

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang merupakan salah satu pendekatan dalam penelitian ilmiah. Menurut Sugiyono (2015:35-36), metode kuantitatif merupakan metode penelitian berdasarkan filsafat positivisme yang digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, data dikumpulkan dengan instrumen dan dianalisis secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditanamkan. Data yang digunakan dalam metode ini berupa angka atau data numerik, sehingga menghasilkan nilai yang lebih pasti yang kemudian akan dianalisis lebih lanjut menggunakan teknik statistika yang paling sesuai. Pada penelitian ini, analisis menggunakan program bantu komputer dengan *software Statistical Product and Service Solutions* atau lebih dikenal dengan nama SPSS di kalangan masyarakat.

3.2 Objek Penelitian

Penelitian ini memiliki objek penelitian yang terbagi menjadi 4 variabel, yaitu 3 variabel independen dan 1 variabel dependen. Variabel independen menyatakan desain produk, harga, dan kualitas pelayanan. Variabel dependen mewakili keputusan pembelian. Beberapa variabel ini yang nantinya akan diteliti terhadap responden penelitian. Responden pada penelitian ini yaitu konsumen yang membeli produk dari Mebel Putra Mandiri di Kecamatan Senduro. Konsumen dari Mebel Putra Mandiri dipilih karena dianggap lebih memahami terkait desain produk, harga, serta kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Mebel Putra Mandiri. Selain itu,

konsumen dari Mebel Putra Mandiri akan lebih memahami isi kuesioner yang akan diberikan karena sudah memiliki pengalaman pembelian di Mebel Putra Mandiri.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui pengisian kuesioner yang disebar kepada sejumlah responden sesuai dengan target sasaran. Data ini dianggap mewakili keseluruhan populasi penelitian, yaitu penduduk Kecamatan Senduro yang melakukan pembelian di Mebel Putra Mandiri di daerah tersebut.

3.3.2 Sumber data

Terdapat dua sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data internal dan data eksternal. Menurut Suyani & Hendryadi (2015:170) data internal dapat diartikan sebagai data yang dapat menggambarkan kondisi internal atau di dalam suatu organisasi. Data internal yang digunakan dalam penelitian ini meliputi gambaran umum perusahaan mengenai profil Mebel Putra Mandiri dan data penjualan. Informasi terkait profil dan data penjualan Mebel Putra Mandiri bersumber dari pemilik secara langsung. Menurut Paramita & Rizal, (2018:72) data eksternal merupakan data yang didapatkan dari luar perusahaan terkait. Dengan demikian, data eksternal merupakan informasi yang diperoleh dari sumber luar, seperti penelitian sebelumnya. Kedua sumber data tersebut saling berkaitan dan melengkapi agar dapat terselesaikannya penelitian ini.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015:119) populasi merupakan keseluruhan jumlah yang terbentuk atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik serta kualitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti. Kemudian dari hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan yang sesuai.

Pada penelitian yang diselenggarakan di Kecamatan Senduro ini, populasi yang digunakan merupakan konsumen dari Mebel Putra Mandiri di Kecamatan Senduro. Konsumen dari Mebel Putra Mandiri sendiri dipilih karena dapat mewakili hasil kuesioner yang diberikan.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Untuk menetapkan sampel yang akan digunakan pada penelitian, terdapat dua teknik *sampling* yang digunakan, yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik *Nonprobability Sampling* dengan jenis teknik yang dipilih yaitu *accidental sampling* (*sampling* kebetulan). Menurut Sugiyono (2015:126) *accidental sampling* merupakan teknik pemilihan sampel yang didasarkan pada kebetulan, di mana siapa pun yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dianggap cocok sebagai sumber data. Prinsip seleksi sampel dalam penelitian ini adalah setiap individu dari populasi yang telah melakukan pembelian mebel dari Mebel Putra Mandiri.

Indikator yang dijadikan acuan dalam pengambilan sampel berdasarkan model Roscoe Sugiyono (2015:133) adalah sebagai berikut.

- a. Ukuran sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah antara 30 sampai dengan 500 sampel. Jika kurang dari rentang yang ditentukan, sampel tidak dapat mewakili kondisi di lapangan secara akurat.
- b. Sampel terbagi atas beberapa kategori berdasarkan usia, jenis kelamin, dan pekerjaan dengan minimal sampel tiap kategori adalah 30.
- c. Jika analisis *multivariate* seperti korelasi atau regresi berganda akan dilakukan dalam penelitian ini, maka jumlah sampel minimal harus sepuluh kali lipat dari jumlah variabel yang diteliti, termasuk jumlah variabel independen dan dependen.
- d. Untuk penelitian eksperimen sederhana, yang melibatkan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, jumlah anggota sampelnya berkisar antara 10 hingga 20 orang untuk setiap kelompok.

Berdasarkan indikator tersebut, maka penentuan jumlah sampel penelitian ini harus didasarkan pada jumlah variabel. Sampel yang diambil sebanyak empat (4) variabel x 20 responden = 80. Sehingga harus dilakukan penyebaran kuesioner terhadap 80 orang responden sebagai sampel penelitian pada konsumen Mebel Putra Mandiri di Kecamatan senduro. Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara acak kepada orang yang bertemu dengan peneliti.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:68) variabel penelitian merupakan sekumpulan konsep yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian dianalisis lebih lanjut.

Pada pelaksanaan penelitian ini telah ditetapkan variabel independen dan variabel dependen sebagai berikut.

a. Variabel Independen

Variabel independen, atau dikenal juga sebagai variabel stimulus, prediktor, atau *antecedent*. Menurut Sugiyono (2019), merupakan variabel bebas yang dapat memberikan pengaruh atau menjadi penyebab perubahan atau munculnya variabel dependen (terikat). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen, atau yang dinotasikan dengan simbol Y menurut Hendryadi (2015:91), adalah variabel yang dapat memberikan respon atau reaksi ketika dikaitkan dengan variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

Menurut Paramita et al (2021:41), definisi konseptual adalah penjelasan mengenai makna suatu variabel secara konseptual berdasarkan teori dan pengertian konsep yang disampaikan oleh para pakar di bidangnya. Definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Desain Produk (X1)

Menurut Supriyatna (2020) desain produk berkaitan dengan tampilan serta kinerja yang unggul dari suatu produk. Selain itu, desain produk memiliki peran penting untuk menarik perhatian konsumen.

b. Harga (X_2)

Menurut Fandy (2019:290) mendefinisikan harga sebagai nilai dalam bentuk uang atau metode lainnya yang diberikan sebagai pertukaran untuk memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Harga biasanya dibayarkan ketika transaksi sudah memenuhi persetujuan dari kedua belah pihak, baik pihak penjual maupun pembeli.

c. Kualitas pelayanan (X_3)

Menurut Nawangsih et al (2019), kualitas pelayanan yang baik berkaitan dengan jenis layanan yang dapat memuaskan pengguna layanan, baik administrasi maupun teknis.

d. Keputusan pembelian (Y)

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:177) dalam (Mamonto et al., 2021) Keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen yang memberikan analisis tentang cara individu, kelompok, maupun organisasi melakukan seleksi, pembelian, penggunaan, serta menjelaskan proses terpilihnya barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

3.5.3 Definisi Operasional

Dalam Paramita et al (2021:42) dijelaskan cara untuk memahami nilai variabel dalam sebuah penelitian. Pengoperasionalan yang diterapkan harus konsisten dengan konseptualisasi sebelumnya. Hal ini menunjukkan konsistensi dalam sebuah penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain produk, harga, dan kualitas layanan sebagai variabel independent atau variabel yang memengaruhi, sementara keputusan pembelian menjadi variabel dependen atau variabel yang terpengaruh.

a. Desain produk (X1)

Menurut Anandya (2017) dalam Brama Kumbara (2021), desain produk berfungsi sebagai cara untuk membedakan produk dengan merek lain dan menciptakan ciri khas merek. Desain produk dapat digunakan sebagai media pembeda untuk menonjolkan keunikan suatu produk. Selain itu, desain produk juga dapat memberikan fungsi kegunaan terhadap produk, seperti kemudahan dalam penyimpanan, kekuatan, dan lain sebagainya.

Terdapat 3 (tiga) indikator pada desain produk menurut (Azany 2018) sebagai berikut.

1) Variasi desain,

Desain yang bervariasi dapat menyajikan berbagai pilihan dan lebih menarik bagi pelanggan. Pelanggan akan lebih tertarik dengan desain yang memiliki variasi macam agar lebih banyak pilihan dan tidak terkesan membosankan.

2) Model terbaru,

Penggunaan desain dengan model terbaru merupakan strategi yang efektif dalam membuat pelanggan tertarik terhadap suatu produk. Desain dengan model terbaru dapat membuat pelanggan tertarik dan tidak bosan terhadap desain yang monoton dan tidak mengikuti perkembangan zaman. Desain yang inovatif memberikan kesan *fresh* serta memberikan nilai tambah dalam persaingan pasar.

3) Desain mengikuti trend,

Desain *trendy* dapat membuat pelanggan tertarik dan tidak bosan terhadap desain yang monoton dan tidak mengikuti perkembangan zaman. Dengan memahami preferensi pelanggan terhadap tren pasar, perusahaan dapat meningkatkan pangsa pasar mereka

Dengan adanya indikator terkait desain produk tersebut, maka disusun kuesioner sebagai berikut:

- a. 1) Mebel putra mandiri memiliki banyak pilihan
- 2) Desain pada mebel putra mandiri mampu menarik perhatian pelanggan
- b. 1) Desain yang dibuat mebel putra mandiri tidak membosankan.
- c. 1) Desain mebel putra mandiri memiliki daya tarik yang sesuai dengan tren terkini.

b. Harga (X₂)

Terdapat 4 indikator dari variabel harga. Menurut terjemahan Bob Sabran dari Kotler dan Armstrong (2021, 278) dalam (Hananto, 2021) indikator dari harga yaitu:

1) Keterjangkauan harga,

Dimana pelanggan dapat menjangkau harga yang ditetapkan oleh Perusahaan. Semakin terjangkau harga yang ditawarkan oleh perusahaan, maka meningkatkan peluang untuk bertambahnya penjualan produk. Konsumen akan menyukai konsep produk yang menawarkan harga terjangkau bagi segala kalangan.

2) Kesesuaian harga dan kualitas produk,

Di mana pelanggan sering menggunakan harga sebagai indikator kualitas. Pelanggan kerap beranggapan jika produk yang memiliki kualitas tinggi pasti memiliki harga yang tinggi juga. Sehingga ekspektasi pelanggan terhadap suatu produk akan linier atau berbanding lurus dengan harga yang telah dibayarkan terhadap produk tersebut.

3) Daya saing harga,

Pelanggan kerap kali membandingkan harga produk dengan produk lainnya. Hal ini bisa berkaitan dengan antar produk yang masih satu perusahaan atau produk dari perusahaan yang berbeda. Dari proses perbandingan ini, pelanggan akan memilih produk dengan nilai harga paling sesuai dengan manfaat yang nantinya akan didapatkan ketika sudah membeli produk tersebut.

4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Jika pelanggan memperoleh keuntungan ketika membeli sesuatu, maka harga yang dibayarkan harus sama atau sebanding dengan manfaat atau keuntungan yang didapatkan.

Indikator tentang harga tersebut, maka disusun kuesioner sebagai berikut:

- a. 1) Menurut saya harga produk di mebel putra mandiri terjangkau
- b. 1) Menurut saya harga produk pada putra mandiri sesuai dengan kualitas
- c. 1) Saya biasanya membandingkan harga produk putra mandiri dengan produk perusahaan lain

- d. 1) Produk yang dijual putra mandiri dapat memberikan manfaat
- 2) Menurut saya harga produk yang ditetapkan mebel putra mandiri sesuai dengan manfaat yang diperoleh

c. Kualitas Pelayanan (X3)

Menurut Nawangsih et al (2019), jenis layanan yang dapat memuaskan pengguna layanan, baik administrasi maupun teknis. Menurut Kasmir (2017:47) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau tindakan yang dilakukan oleh seorang atau organisasi dengan tujuan untuk membuat pelanggan dan karyawan puas. Kepuasan pelanggan hanya dapat dicapai dengan memenuhi harapan pelanggan. Jika produk yang dibeli sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari pelanggan, produk akan berkemungkinan untuk dibeli lagi oleh pelanggan karena pelanggan merasa puas terhadap produk tersebut.

Indikator mengenai kualitas pelayanan tersebut, maka disusun kuesioner sebagai berikut:

- a. 1) Mebel putra mandiri memiliki ruang tunggu yang nyaman
- b. 1) Pada mebel putra mandiri mampu untuk memberikan pelayanan dengan terpercaya
 - 1) Keandalan layanan pada mebel putra mandiri dalam memenuhi janji waktu dalam pengiriman barang.
- c. 1) Pada mebel putra mandiri membantu menyediakan pelayanan yang baik sesuai dengan keinginan konsumen
 - 2). Layanan mebel putra mandiri memberikan tanggapan yang cepat terhadap permintaan yang diajukan.

- b. 1) Pada mebel putra mandiri mempunyai pengetahuan yang cukup untuk meyakinkan akan produknya
- 2) Menurut saya karyawan pada putra mandiri menunjukkan sikap sopan santun dalam berinteraksi
- c. 1) Layanan mebel putra mandiri merespons dengan empati terhadap situasi.
- 2) Layanan mebel putra mandiri memiliki sikap tegas terhadap konsumen.

d. Keputusan Pembelian (Y)

Terdapat 3 indikator dari keputusan pembelian menurut Kotler Phillip (2021) menyatakan bahwa indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1) Kemantapan Produk

Sebelum melakukan pembelian, pembeli mencari informasi sebelum memilih produk. Dalam hal ini, produsen harus dapat memprediksi apa yang pelanggan harapkan tentang produk tersebut. Selain itu, produk juga harus memberikan kepuasan bagi pelanggan terhadap apa yang mereka inginkan atau mereka butuhkan. Ketika pelanggan bertemu dengan produk yang benar-benar mereka inginkan atau butuhkan, pelanggan akan merasa mantap dan tidak ragu untuk membeli produk tersebut.

2) Rekomendasi

Ketika orang membeli sesuatu, mereka telah mendengar rekomendasi dari orang lain sebelum membeli barang tersebut, dan mereka juga harus memilih merek yang akan mereka beli sesuai dengan yang mereka minati. Pelanggan cenderung menyukai karakteristik yang unik dan memberikan kesan berbeda dari pada produk yang lain. Produsen harus mengetahui

bagaimana pelanggan memilih merek. Selain itu, produsen juga harus terus meningkatkan kualitas agar pelanggan merasa puas terhadap produk dan merokemendasikan produk tersebut kepada orang di sekitarnya.

3) Pembelian Ulang

Hal ini merupakan poin yang sangat penting dalam sebuah bisnis, dengan produk yang memuaskan bagi pelanggan maka dapat memungkinkan untuk dilakukannya pembelian ulang pada suatu produk.

Dari indikator tentang keputusan pembelian tersebut, maka disusun kuesioner sebagai berikut:

- 
- a.
 - 1) Sebelum melakukan pembelian, saya mencari sebuah informasi mengenai mebel putra mandiri.
 - 2) Pada mebel putra mandiri selalu mengerti produk apa yang diinginkan konsumen.
 - b.
 - 1) Saya mendapatkan rekomendasi dari orang lain, sebelum melakukan pembelian pada mebel putra mandiri di Kecamatan Senduro.
 - 2) Merek dari mebel putra mandiri mempengaruhi kepercayaan konsumen
 - c.
 - 1) Saya melakukan pembelian ulang di mebel putra mandiri karena harga terjangkau.

3.6 Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini, terdapat 4 (empat) instrumen yang digunakan, yaitu sebagai berikut.

- a Instrumen untuk menilai desain produk
- b Instrumen untuk menilai harga

- c Instrumen untuk menilai kualitas layanan
- d Instrumen untuk menilai keputusan pembelian

Berdasarkan uraian diatas berikut adalah tabel instrument dari penelitian yang tersaji pada Tabel 3. 1.

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran.

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1	Desain produk (X ₁)	1. Variasi desain	a) Mebel putra mandiri memiliki banyak pilihan. b) Desain pada mebel putra mandiri mampu menarik perhatian pelanggan	<i>Ordinal</i>	Azany, (2018)
		2. Model terbaru	a) Desain yang dibuat mebel putra mandiri tidak membosankan		
		3. Desain mengikuti trend	a) desain mebel putra mandiri memiliki daya tarik yang sesuai dengan tren terkini		
2	Harga (X ₂)	1. Keterjangkauan harga	a) Menurut saya harga produk pada mebel putra mandiri terjangkau.	<i>Ordinal</i>	Kotler dan Amstrong (2021, 278)
		2. Kesesuaian harga	a) Menurut saya harga produk pada mebel putra mandiri sesuai dengan kualitas.		
		3. Daya saing harga	a) Saya biasanya membandingkan harga produk mebel putra mandiri dengan produk perusahaan lain.		
		4. Kesesuaian harga dengan manfaat	a) Produk yang dijual putra mandiri dapat memberikan manfaat		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			b) Menurut saya harga produk yang ditetapkan mebel putra mandiri sesuai dengan manfaat yang diperoleh		
3	Kualitas pelayanan (X ₃)	1. <i>Tangible</i> /fakta langsung	a) Mebel putra mandiri memiliki ruang tunggu yang nyaman	<i>Ordinal</i>	Tjiptono & Chandra (2016:137)
		2. <i>Realibility</i> atau keandalan	a) Pada mebel putra mandiri mampu untuk memberikan layanan dengan terpercaya b) Keandalan layanan pada mebel putra mandiri dalam memenuhi janji waktu dalam pengiriman barang.		
		3. <i>Responsiveness</i> / kemampuan tanggapan	a) Pada mebel putra mandiri menyediakan pelayanan yang baik sesuai dengan keinginan konsumen b) Layanan mebel putra mandiri memberikan tanggapan yang cepat terhadap permintaan yang diajukan.		
		4. <i>Assurance</i> /tanggungan	a) Pada mebel putra mandiri mempunyai pengetahuan yang cukup untuk meyakinkan akan produknya b) Menurut saya karyawan pada putra mandiri menunjukkan sikap sopan santun dalam berinteraksi		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		5. <i>Empathy</i> /empati	<p>a) Layanan mebel putra mandiri merespon dengan empati terhadap situasi.</p> <p>b) Layanan mebel putra mandiri memiliki sikap tegas terhadap konsumen.</p>		
4	Keputusan pembelian (Y)	1. Kemantapan produk	<p>a) Sebelum melakukan pembelian, saya mencari sebuah informasi mengenai mebel putra mandiri.</p> <p>b) Pada mebel putra mandiri selalu mengerti produk apa yang diinginkan konsumen</p>	<i>Ordinal</i>	Kotler Phillip (2021)
		2. Rekomendasi	<p>a) Saya mendapatkan rekomendasi dari orang lain, sebelum melakukan pembelian pada mebel putra mandiri di Kecamatan Senduro.</p> <p>b) Merek dari mebel putra mandiri mempengaruhi kepercayaan konsumen</p>		
		3. Pembelian ulang	<p>a) Saya melakukan pembelian ulang di mebel putra mandiri karena harganya terjangkau.</p>		

Sumber: Data diolah 2024

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Kuesioner

Penggunaan kuesioner efektif dalam pengumpulan data ketika peneliti memiliki pemahaman yang jelas tentang pengukuran variabel serta ekspektasi yang diharapkan oleh responden. Pada masa sekarang, dengan teknologi yang sudah semakin canggih, kuesioner tidak hanya terbatas pada lembaran kertas saja. Kuesioner dapat disebarakan secara digital dari google form, website, atau pun polling melalui berbagai sosial media. Hal ini membuat peneliti lebih mudah dalam menemukan responden yang sesuai dengan kriteria. Peneliti harus dapat menyusun poin indikator-indikator yang relevan dengan responden. Dalam penyebaran kuesioner pengukuran data dilakukan dengan memberikan skor pada pertanyaan atau pernyataan instrumen tiap variabel menggunakan skala *likert*. Adapun bentuk dari skala likert tersaji pada Tabel 3. 2.

Tabel 3. 2 Skor Jawaban Responden

Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: K. Abdullah et al. (2021) halaman 69

3.7.2 Observasi

Menurut Sugiyono (2015:203), observasi didefinisikan sebagai metode pengumpulan data yang memiliki ciri khasnya sendiri apabila dibandingkan dengan teknik lain. Observasi tidak hanya terfokus pada manusia, tetapi juga pada objek alam lainnya. Pendekatan observasi dianggap sebagai cara yang efektif untuk

memperoleh informasi tentang keadaan suatu tempat dengan memerhatikan baik objek maupun subjek yang terlibat. Hal ini menegaskan bahwa observasi merupakan langkah awal dalam memahami situasi di lapangan yang telah dilakukan oleh peneliti, dilakukan melalui pengamatan langsung pada Mebel Putra Mandiri di Kecamatan Senduro.

3.7.3 Wawancara

Menurut (Priadana & Sunarsi, 2021:193) wawancara merupakan kegiatan tanya jawab secara langsung antara responden dan pewawancara secara tatap muka. Wawancara bertujuan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan guna mendukung terlaksananya penelitian. Wawancara dapat dilakukan secara luring di suatu tempat yang sama, atau secara daring di tempat yang berbeda dan dihubungkan oleh teknologi. Pada masa kini, proses wawancara menjadi lebih mudah dan efisien untuk dilakukan di manapun walaupun antara pewawancara dan narasumber terpisah oleh jarak yang jauh. Pada penelitian ini, wawancara dilakukan kepada pemilik usaha Mebel Putra Mandiri. Wawancara dilaksanakan secara luring di lokasi usaha Mebel Putra Mandiri, yaitu di Desa Kandangtepus.

3.8 Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, teknik analisis data diperlukan untuk dapat menjawab setiap pertanyaan pada rumusan masalah dan menguji hipotesis. Langkah-langkah dalam analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Pengumpulan data penelitian berupa variabel independen dan variabel dependen.

- 2) Pendistribusian kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen dari Mebel Putra Mandiri di Kecamatan Senduro.
- 3) Pengolahan data berdasarkan variabel penelitian seperti desain produk, harga, dan kualitas pelayanan.
- 4) Penganalisisan data menggunakan uji instrumen dan uji hipotesis untuk memfasilitasi interpretasi data.
- 5) Interpretasi hasil penelitian apakah sesuai atau tidak sesuai dengan teori yang telah dijelaskan sebelumnya.
- 6) Menyimpulkan hasil penelitian dengan membandingkan kesesuaian antara hasil penelitian dan hipotesis.

3.8.1 Uji Instrumen

Uji instrument wajib dilakukan sebelum tahapan pengujian hipotesis penelitian. Anggapan yang wajib dipenuhi pada kuesioner yaitu data yang *valid* dan *reliable* supaya bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap selanjutnya. Apabila data pada kuesioner tidak *valid* dan *reliable*, maka pengujian hipotesis selanjutnya tidak dapat dilaksanakan. Ketika hal ini terjadi, maka kuesioner serta responden penelitian perlu ditinjau kembali dan dilakukan pengambilan data ulang.

a. Uji Validitas

Menurut pendapat Ghozali (2018:51) uji validitas bertujuan untuk mengukur apakah sesuatu itu *valid* atau tidak. Daftar pertanyaan instrumen atau kuesioner dianggap *valid* ketika pertanyaan diaktifkan, instrumen atau kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang sedang diukur oleh kuesioner tersebut. Dengan demikian, uji validitas merupakan Langkah krusial dalam

memastikan bahwa setiap instrument variabel yang digunakan sudah sesuai dan dapat diandalkan untuk mengumpulkan data yang relevan.

Menurut pendapat Sugiyono (2015:168) penelitian dapat dikatakan *valid* ketika terdapat kesamaan pada data yang sudah dikumpulkan dengan realita yang terjadi di lapangan terhadap objek tersebut. Instrumen dianggap *valid* berarti alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data itu *valid*. *Valid* berarti instrumen ini mampu digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat apakah setiap instrumen tersebut *valid* atau tidak, hal ini dapat dicek dengan korelasi antara skor butir dengan skor total (Y). Jika didapatkan hasil positif lebih dari 0,3 terhadap setiap faktor instrumen maka faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat. Jika korelasi antar skor faktor dengan skor total kurang dari 0,3 maka hasil dari instrument dinyatakan tidak *valid* (Sugiyono 2015:173). Dengan demikian, evaluasi dari kevalidan instrument menjadi suatu hal yang sangat penting untuk memastikan keakuratan dan keandalan data yang dikumpulkan.

b. Uji Reliabilitas

Menurut pernyataan dari Ghazali (2018:45), Reliabilitas digunakan untuk mengevaluasi seberapa konsisten suatu kuesioner dalam mengukur indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dianggap reliabel jika jawaban individu terhadap pernyataan-pernyataan tetap konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur apakah hasil dari kuesioner dapat dipercaya untuk penggunaan selanjutnya. Jawaban responden dianggap reliabel jika tiap pertanyaan dijawab secara konsisten, tanpa jawaban yang acak.

Pada penelitian ini, uji realibilitas menggunakan metode *Cronbach Alpha* (α). Koefisien *Cronbach Alpha* (α) mencerminkan sejauh mana tingkat konsisten dari responden pada saat menjawab instrumen yang dinilai. Penggunaan *Cronbach Alpha* (α) sebagai alat ukur akan menghasilkan nilai alpha pada skala 0-1, yang bisa digolongkan dalam lima kelas. Berikut merupakan nilai dari tiap-tiap kelas pada metode ini.

Tabel 3. 3 Indeks Kriteria Reliabilitas

Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : Nugroho dalam Kusuma (2021:71)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik perlu dilakukan supaya model regresi menjadi suatu model yang lebih representatif. Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji normalitas data, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas yang digunakan. Dalam model regresi, terdapat beberapa asumsi yang harus dipertimbangkan agar estimasi yang dihasilkan menjadi baik. Sebuah model regresi yang baik harus menghindari multikolinieritas dan heteroskedastisitas, serta memiliki data yang memiliki distribusi normal (Yati dan Sukotjo ,2016).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah data yang akan digunakan dalam model regresi memenuhi asumsi normal atau tidak. Salah satu cara untuk melakukan uji normalitas adalah dengan menggunakan normal

probability plot pada output SPSS (*Statistical Program for Social Science*), di mana persyaratan normalitas terpenuhi jika titik data tersebar sekitar garis diagonal.

Ada dua metode pendekatan yang dapat dipilih untuk proses pengkajian distribusi data. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan hasil apakah data ini terdistribusi secara normal atau tidak, seperti yang dijelaskan oleh Sanjaya dan Hidayat (2018:7). Pendekatan pertama adalah dengan grafik PP Plot, di mana jika penyebaran data (titik) berada sekitar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Pendekatan kedua adalah menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, di mana keputusan diambil berdasarkan beberapa kriteria. Jika nilai probabilitas lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai probabilitas kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan pendekatan yang pertama, yaitu menggunakan pendekatan grafik *Probability Plot* (PP-Plot) yang mengevaluasi distribusi data mengikuti pola normal atau tidak. Pada pendekatan ini, dilakukan pengecekan pada area diagonal apakah terdapat nilai penyimpangan/ deviasi atau tidak. Jika terdapat deviasi pada garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Pendekatan ini dipilih karena lebih mudah efisien dalam pengaplikasiannya.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang efektif tidak akan menunjukkan korelasi antara variabel bebas. Variabel dapat dikatakan tidak bersifat ortogonal jika terdapat korelasi antara variabel bebas. Menurut hasil penelitian dari Sanjaya dan Hidayat (2018) “variabel ortogonal adalah variabel bebas yang memiliki nilai korelasi antar variabel bebas sama dengan nol. Untuk menemukan ada atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi adalah ketika memiliki angka toleransi diatas 0,1, dan memiliki nilai VIF dibawah 10”.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut hasil dari penelitian Sanjaya dan Hidayat (2018) “tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah mendeteksi apakah terdapat ketidaksamaan varian pada model regresi dari residual satu penelitian ke penelitian lain”. Jika pola tetap yang dibuktikan oleh varian, maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika varian dari residual satu penelitian ke penelitian yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas. Model regresi dinyatakan baik apabila model regresi tersebut homoskedastisitas atau tidak heteroskedastisitas.

Dasar pengambilan keputusan untuk menentukan keberadaan heteroskedastisitas, menurut Ghozali (2018) adalah sebagai berikut.

- 1) Jika titik-titik data membentuk pola yang tertentu seperti menyempit, melebar, dan bergelombang, maka menunjukkan bahwa adanya heteroskedastisitas pada data yang diteliti.

- 2) Jika titik-titik data membentuk pola yang jelas secara konsisten pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya pengaruh lebih dari suatu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Adapun variabel bebas pada penelitian ini yaitu desain produk, harga, dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

Berikut adalah rumus dari regresi linear berganda menurut Siregar (2015:405):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \mathcal{E}$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (keputusan pembelian)

X₁ = Variabel Bebas Pertama (desain produk)

X₂ = Variabel Bebas Kedua (harga)

X₃ = Variabel Bebas Ketiga (kualitas pelayanan)

e = Eror

α = Konstanta

β_1 dan β_2 = Koefisien regresi variabel independen

Persamaan analisis regresi berganda dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$KP = \alpha + \beta_1 DP + \beta_2 H + \beta_3 KPE + \mathcal{E}$$

Keterangan:

KP = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β_1 dan β_2 = Koefisien regresi variabel independen

DP = desain produk

H = Harga

KPE = kualitas pelayanan

e = Error

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linear, dilanjutkan dengan tahapan pengujian hipotesis atau dugaan sementara. Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh antara variabel independen (desain produk, harga, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

a. Uji t

Uji t dimanfaatkan untuk proses pengujian hipotesis mengenai pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat Algifari (2015:77). Pada penelitian ini uji t yang digunakan untuk memastikan apakah terdapat pengaruh signifikan atau tidak dari setiap variabel independen desain produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) pada mebel putra mandiri di Kecamatan Senduro.

Menurut Widarjono (2015:22) terdapat dua hipotesis yang digunakan dalam sebuah penelitian, yaitu hipotesis nol (H_0) serta hipotesis alternatif (H_a). Hipotesis nol dianggap benar sampai ada bukti yang menunjukkan sebaliknya

berdasarkan data sampel. Sebaliknya, hipotesis alternatif dianggap salah sampai ada bukti yang mendukungnya berdasarkan data sampel yang ada. Jika hipotesis nol terbukti salah, maka hipotesis alternatif haruslah benar.

Berikut ini yaitu beberapa langkah dalam melakukan pengujian secara parsial (Uji t) menurut Widarjono (2015:22) sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

a. Hipotesis Pertama (H_1)

o H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara desain produk terhadap keputusan pembelian mebel putra mandiri di Kecamatan Senduro.

o H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara desain produk terhadap keputusan pembelian mebel putra mandiri di Kecamatan Senduro.

b. Hipotesis Kedua (H_2)

o H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian mebel putra mandiri di Kecamatan Senduro.

c o H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian mebel putra mandiri di Kecamatan Senduro.

o H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian mebel putra mandiri di Kecamatan Senduro.

o H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian mebel putra mandiri di Kecamatan Senduro.

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

3.8.5 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk menilai sejauh mana variabel bebas memengaruhi variabel terikat. Rentang nilai R² berkisar antara 0 hingga 1. Jika R² = 0, itu menunjukkan bahwa variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat, sedangkan nilai mendekati 1 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Pane, 2018:27).

Dalam penelitian ini, Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa besar variabel independen seperti desain produk, harga, dan kualitas pelayanan memengaruhi keputusan pembelian mebel Putra Mandiri di Kecamatan Senduro.

