

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Definisi lain menyebutkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.

Paramita (2018:6) hipotesis yang telah dirumuskan tadi, diuji melalui suatu pengumpulan data lapangan, dengan menggunakan instrument penelitian, kemudian data yang telah terkumpul akan dianalisis secara kuantitatif, dengan menggunakan statistic deskriptif, sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak.

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri variabel harga, kemasan dan kualitas produk terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian, maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

#### **3.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Menurut (Supranto 2000: 21) obyek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa

orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu suatu hal objektif, valid dan reliable tentang suatu hal (variabel tersebut), Sugiyono (2014:13).

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah usaha abon lele di desa petahunan. Objek studi ini adalah variabel Independen (X1) sebagai harga, dan (X2) sebagai kemasan, (X3) sebagai kualitas produk dan variabel dependen (Y) sebagai keputusan pembelian. Adapun pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti memilih lokasi tersebut :

1. Lokasi obyek penelitian ini berada di kota Lumajang memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.
2. Ketersediaan data yang menunjang penelitian, baik dari perusahaan terkait maupun masyarakat, sehingga pertanyaan-pertanyaan dari penelitian dapat terjawab.
3. Dukungan dari pihak terkait seperti pemilik usaha dan pelanggan yang akan dijadikan responden.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.5.1 Jenis Data**

Menurut Husein Umar Paramita (2018:72) menyatakan bahwa data primer yakni data yang diperoleh melalui sumber pertama, baik itu individu maupun perorangan misalnya hasil wawancara maupun kuesioner yang dilaksanakan peneliti . Sedangkan definisi sumber data sekunder menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:74) menyebutkan bahwa sumber data sekunder adalah data yang didapat

dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan sebagainya.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat penulis simpulkan bahwa data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama, seperti individu atau perorangan. Proses pengumpulan data primer melibatkan keterlibatan peneliti dalam menggunakan metode seperti wawancara atau kuesioner. Keaslian dan keakuratan data menjadi fokus utama dalam penggunaan data primer ini dalam penelitian.

Data primer yang dipakai untuk riset disini yakni hasil dari kuesioner oleh responden yaitu konsumen yang membeli abon lele di pondok pesantren darun najah.

### **3.5.2 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal dan data eksternal, sebagai berikut :

#### **a. Data Internal**

Supomo (2018:145) menyatakan bahwa informasi internal ialah dokumen atau data milik perusahaan yang dikumpulkan, dicatat, dan disimpan dalam suatu organisasi.

Paramita (2018:72) menyatakan bahwa data internal yaitu memiliki arti data yang disediakan oleh perusahaan atau organisasi.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat penulis simpulkan bahwa data internal merupakan data milik perusahaan yang disimpan berupa catatan ataupun

dokumen. Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari kepala koperasi pondok pesantren darun najah.

#### b. Data Eksternal

Data eksternal merupakan data yang dikumpulkan dari luar organisasi atau perusahaan itu sendiri (Suliyanto, 2018:155).

Paramita (2018:72) menyatakan bahwa data eksternal mengacu pada informasi yang dikumpulkan peneliti dari sumber diluar kelompok.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat penulis simpulkan bahwa data eksternal yaitu data yang dikumpulkan dan mengacu pada informasi dari luar. Data eksternal diperoleh dari konsumen yang melakukan pembelian di usaha abon lele pondok pesantren darun najah.

### **3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

#### **3.4.1 Populasi**

Sugiyono (2014:80) menyatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sukardi (2011:53-54) populasi tak terbatas atau tak terhingga yaitu populasi yang tidak dapat ditemukan dalam bentuk jumlah secara kuantitatif.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua konsumen pada usaha abon lele pondok pesantren darun najah yang mau menjadi objek penelitian dan bersedia mengisi kuesioner yang telah disiapkan oleh peneliti. Karena jumlah populasinya tidak tetap maka populasi dalam penelitian ini termasuk dalam kategori populasi tidak terbatas.

### 3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sugiyono (2014:81) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Dalam penetapan/pengambilan sampel dari populasi mempunyai aturan, yaitu sampel itu representatif (mewakili) terhadap populasinya (Syahrums, 2014:114).

Adapun metode penentuan sampel yang digunakan adalah metode Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* didalam Sugiyono (2018:90-91) sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian ini adalah antara 30 sampai 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya pria dengan wanita dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam melakukan penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independent + dependen), maka jumlah anggota sampel =  $10 \times 5 = 50$ .
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing 10 sampai dengan 20.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti menggunakan analisis dengan multivariate maka jumlah minimal sampel pada penelitian ini adalah  $15 \times 4 = 60$  anggota sampel, karena memiliki 4 variabel.

Teknik untuk mengambil sampel yang dipakai dalam penelitian ini ialah memakai *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Kemudian peneliti juga menggunakan *sampling insidental*. *Sampling*

*Insidental* ialah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampel yang dipilih karena dianggap sesuai atau cocok sebagai sumber data untuk penelitian tersebut dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan Sugiyono (2013:85).

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

#### **3.5.1 Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017:38), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Mayer (dalam Kriyantono, 2012:20), variabel sebenarnya adalah konsep dalam bentuk konkret atau konsep operasional. Suatu variabel adalah konsep tingkat rendah, yang acuan-acuannya secara relatif mudah diidentifikasi dan diobservasi serta mudah diklarifikasi, diurut atau diukur.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dalam suatu penelitian dengan tujuan untuk memperoleh informasi dan kesimpulan. Variabel tersebut dapat berupa konsep dalam bentuk konkret atau konsep operasional, yang dapat diidentifikasi, diobservasi, diklarifikasi, diurut, atau diukur dengan relatif mudah. Dengan demikian, variabel menjadi dasar bagi peneliti untuk mengembangkan pertanyaan penelitian, merancang metodologi, dan menganalisis data guna mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Studi ini

menerapkan empat variabel yang mencakup tiga variabel bebas, yaitu harga, kemasan dan kualitas produk juga satu variabel terkait yaitu keputusan pembelian.

#### **a. Variabel Independen**

Sugiyono (2019:69) variable independen sering disebut sebagai “*variabel stimulus, predictor dan antecedent*”. Dalam Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga (X1), kemasan (X2) dan kualitas produk (X3).

#### **b. Variabel Dependen**

Sugiyono (2019:69) menyatakan bahwa variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

### **3.5.2 Definisi Konseptual**

Definisi konseptual adalah unsur penelitian yang menjelaskan karakteristik suatu masalah yang akan diteliti. Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan di atas, berikut adalah definisi konseptual dari masing-masing variabel:

#### **a. Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Definisi lain

keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli (Kotler & Amstrong 2014:165) . Menurut Amilia dan Nasution (2017:664) yang mengutip pendapat Schiffman dan Kanuk (2007), “Keputusan pembelian adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, memberi menggunakan mengevaluasi dan menghabiskan suatu produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhannya”.

#### **b. Harga**

Harga menurut Kotler dan Amstrong (2007) adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Swasta, 2000).

#### **c. Kemasan**

Kemasan adalah kegiatan umum dalam perencanaan barang yang melibatkan penentuan desain dan pembuatan bungkus atau kemasan suatu barang (Kotler, 1999). Pengemasan (*packaging*) merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah (*container*) atau pembungkus (*wrapper*) untuk suatu produk (Tjiptono, 2002).

#### **d. Kualitas Produk**

Kualitas menurut Garvin dan A. Dale Timpe (1990, dalam Alma, 2011) kualitas adalah keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang



berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya. Produk adalah segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke sebuah pasar yang bisa memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar. Pembeli akan membeli produk jika produk tersebut dirasa cocok dengan kebutuhan atau keinginan pembeli. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen.

### 3.5.3 Definisi Operasional

Sugiyono (2019:68) menyatakan bahwa definisi operasional merupakan suatu sifat atau nilai dari objek, orang maupun kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menguraikan definisi operasional variabel dalam sebuah penelitian adalah sesuatu yang esensial, ini berguna untuk pengumpulan data peneliti agar tidak melakukan kekeliruan.

#### a. Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2018:78), terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga  
Penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen. Konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas  
Penetapan harga yang dilakukan perusahaan yang disesuaikan dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.
3. Kesesuaian harga dengan manfaat  
Penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dikonsumsi.
4. Daya saing harga  
Penawaran harga yang dilakukan oleh perusahaan berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh perusahaan lain pada jenis produk yang sama.

Berdasarkan indikator yang disebutkan di atas, kuesioner dibuat berdasarkan faktor-faktor berikut :

- 1) Harga produk abon lele sesuai dengan kemampuan daya beli saya
- 2) Harga produk abon lele mencerminkan kualitas yang ditawarkan
- 3) Saya merasa mendapatkan nilai yang sepadan dengan harga yang Anda bayar untuk produk abon lele
- 4) Saya menganggap perbandingan harga sebagai faktor penting dalam keputusan pembelian

**b. Kemasan**

Menurut Kotler (2018: 154) indikator kemasan di dalam penelitian ini ialah

1. Desain yaitu salah satu aspek pembentuk kualitas jaminan dan pertanggung jawaban
2. Warna yang menarik yaitu menggambarkan suatu makna bagi setiap produk
3. Ukuran: Ukuran kemasan tergantung pada jenis produk yang dibungkusnya, baik untuk ukuran panjang, lebar, maupun tipis dan tebalnya kemasan.

Berdasarkan indikator yang disebutkan di atas, kuesioner dibuat berdasarkan faktor-faktor berikut :

- 1) Produk Abon Lele memiliki desain kemasan yang menarik dan sesuai dengan selera saya
- 2) Warna kemasan produk Abon Lele mencerminkan kualitas dan cita rasa produk
- 3) Ukuran kemasan Abon Lele sesuai dengan kebutuhan dan jumlah yang diinginkan

### c. Kualitas Produk

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2015:176), dimensi kualitas produk adalah sebagai berikut:

1. Kinerja (*Performance*)  
Kinerja disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu. Kinerja beberapa produk biasanya didasari oleh preferensi subjektif pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum.
2. Keragaman Produk (*Features*)  
Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Keragaman produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing – masing individu (dalam hal ini konsumen) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk.
3. Keandalan (*Reliability*)  
Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (*malfunction*) pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi konsumen dalam memilih produk.
4. Kesesuaian (*Conformance*)  
Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu produk adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya. Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi dan beberapa kesalahan lain.
5. Ketahanan atau Daya Tahan (*Durability*)  
Ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomis maupun teknis. Secara teknis, ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis suatu produk dilihat dari jumlah kegunaan yang diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan untuk mengganti produk.
6. Estetika (*Aesthetics*)  
Estetika merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaimana penampilan luar suatu produk, rasa maupun bau. Dengan demikian, estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen.  
Berdasarkan indikator yang disebutkan di atas, kuesioner dibuat berdasarkan

faktor-faktor berikut :

- 1) Produk abon lele yang disajikan oleh usaha pondok pesantren darun najah menggunakan bahan berkualitas dan aman
- 2) Adanya variasi untuk berbagai pilihan rasa yang menarik
- 3) Harga produk abon lele pondok pesantren darun najah sesuai dengan kualitas yang diberikan
- 4) Produk yang dikirim sesuai dengan bayangan pelanggan
- 5) Produk abon lele pondok pesantren darun najah tidak mudah rusak (basi)
- 6) Kemasan produk abon lele pondok pesantren darun najah yang praktis dan menarik

#### **d. Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler dan Keller (2016:161) keputusan pembelian memiliki indikator yaitu :

1. Pemilihan Produk  
Konsumen dapat mengambil keputusan untuk mengunjungi sebuah tempat untuk tujuan yang lain, dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat untuk memilih hotel yang mereka kelola.
2. Pilihan Brand (Merek)  
Konsumen harus memutuskan tempat mana yang akan dikunjungi. Setiap tempat memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri.
3. Metode Pembayaran.  
Konsumen dalam mengunjungi suatu tempat pasti harus melakukan suatu pembayaran. Pada saat pembayaran inilah biasanya pengunjung ada yang melakukan pembayaran secara tunai.

Berdasarkan indikator di atas kuesioner dibuat berdasarkan faktor-faktor berikut:

1. Saya membeli produk abon lele karena banyak pilihan rasa dan ukuran produk
2. Saya membeli produk abon lele karena banyak macam merek yang tersedia

3. Metode pembayaran produk abon lele sangat mudah dan cepat

### 3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

Sugiyono (2015:156) menyatakan bahwa Instrumen penelitian adalah merupakan alat ukur seperti, kuesioner, pedoman wawancara dan pedoman observasi yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian Instrumen penelitian digunakan sebagai alat pengumpulan data, dan instrumen yang lazim digunakan dalam penelitian adalah beberapa daftar pertanyaan serta kuesioner yang disampaikan dan diberikan kepada masing-masing responden yang menjadi sampel dalam penelitian pada saat penyebaran kuisoner.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur atau mengumpulkan data dalam suatu penelitian. Meskipun ada perbedaan dalam penekanan, baik Sugiyono (2015) maupun Musfirah (2022) sepakat bahwa instrumen penelitian seperti kuesioner, pedoman wawancara, dan pedoman observasi digunakan untuk mengukur atau mengamati fenomena alam atau sosial yang menjadi fokus penelitian. Dengan demikian, instrumen penelitian merupakan sarana penting dalam proses pengumpulan data yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan penelitian.

**Tabel 3. 1**

#### **Variabel, Indikator Penelitian dan Instrumen Pernyataan**

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
1.	Harga (X1)	1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian	1. Produk abon lele sesuai dengan	Ordinal	Kotler dan Amstrong (2018:78)

		<p>harga dengan kualitas.</p> <p>3. Kesesuaian harga dengan manfaat.</p> <p>4. Daya saing harga.</p>	<p>kemampuan daya beli saya</p> <p>2. Harga produk abon lele mencerminkan kualitas yang ditawarkan</p> <p>3. Saya merasa mendapatkan nilai yang sepadan dengan harga yang saya bayar untuk produk abon lele</p> <p>4. Saya menganggap perbandingan harga sebagai faktor penting dalam keputusan pembelian</p>		
2.	Kemasan (X2)	<p>1. Desain</p> <p>2. Warna</p> <p>3. Ukuran</p>	<p>1. Produk Abon Lele memiliki desain kemasan yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan saya</p> <p>2. Warna kemasan produk Abon Lele mencerminkan kualitas dan cita rasa produk</p> <p>3. Ukuran kemasan Abon Lele sesuai dengan kebutuhan dan jumlah yang diinginkan</p>	Ordinal	Menurut Kotler (2018: 154)
3.	Kualitas Produk (X3)	<p>1. Kinerja (<i>Performance</i>)</p> <p>2. Keragaman Produk (<i>Features</i>)</p> <p>3. Keandalan (<i>Reliability</i>)</p> <p>4. Kesesuaian (<i>Conformance</i>)</p> <p>5. Ketahanan atau Daya Tahan</p>	<p>1. Produk abon lele yang disajikan oleh usaha pondok pesantren darun najah menggunakan bahan berkualitas dan aman</p> <p>2. Adanya variasi untuk berbagai</p>	Ordinal	Lupiyadi dan Hamdani (2015:176)

		(Durability)				
		6. Estetika (Aesthetics)				
			3.			
			4.			
			5.			
			6.			
4.	Keputusan Pembelian (Y)	1. Pemilihan Produk 2. Merek 3. Metode Pembayaran	1.	Saya membeli produk abon lele karena banyak pilihan rasa dan ukuran produk	Ordinal	Kotler dan Keller (2016:161)
			2.	Saya membeli produk abon lele karena banyak macam merek yang tersedia		
			3.	Metode pembayaran produk abon lele sangat mudah dan cepat		

Sumber : diolah peneliti tahun 2024

### 3.7 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Sugiyono (2019:234) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data

yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada pihak atau responden yang terkait dalam penelitian, yaitu pada konsumen produk abon lele. Sugiyono (2015:168) memaparkan skala likert dipakai untuk menkasir persepsi, tindakan dan pendapat individu atau kelompok tentang kasus social.

**Tabel 3. 2 Skala Likert**

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju/Sangat	5
2.	Setuju/Sering/Positif	4
3.	Ragu-ragu/Kadang-kadang/Netral	3
4.	Tidak Setuju/Hampir Tidak Pernah	2
5.	Sangat Tidak Setuju/Tidak Pernah	1

Sumber : Sugiyono (2015:168) Skala Likert

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Instrumen

Pada penelitian kuantitatif, instrumen digunakan untuk mengumpulkan data yang nantinya instrumen akan digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti Sugiyono (2015:166). Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjaring data responden.

##### a. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terdapat di lapangan dengan data yang di laporkan oleh peneliti. Pada penelitian kuantitatif yang di uji validitasnya adalah instrumen penelitian (kuesioner) yang memiliki skor Lupiyoadi (2015:36).



Bila item memiliki korelasi positif dengan skor total serta korelasi yang tinggi, menunjukkan item tersebut mempunyai validitas yang tinggi. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah  $r = 0,3$ . Jadi jika korelasi antar butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid Sugiyono (2015:182).

### b. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama Sugiyono (2014:121). Uji reliabilitas merupakan uji yang menunjukkan sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif tidak beda dilakukan pengulangan pengukuran terhadap subjek yang sama. Uji ini hanya dapat dilakukan pada pertanyaan-pertanyaan yang valid saja. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus alpha atau *Cronbach's Alpha*, apabila koefisien *Cronbach's Alpha* lebih besar dari pada nilai kritisnya. Nugroho (2011:33) Tabel berikut menunjukkan klasifikasi acuan kriteria reliabilitas:

**Tabel 3. 3 Acuan Kriteria Reliabilitas**

No	Interval Alpha Cronbach	Interval Alpha Cronbach
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 (2011:33)

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini memaparkan uji asumsi klasik dibagi menjadi tiga multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan normalitas. Masing-masing pengujian dijabarkan sebagai berikut :

#### a. Uji Normalitas

Dipakai untuk menunjukkan bahwasanya sampel berakar dari populasi dengan distribusi normal. Pengecekan normalitas dipraktekkan pakai cara Kolomogorov-Smirnov dengan mengamati *asyp.sig* pada hasil output SPSS. Jika nilainya  $<0,5$ , maka data tersebut dinyatakan tidak berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolonieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Untuk mengetahui apakah suatu model regresi yang dihasilkan mengalami gejala multikolinieritas, dapat dilihat pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Model regresi yang baik, jika hasil perhitungan menghasilkan nilai  $VIF < 10$  dan bila menghasilkan nilai  $VIF > 10$  berarti telah terjadi multikolinieritas yang serius di dalam model regresi. Selain itu, bisa juga dideteksi dari nilai *tolerance*, yaitu jika nilai *tolerance* mendekati 1, maka model terbebas dari gejala multikolinieritas.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas Ghozali (2018:137) beralasan untuk memahami apakah ada ketidaksamaan dalam variasi antara residual dua pengamatan dalam

model regresi. Jika ada kesamaan, itu disebut homoskedastisitas, dan jika ada ketidaksamaan, itu disebut heteroskedastisitas. Tidak ada heteroskedastisitas atau homoskedastisitas dalam model regresi yang baik.

Berdasarkan Ghazali (2016:134) agar bias terdeteksi ada ataupun tidaknya heteroskedastisitas bias diamati melalui grafik *scatter plot* diantara SRESID dengan ZPRED serta sumbu Y termasuk Y yang sudah diperkirakan, sekaligus sumbu X ialah residualnya.

Berikut ini adalah asas yang akan digunakan dalam pengambilan keputusan untuk menentukan apakah heteroskedastisitas ada atau tidak :

- a) Pola tertentu (misalnya, pola gelombang, melebar, dan menyempit) menunjukkan heteroskedastisitas.
- b) Heteroskedastisitas tidak terjadi jika tidak ada corak yang jelas, dan tidak ada titik di sumbu Y di atas atau di bawah angka 0.

### 3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti untuk meramalkan bagaimana suatu keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), apabila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi. Sehingga analisis regresi linier berganda tersebut dilakukan bila keseluruhan variabel bebasnya minimal dua (Sugiyono, 2012:275). Rumus berikut digunakan untuk menghitung pengaruh antar variabel bebas:

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

- $\alpha$  = Nilai Konstanta
- $\beta_1$  = Nilai koefisien regresi Harga
- $\beta_2$  = Nilai koefisien regresi Kemasan
- $\beta_3$  = Nilai koefisien regresi Kualitas Produk
- X1 = Variabel Independen 1
- X2 = Variabel Independen 2
- X3 = Variabel Independen 3
- e = Error

#### 3.8.4 Koefisien Determinasi (R)

Widarjono (2015:17) memaparkan bahwasanya untuk mengetahui seberapa sesuai garis regresi dengan data aktual, koefisien determinasi  $R^2$  digunakan. Koefisien determinasi mengkalkulasi persentase variabel dependen Y, yang diterangkan oleh variabel independen dalam garis regresi, dalam jumlah total. Sementara itu dengan menggunakan SPSS, tentukan nilai koefisien determinasi yang terkait dengan hasil penelitian statistik tersebut. Widarjono (2015:269) memberikan penjelasan “Besarnya nilai koefisien determinasi bisa dilihat dalam tampilan model summary yaitu R square”. Menurut Ghazali (2016) nilai koefisien determinasi yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, Sebaliknya jika nilai mendekati 1 (satu) dan menjauhi 0 (nol) memiliki arti bahwa variabel – variabel independen memiliki kemampuan memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

### 3.8.5 Uji Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pada variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

#### a. Uji t (Uji Parsial)

Mudrajad (2007:81) pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelas secara khusus terhadap penjelasan variabel terikat lainnya.

Proses pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

- 1) Hipotesis Pertama  $H_1$  = Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha abon lele di pondok pesantren darun najah.
- 2) Hipotesis Kedua  $H_2$  = Kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha abon lele di pondok pesantren darun najah..
- 3) Hipotesis Ketiga  $H_3$  = Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha abon lele di pondok pesantren darun najah..
- 4) Menentukan level of signifikan dengan  $\alpha = 5\%$ .  $H_0$  ditolak jika nilai signifikannya  $0,05$  yang menunjukkan sebetulnya tidak ada hubungan yang signifikan pada variabel independen dengan variabel dependen.
- 5) Menentukan standar pengujian :
- 6) Metode pengujian Jika  $t_{hitung} \leq - t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} \geq t_{tabel} \rightarrow H_0$  diterima  $H_0$  ditolak. Jika  $t_{hitung} > - t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel} \rightarrow H_0$  ditolak  $H_0$  diterima

- 7)  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel dan  $t$  hitung kurang dari  $-t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima. Sebaliknya, jika  $-t$  tabel lebih kecil dari  $t$  hitung dan  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel, maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak.
- 8) Menghitung nilai  $t$  tabel: Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Nilai  $t$  tabel dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:  $df = n-2$  Keterangan:  $df$  adalah derajat kebebasan, dan  $n$  adalah jumlah sampel. Nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan penerimaan hipotesis, yang berarti bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan penolakan hipotesis,
- 9) Menghasilkan ringkasan dengan menyandingkan  $t$  hitung dan  $t$  table.

Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel Coefficients. Biasanya dasar pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan taraf signifikannya sebesar 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Adapun kriteria dari uji statistik  $t$  (Ghozali, 2016) :

- a. Jika nilai signifikansi uji  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi uji  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.