pembelian.

3.3.2 Sumber data

- a. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data internal dan data eksternal. Menurut Suryani (2015:170) data internal merupakan data yang menggambarkan suatu kondisi didalam sebuah organisasi. Data internal meliputi data produksi dan data penjualan. Data internal dalam perusahaan ini diperoleh dari pemilik mebel CV alifiya pratama.

- b. Data eksternal merupakan data yang diperoleh di luar organisasi yang diteliti (Riyanto 2020:27). Dalam penelitian ini data eksternal yang didapatkan dari konsumen CV Alifiya Pratama.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik *Sampling*

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2015:148) Menyatakan populasi adalah golongan dari beberapa wilayah yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan ciri khas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian akan ditarik kesimpulannya. Di dalam populasi tidak hanya sekedar jumlah pada objek atau subjek yang diteliti, tetapi meliputi semua karakteristik yang dimiliki objek atau subjek tersebut.

Dalam penelitian ini jumlah populasinya sebesar 150 orang pada bulan Januari sampai Desember 2022 yang telah melakukan pembelian pada produk mebel CV Alifiya Pratama Kabupaten Lumajang.

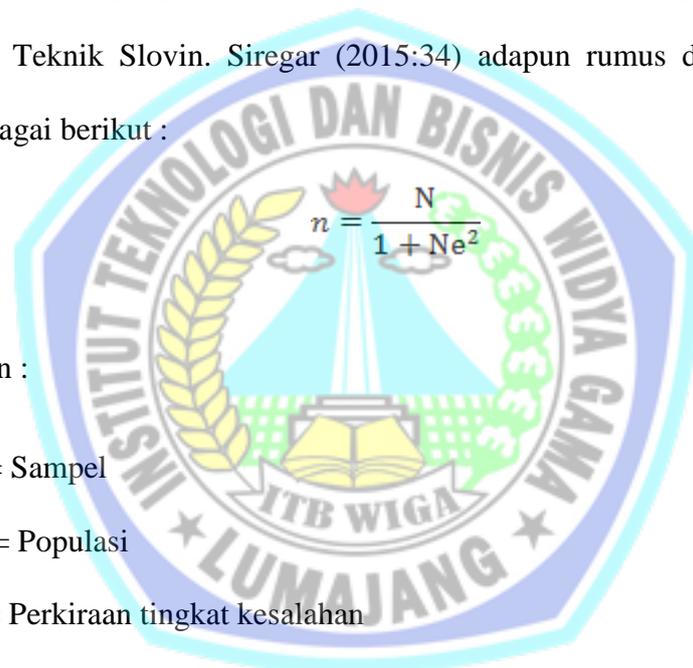
3.4.2 Sampel dan Teknik *Sampling*

Sugiyono (2015:149) Menyatakan sampel adalah suatu bagian dari jumlah yang mempunyai karakteristik yang ada pada populasi. Dalam pengambilan sampel harus dapat mewakili dari populasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yaitu cara yang digunakan untuk pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama pada setiap unsur atau anggota dalam populasi yang telah dipilih menjadi sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017:144) *purposive sampling* merupakan teknik yang menjadi suatu penentu dari sampel

dengan beberapa pertimbangan tertentu. Adapun kriteria responden yang cocok sebagai sumber data yaitu:

- a. Konsumen dengan rentang usia 20 tahun sampai 60 tahun.
- b. Periode bulan Januari sampai Desember 2022.
- c. Bisa diajak kerja sama, artinya responden dapat diajak kerja sama tanpa paksaan

Teknik yang digunakan dalam menentukan ukuran sampel pada penelitian ini adalah Teknik Slovin. Siregar (2015:34) adapun rumus dari teknik Slovin adalah sebagai berikut :



Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan

$$n = \frac{150}{1 + (150 \cdot (0,01)^2)}$$

$$n = \frac{150}{1 + 1,5}$$

$$n = \frac{150}{2,5}$$

$$n = 60 \text{ sampel}$$

Teknik yang digunakan untuk menentukan ukuran atau jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu teknik slovin dengan hasil 60 responden atau sampel.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah semua hal yang berbentuk mengenai apa saja yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian diperoleh informasi tentang hal tersebut yang kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2015:95). Terdapat beberapa variabel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu:

a. Variabel Independen

Variabel dependen merupakan permasalahan yang akan akan diselesaikan dalam penelitian (Paramita *et al.*, 2021:37). Variabel dependen juga disebut sebagai variabel terikat, dimana merupakan variabel yang menjadi akibat dalam permasalahan dan alasan adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Kualitas Produk (X1)
- 2) Desain (X2)
- 3) Promosi (X3)

b. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang muncul karena adanya variabel yang mempengaruhinya atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen atau variabel bebas (Sugiyono, 2015:97). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah unsur dalam sebuah penelitian yang memaparkan mengenai ciri – ciri dari suatu masalah yang akan dikaji kembali. Berdasarkan landasan teori, maka dapat dijelaskan definisi konseptual dari masing-masing variabel sebagai berikut:

a. Kualitas Produk (X_1)

Wijaya (2018:18), menjelaskan bahwa kualitas produk adalah produk yang memiliki kualitas baik sehingga dapat bertahan lama dan produk tersebut tidak dimiliki oleh para pesaing.

b. Desain Produk (X^2)

Adisaputro, (2019:172) menjelaskan bahwa desain yaitu cara perusahaan membangun totalitas terhadap produk mengenai karakteristik sehingga produk akan dapat terlihat berfungsi dari sisi kegunaan konsumen. Suatu desain yang baik akan memberikan kekuatan yang akan membentuk kekuatan produk yang dipasarkan.

c. Promosi (X^3)

Menurut Yuliantari, (2020:41) promosi adalah cara yang dimanfaatkan supaya dapat menarik konsumen dengan menawarkan suatu produk maupun jasa dengan tujuan agar konsumen mau membeli produk tersebut.

d. Keputusan Pembelian (Y)

Sudaryono, (2016:99) Keputusan pembelian adalah suatu tindakan dalam menentukan keputusan yang dilakukan konsumen guna menetapkan satu pilihan

dari beberapa alternatif pilihan yang ada, dalam pengambilan keputusan konsumen dihadapkan pada pemecahan masalah.

3.5.3 Definisi Operasional

a. Kualitas Produk (X^1)

Nawangsih (2019:16) Kualitas produk adalah suatu produk yang mempunyai nilai atau kualitas baik dibandingkan dengan pesaing.

Indikator variabel dari kualitas produk dalam penelitian ini yang disebutkan oleh Firmansyah (2019:16) Dengan indikator sebagai berikut :

1. Kinerja

Kegunaan produk meubel CV Alifiya Pratama dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

2. Fitur

Fungsi tambahan dari meubel CV Alifiya Pratama memiliki tujuan untuk menarik konsumen.

3. Keunggulan

Meubel CV Alifiya Pratama tidak mudah rusak dalam jangka waktu tertentu.

4. Kesesuaian spesifikasi

Meubel CV Alifiya Pratama memiliki nilai standar keamanan yang telah ditetapkan.

5. Kekuatan

Meubel CV Alifiya Pratama memiliki ketahanan dalam jangka waktu yang telah ditetapkan.

6. Keindahan

Meubel CV Alifiya Pratama dapat dinikmati bentuk keindahannya dengan panca indera.

Berdasarkan indikator tentang kualitas produk, maka disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skala pengukuran sebagai berikut :

1. Kegunaan produk meubel CV Alifiya Pratama dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Fungsi tambahan dari meubel CV Alifiya Pratama memiliki tujuan untuk menarik konsumen.
3. Meubel CV Alifiya Pratama tidak mudah rusak dalam jangka waktu tertentu.
4. Meubel CV Alifiya Pratama memiliki nilai standar keamanan yang telah ditetapkan.
5. Meubel CV Alifiya Pratama memiliki ketahanan dalam jangka waktu yang telah ditetapkan.
6. Meubel CV Alifiya Pratama dapat dinikmati bentuk keindahannya dengan panca indera.

b. Desain (X^2)

Harsanto (213:11) Menyatakan desain adalah suatu rancangan barang dan jasa yang dibuat dengan semenarik mungkin agar konsumen merespon dengan baik sehingga akan tercipta kepuasan konsumen serta dengan desain yang menarik akan tidak mudah ditiru oleh pesaing. Untuk menciptakan desain yang menarik perusahaan memerlukan riset serta koordinasi antar anggota dalam perusahaan.

Oleh sebab itu desain produk sangat penting sebagai penentu keberhasilan dalam pemasaran produknya.

Indikator variabel dari desain dalam penelitian ini yang disebutkan oleh Azany (2014:45), sebagai berikut:

1) Menentukan variasi desain

Meubel CV Alifiya Pratama membuat variasi desain yang menarik.

2) Menentukan model terbaru

Meubel CV Alifiya Pratama memasarkan model terbaru sesuai keinginan para konsumen.

3) Desain selalu mengikuti trend

Meubel CV Alifiya Pratama selalu membuat desain yang sedang trend.

Berdasarkan indikator tentang desain, maka disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skala pengukuran sebagai berikut :

1. Meubel CV Alifiya Pratama membuat variasi desain yang menarik.

2. Meubel CV Alifiya Pratama memasarkan model terbaru sesuai keinginan para konsumen.

3. Meubel CV Alifiya Pratama selalu membuat desain yang sedang trend.

c. Promosi (X^3)

Yuliantari, (2020:41) promosi adalah cara yang dimanfaatkan supaya dapat menarik konsumen dengan menawarkan suatu produk maupun jasa dengan tujuan agar konsumen mau membeli produk tersebut.

Indikator tentang promosi, dalam penelitian yang disebutkan oleh Manap (2016:304), sebagai berikut:

1. Periklanan

CV alifiya pratama memasarkan produknya melalui media sosial.

2. Promosi penjualan

CV Alifiya Pratama memberikan potongan harga kepada konsumen yang membeli dalam jumlah besar.

3. Hubungan masyarakat

CV Alifiya Pratama memberikan citra yang baik dan menjaga kepercayaan kepada konsumen.

4. Penjualan pribadi

CV Alifiya Pratama merupakan tangan pertama dalam melakukan penjualan.

Berdasarkan indikator dari promosi tersebut, maka dapat disusun kuesioner dengan jawaban dengan sebagai berikut :

- 1) CV Alifiya Pratama memasarkan produknya melalui media sosial.
- 2) CV Alifiya Pratama memberikan potongan harga kepada konsumen yang membeli dalam jumlah besar.
- 3) CV Alifiya Pratama memberikan citra yang baik dan menjaga kepercayaan kepada konsumen.
- 4) CV alifiya pratama merupakan tangan pertama dalam melakukan penjualan.

- d. Keputusan pembelian (Y)

Sudaryono, (2016:99) menyatakan keputusan pembelian adalah suatu tindakan dalam menentukan keputusan yang dilakukan konsumen guna

menetapkan satu pilihan dari beberapa alternatif pilihan yang ada, dalam pengambilan keputusan konsumen dihadapkan pada pemecahan masalah.

Indikator variabel dari keputusan pembelian dalam penelitian Sudaryono (2016:110), sebagai berikut:

1. Pengenalan kebutuhan

Konsumen melakukan pembelian produk pada CV alifiya pratama berdasarkan kebutuhan dan mengenali produk melalui teman, kerabat ataupun orang lain.

2. Pencarian informasi

Konsumen mencari informasi tentang CV Alifiya Pratama melalui media sosial dan banner yang di pasang.

3. Evaluasi alternatif

Konsumen melakukan perbandingan dan menyeleksi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap meubel CV Alifiya Pratama.

4. Keputusan pembelian

Konsumen memutuskan melakukan pembelian produk meubel pada CV Alifiya Pratama karena sesuai dengan kebutuhan.

5. Konsumsi pasca pembelian dan evaluasi

Konsumen merasa puas setelah membeli produk meubel pada CV Alifiya Pratama.

Berdasarkan indikator dari keputusan pembelian tersebut, maka dapat disusun kuesioner dengan jawaban sebagai berikut:

- 1) Konsumen melakukan pembelian produk pada CV Alifiya Pratama berdasarkan kebutuhan dan mengenali produk melalui teman, kerabat ataupun orang lain.
- 2) Konsumen mencari informasi tentang CV Alifiya Pratama melalui media sosial dan banner yang di pasang.
- 3) Konsumen melakukan perbandingan dan menyeleksi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap meubel CV Alifiya Pratama.
- 4) Konsumen memutuskan melakukan pembelian produk meubel pada CV Alifiya Pratama karena sesuai dengan kebutuhan.
- 5) Konsumen merasa puas setelah membeli produk meubel pada CV Alifiya Pratama.

3.6 Instrumen Penelitian

Sugiyono (2015:178) Menyatakan instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan dalam mengukur fenomena alam maupun sosial yang sedang diamati secara spesifik fenomena ini disebut variabel penelitian. Berikut ini adalah tabel instrumen penelitian :

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala Pengukuran	Sumber
Kualitas Produk (X1)	1. Kinerja	1. Kegunaan produk meubel CV alifiya pratama dapat memenuhi kebutuhan konsumen.	Ordinal	Firmansyah (2019:16)
	2. Keunggulan			
	3. Kesesuaian			
	4. Kekuatan			
	5. Keindahan			
	6. Fitur	2. Fungsi tambahan dari		

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala Pengukuran	Sumber
		meubel pada CV Alifiya Pratama memiliki tujuan untuk menarik konsumen.		
		3. Meubel CV Alifiya Pratama tidak mudah rusak dalam jangka waktu tertentu.		
		4. Meubel CV Alifiya Pratama memiliki nilai standar keamanan yang telah ditetapkan.		
		5. Meubel CV alifiya pratama memiliki ketahanan dalam jangka waktu yang telah ditetapkan.		
		6. Meubel CV Alifiya Pratama dapat dinikmati bentuk keindahannya dengan panca indera.		
Desain (X2)	1. Menentukan variasi desain	1. Meubel CV Alifiya Pratama membuat variasi desain yang menarik.	Ordinal	Azany (2014:115)
	2. Menentukan model terbaru	2. Meubel pada CV Alifiya Pratama memasarkan model terbaru sesuai keinginan konsumen.		
	3. Desain selalu mengikuti trend	3. Meubel CV		

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala Pengukuran	Sumber
		alifiya pratama selalu membuat desain yang sedang trend.		
Promosi (X3)	1. Periklanan 2. Promosi penjualan 3. Hubungan masyarakat 4. Penjualan pribadi	1. CV Alifiya Pratama memasarkan produknya melalui media sosial. 2. CV Alifiya Pratama memberikan potongan harga kepada konsumen yang membeli dalam jumlah besar. 3. CV Alifiya Pratama selalu memberikan citra yang baik dan menjaga kepercayaan kepada konsumen. 4. CV Alifiya Pratama merupakan tangan pertama dalam melakukan penjualan	Ordinal	Manap (2016:304)
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Konsumsi pasca pembelian dan evaluasi	1. Konsumen melakukan pembelian produk pada CV Alifiya Pratama berdasarkan kebutuhan, dan mengenali produk melalui teman, kerabat ataupun orang lain. 2. Konsumen mencari	Ordinal	Sudaryono (2016:110)

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala Pengukuran	Sumber
		informasi tentang CV Alifiya Pratama melalui media sosial dan banner yang di pasang.		
		3. Konsumen melakukan perbandingan dan menyeleksi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap meubel CV Alifiya Pratama.		
		4. Konsumen memutuskan melakukan pembelian produk meubel pada CV Alifiya Pratama karena sesuai dengan kebutuhan.		
		5. Konsumen merasa puas setelah membeli produk mebel pada CV Alifiya Pratama.		

Sumber : Variabel, Indikator, Instrumen, Skala Penelitian

Sugiyono (2015:167) skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan untuk acuan dalam menentukan panjang pendeknya suatu interval yang ada didalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut apabila digunakan untuk melakukan pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Observasi

Observasi adalah melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian guna melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Apabila objek penelitian tersebut bersifat tindakan manusia, fenomena alam, proses kerja serta penggunaan responden kecil (Riduwan,2015:30). Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengamati secara langsung terhadap responden yaitu konsumen meubel pada CV Alifiya Pratama.

3.7.2 Kuisisioner

Kuisisioner merupakan daftar pertanyaan yang dibagikan kepada responden sesuai dengan permintaan pengguna. Tujuan penyebaran kuisisioner yaitu guna mencari informasi lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir jika responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan (Riduwan, 2015:25).

Kuisisioner ini disebarakan kepada para konsumen yang telah membeli produk meubel pada CV Alifiya Pratama sebanyak 60 kuisisioner,agar mendapat data dari para responden tentang penelitian kualitas produk, desain, promosi terhadap keputusan pembelian.

Pengukuran data mengenai variabel kualitas produk, desain, promosi dan keputusan pembelian dilakukan dengan cara memberikan skor pada setiap jawaban dari pernyataan yang dicantumkan di kuisisioner tersebut. Skor yang diberikan pada penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan

untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial Sugiyono, (2015:168). Adapun bentuk skala likert antara lain:

Tabel 3.2. skala likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2016:135)

3.8 Teknik Analisis Data

Penelitian kuantitatif untuk memperoleh data maka dilakukan analisis data yang aktivitasnya mencakup penyajian dan pengolahan data yang bertujuan untuk menguji dan mendeskripsikan hipotesis melalui penghitungan yang menggunakan uji statistik (Siregar, 2015:125).

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda (multiple regression analysis) merupakan model regresi yang digunakan untuk menganalisis hubungan keterikatan atau pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen (Algifari, 2015:156). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan program SPSS. Mengenai metode data yang dipakai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

3.8.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu tolak ukur yang digunakan untuk membuktikan ketepatan atau keandalan dari sebuah alat ukur, dalam menguji validitas terhadap

alat ukur yang digunakan maka terlebih dahulu menentukan korelasi antara elemen alat ukur secara menyeluruh, yaitu mengkorelasikan elemen alat ukur dengan skor total (Riduwan, 2018:109). Untuk menguji validitas data yang digunakan dalam penelitian ini, dilakukan pengolahan data melalui SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) dengan menggunakan korelasi *product moment*.

Menurut Riyanto dan Hatmawan (2020:75) Uji reliabilitas adalah metode pengukuran yang digunakan untuk menilai kualitas data penelitian sehingga dapat digunakan dan dilanjutkan pada tahap selanjutnya. Dalam penelitian ini, item-item instrumen penelitian dianalisis dengan menggunakan metodologi tertentu sebagai bagian dari uji reliabilitas. Pengujian *reliabilitas* dapat dilihat melalui nilai *Cronbach Alpha* (α) dimana variabel akan dinyatakan *reliabel* jika nilai $\alpha > 0,7$.

b. Uji reliabilitas

Uji realibilitas atau uji kehandalan adalah tes terhadap konsistensi responden yang menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam angket. Misalkan Anda mengirimkan kuesioner kepada manajer sebagai responden, tetapi manajer responden sibuk dan meminta penjaga untuk mengisinya. Jawaban penjaga yang ditanyakan tidak konsisten atau tidak disengaja karena dia tidak tahu persis pertanyaan yang ada di kuesioner. Jawaban acak ini jelas tidak dapat diandalkan. Konsistensi jawaban biasanya diuji dengan menggunakan *Cronbach's alpha* (α) (Ghozali, 2013:147).

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbatch*. Indeks kriteria reliabilitas dapat dibedakan dalam tabel berikut:

Tabel 3.3. Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval Alpha Cronbatch	Tingkat Reliabilitas
1	0,000 – 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 data : (Nugroho, 2015:33)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan pengujian yang dilakukan dalam penelitian yang bertujuan untuk meneliti suatu data apakah data tersebut memenuhi syarat untuk bisa diteliti lebih lanjut untuk menjawab hipotesis penelitian Gunawan, (2017:92). Terdapat tiga jenis pengujian asumsi klasik yang harus dilakukan dalam model regresi linier berganda yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data merupakan uji yang digunakan sebagai alat ukur apakah data yang dimiliki terdistribusi normal, sehingga dapat digunakan dalam statistik parametrik (Wardana, 2020:32). Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat normal *probability plot output* SPSS, apabila nilai – nilai sebaran data berada disekitar garis lurus diagonal, hal ini menandakan data telah memenuhi syarat distribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode grafik normal *P – P Plot of regression standardixed residual* (Paramita 2021 : 85).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan syarat yang digunakan untuk keseluruhan pengujian hipotesis kausalitas atau regresi (Gunawan, 2017:102). Multikolinearitas bisa dideteksi dengan cara menghitung koefisien korelasi ganda dan membandingkan dengan koefisien antarvariabel bebas. Uji multikolinearitas ini digunakan untuk mengetahui adanya kesalahan pada standar estimasi model didalam sebuah penelitian. Pengujian multikolinearitas menggunakan kriteria nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan koefisien korelasi antarvariabel bebas.

Gunawan (2017:103) menerangkan bahwa kriteria dalam pengujian multikolinearitas adalah sebagai berikut :

- 1) Apabila nilai $VIF < 10$ dan nilai dari nilai tolerance lebih dari 0,1 maka model tersebut dikatakan bebas dari kesalahan dalam pengujian multikolinearitas.
- 2) Apabila nilai $VIF > 10$ dan nilai dari nilai tolerance kurang dari 0,1 maka model tersebut memiliki kesalahan dalam pengujian multikolinearitas. Hal ini memiliki arti bahwa semakin tinggi nilai Variance Inflation Factor (VIF) maka akan semakin rendah nilai *tolerance-nya*.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis regresi yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Febri & Teofilus, 2020:59). Jika varian dari nilai residual dari pengamatan satu ke pengamatan lain bersifat tetap, maka disebut homokedastisitas. Namun

jika sifatnya berbeda maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Untuk mendeteksi uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji pola gambar scatterplot.

Kriteria dalam pengujian heterokedastisitas dengan uji pola gambar scatterplot adalah sebagai berikut:

- 1) Titik - titik data penyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- 2) Titik – titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik – titik data tidak boleh membentuk pola gelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik – titik tidak berpola.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda (*multiple regression analysis*) merupakan model regresi yang digunakan untuk menganalisis hubungan keterikatan atau pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen (Algifari, 2015:156). Persamaan regresi linier berganda penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$KP = \alpha + \beta_1 PQ + \beta_2 DS + \beta_3 PR + e$$

Keterangan :

KP = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi Variabel Kualitas Produk

β_2 = Koefisien Regresi Variabel Desain

β_3 = Koefisien Regresi Variabel Promosi

DS = Desain

PR = Promosi

e = Standar err

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan setelah melakukan pengujian regresi linier berganda. Pengujian hipotesis ini dilakukan guna mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel independen dan variabel dependen. Pengujian hipotesis pada penelitian ini berfokus pada uji parsial atau uji t agar dapat mengetahui secara individual pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain konstan.

a. Uji t (Uji Parsial)

Widarjono, (2015:22) Menyatakan uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Ada dua hipotesis yang diajukan oleh setiap peneliti yaitu hipotesis nol H_0 dan hipotesis alternatif H_a . Hipotesis nol merupakan angka numerik dari nilai parameter populasi. Hipotesis nol ini dianggap benar sampai kemudian bisa dibuktikan salah berdasarkan data sampel yang ada. Sementara itu hipotesis alternatif merupakan lawan dari hipotesis nol. Hipotesis alternatif ini harus benar ketika hipotesis nol terbukti salah.

Prayitno (2018:121) menyatakan bahwa langkah-langkah dalam Uji t (Uji Parsial) yaitu sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis nihil dan hipotesis alternatif.

Hipotesis pertama:

H₀: Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian meubel pada CV Alifiya Pratama.

H_a: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian meubel pada CV Alifiya Pratama.

Hipotesis kedua:

H₀ :Tidak terdapat pengaruh desain terhadap keputusan pembelian meubel pada CV Alifiya Pratama.

H_a :Terdapat pengaruh desain terhadap keputusan pembelian meubel pada CV Alifiya Pratama.

Hipotesis ketiga:

H₀ :Tidak terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian meubel pada CV Alifiya Pratama.

H_a :Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian meubel pada CV Alifiya Pratama.

2) Menentukan tingkat signifikansi dan derajat kebebasan.

Tingkat signifikansi yang digunakan pada penelitian ini adalah sebesar 0,05. Untuk derajat kebebasan menggunakan formula $df = n - 2$ dimana n adalah besaran sampel. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$, maka hipotesis diterima dan artinya variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila nilai signifikan $> 0,05$, maka hipotesis ditolak dan artinya variabel dependen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3) Kriteria pengujian.

Jika $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_a diterima H_o ditolak

Jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a ditolak H_o diterima

4) Menentukan t_{hitung}

Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel t. Sedangkan t_{hitung} melalui nilai statistik dengan formula:

$$t_{hitung} = \frac{\text{koefisien } \beta}{\text{standar error}}$$

5) Membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} berdasarkan signifikansi dengan kriteria yang telah ditetapkan.

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel) secara bersamaan (Sanusi, 2011:136). Widarjono (2015:266) menjelaskan bahwa koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur atau menilai total variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh variabel independen (X). Koefisien determinasi ini terletak antara 0 dan 1. Semakin angkanya mendekati 1 maka semakin baik garis regresinya, semakin mendekati 0 maka memiliki garis regresi yang kurang baik (Widarjono, 2015:268). Koefisien determinasi dalam penelitian ini untuk mengukur kemampuan kualitas produk, desain dan promosi dalam menjelaskan keputusan pembelian meubel pada CV Alifiya Pratama.