

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini ialah penelitian kuantitatif yang mencari hubungan sebab-akibat. Penelitian asosiatif bertujuan untuk mencari hubungan antara dua variabel atau lebih yang bisa membangun teori yang berfungsi untuk meramalkan, menjabarkan serta mengontrol gejala. Sementara bentuk kausal adalah studi yang meneliti hubungan sebab akibat dari setiap variabel (Sugiyono, 2014:11).

Metode kuantitatif adalah jenis data yang terdiri dari nilai numerik yang diperoleh dari analisis menggunakan skala yang berkaitan dengan variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2015) Metode penelitian kuantitatif didasarkan pada teori positivisme dan diterapkan di populasi atau sampel yang menarik. Data di kumpulkan lewat instrumen penelitian kuantitatif.

Untuk menguji hipotesis dengan mencari hubungan variabel X meliputi variabel inovasi produk, kualitas produk dan harga terhadap variabel Y yakni keputusan pembelian. Dengan memakai teknik analisis linier berganda, dapat dilakukan uji terhadap hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian ini meliputi tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen yang digunakan adalah variabel inovasi produk (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3). Variabel dependen adalah keputusan

pembelian (Y). Objek yang dipilih pada penelitian ini adalah konsumen produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe.

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

#### **3.3.1 Jenis Data**

Dalam penelitian ini, jenis data yang dipakai ialah data primer. Data primer mengacu pada informasi yang didapat langsung dari sumber utama atau lokasi dimana penelitian dilaksanakan oleh peneliti (Siregar, 2014). Data primer yang dipergunakan pada penelitian ini ialah hasil dari isian jawaban kuesioner dari beberapa responden yakni konsumen produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe. Hasil data primer merupakan jawaban dari pertanyaan dalam kuesioner. Pertanyaan terkait inovasi produk, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian. dari konsumen produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe.

#### **3.3.2 Sumber Data**

Sumber data yang dipergunakan pada penelitian ini berasal dari data internal. Data internal merupakan data yang berasal dari sumber internal perusahaan, seperti data keuangan, data penjualan, data produksi, atau data sumber daya manusia. Data internal umumnya mudah diakses dan dapat digunakan untuk memonitor kinerja atau efektivitas suatu kegiatan atau program (Hartatik *et al*, 2023). Data internal pada penelitian ini diperoleh dari profil produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe.

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

#### **3.4.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2018:148) Populasi ialah kawasan umum yang meliputi objek ataupun subjek dengan kuantitas serta ciri khas tertentu yang dicatat oleh peneliti untuk dianalisis dan selanjutnya diambil keputusan. Pada penelitian ini populasi yang dipergunakan yaitu konsumen produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe pada periode bulan november 2023-januari 2024 yaitu 75 responden.

#### **3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling**

Sampel ialah anggota dari populasi serta karakternya. Pengambilan sampel dapat dilakukan terhadap populasi, namun populasi yang dijadikan sampel haruslah akurat (Sugiyono 2015:120).

Teknik sampling yang dipergunakan pada penelitian ini ialah teknik non-probabilitas dan teknik terpilih ialah sampling jenuh atau sensus. Metode ini melibatkan seluruh anggota populasi sebagai sampel, yaitu seluruh konsumen produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe pada periode november 2023-januari 2024. Total sampel yang diambil adalah sebanyak 75. Adapun teknik pengambilan data yang dipergunakan peneliti yaitu observasi dan kuesioner (angket).

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

#### **3.5.1 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian ialah obyek penelitian atau pokok bahasan apa pun yang terdiri dari apa pun yang sudah diputuskan oleh para peneliti untuk

dipelajari hingga mereka bisa memperoleh informasi tentang pokok bahasan tersebut dan merumuskan hipotesis (Paramita *et al.*, 2021). Didalam penelitian ini ada sejumlah variabel yang dipergunakan, yaitu:

**a. Variabel Bebas (Independen)**

Variabel penyebab memainkan peran penting dalam mendorong perubahan atau munculnya variabel dependen. Didalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan yakni inovasi produk (X1), kualitas produk (X2) dan harga (X3).

**b. Variabel Terikat (Dependen)**

Variabel dependen merupakan hasil dari adanya variabel independen yang disebut dengan variabel terikat. Paramita *et al.* (2021) mengartikan variabel dependen dengan sebutan variabel terikat endogen atau konsekuen yang menjadi fokus penelitian. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan yaitu keputusan pembelian (Y1).

### 3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual ialah jenis metodologi penelitian yang menggambarkan ciri khas suatu permasalahan yang belum diteliti secara menyeluruh. Berdasar pada penjabaran yang disampaikan diatas, maka dapat diketahui makna konseptual dari setiap variabel berikut:

**a. Inovasi Produk**

Menurut Setiadi J (2016:398), Inovasi produk melibatkan ciptaan produk baru yang bisa memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen hingga

menyebabkan keinginan untuk memiliki produk tersebut dapat tumbuh, dan terwujud melalui penjualan.

#### **b. Kualitas Produk**

Kualitas produk merujuk pada kecakapan produk tertentu untuk melakukan fungsi tertentu, termasuk penanganan, daya tahan, kemudahan penggunaan, kecepatan, kualitas produk, atau atribut lainnya. (Umami & Sumartik, 2019:251).

#### **c. Harga**

Menurut Rosiana et al. (2023:46), Harga merupakan jumlah yang wajib diberikan pelanggan pada penjual untuk barang atau jasa dalam istilah lain; harga ialah jumlah yang bersedia dibayarkan oleh konsumen untuk barang tertentu.

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

Menurut Sudaryono (2014) Keputusan pembelian ialah tekad untuk memilih satu dari dua, atau lebih pilihan. Istilah lainnya, mereka yang mengalami persoalan harus bisa memilih satu pilihan di antara beberapa pilihan lainnya. Jika ada pilihan beli atau tidak beli, seseorang dapat memilih untuk beli.

### **3.5.3 Definisi Operasional**

Menurut Paramita *et al.* (2021:42), Definisi operasional menjabarkan bagaimana nilai suatu variabel dipertimbangkan pada penelitian atau operasionalisasi. Variabel-variabel berikut ialah variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini:

### **a. Inovasi Produk**

Inovasi produk yang baik harus mempunyai indikator yang dipenuhi.

Indikator inovasi produk menurut Kotler & Amstrong (2016: 233) yakni:

#### 1) Keunggulan Relatif

Keunggulan relatif produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki terletak pada tingkat inovasi produk yang terlihat lebih bagus daripada produk lama.

#### 2) Kompatibilitas (Kesesuaian)

Tingkat kesesuaian inovasi pada produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki sesuai dengan nilai dan pengalaman perorangan.

#### 3) Divisibilitas (Ketercobaan)

Tingkat inovasi produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki dicoba sedikit demi sedikit dengan selalu mengikuti trend.

#### 4) Komunikabilitas (Keterlihatan)

Inovasi produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki dideskripsikan melalui media sosial untuk mempermudah penyampaian kepada konsumennya.

Berdasar pada indikator-indikator inovasi produk, maka disusunlah pertanyaan yang cocok dengan skala penilaian, yakni:

1) Produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe memiliki keunggulan dibandingkan dengan produk sejenis lainnya.

2) Produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

- 3) Inovasi produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe mengikuti trend masa kini.
- 4) UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe memiliki media sosial yang mudah diakses dan digunakan untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan konsumennya.

#### **b. Kualitas Produk**

Menurut Tjiptono (2019), ada beberapa indikator kualitas produk yang dipergunakan dalam menilai kualitas produk berikut:

- 1) Kinerja (*Performance*)

Kinerja produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe sesuai dengan keinginan konsumen.

- 2) Fitur (*Features*)

Fitur pada produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe memuaskan konsumen.

- 3) Keandalan (*Reliability*)

Produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe dapat diandalkan.

- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*)

Spesifikasi pada produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki sangat sesuai.

- 5) Daya tahan (*Durability*)

Daya tahan produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki tidak diragukan.

6) Kemampuan melayani (*Serviceability*)

Kemampuan dalam melayani konsumen produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki memuaskan.

7) Estetika (*Aesthetics*)

Produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki memiliki estetika tersendiri.

8) Persepsi terhadap kualitas (*Perceived quality*)

Persepsi konsumen terhadap kualitas produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki sangat baik.

Berdasar pada indikator-indikator kualitas produk, maka disusunlah pertanyaan yang cocok dengan skala penilaian, yakni:

- 1) Kinerja produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe sesuai dengan keinginan saya.
- 2) Fitur produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe memuaskan dan memenuhi kebutuhan saya.
- 3) Produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe dapat diandalkan dalam penggunaan sehari-hari.
- 4) Produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan.
- 5) Produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe kuat dan tahan lama sesuai dengan kegunaannya.
- 6) Pelayanan terhadap konsumen produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe sangat memuaskan.

- 7) Produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe memiliki desain yang menarik dan nilai seni yang tinggi.
- 8) Produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe memiliki kualitas yang baik.

### **c. Harga**

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Rosiana et al.(2023:49) menguraikan tentang indikator harga yaitu:

#### 1) Keterjangkauan harga

Konsumen produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki bisa menjangkau harga ditetapkan oleh produsen..

#### 2) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Mahal murahnya harga produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki menjadi pertimbangan konsumen saat akan membeli produk.

#### 3) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Kesesuaian harga produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki dengan kualitasnya.

#### 4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Kesesuaian harga produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki dengan manfaatnya.

Berdasar pada indikator-indikator harga, maka disusunlah pertanyaan yang cocok dengan skala penilaian, yakni:

- 1) Harga produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe sesuai dengan kemampuan atau daya beli konsumen.

- 2) Harga produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe lebih murah dibandingkan dengan produk anyaman bambu lain dengan kualitas yang sama.
- 3) Harga produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe sesuai dengan kualitasnya.
- 4) Harga produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe sesuai dengan manfaatnya

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

Menurut Kotler & Keller (2016:184) indikator keputusan pembelian diuraikan berikut:

- 1) Pengenalan Masalah

Proses pembelian produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki yang akan di mulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan.

- 2) Pencarian Informasi

Konsumen yang tergugah kebutuhannya akan mencari informasi yang lebih banyak tentang produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki.

- 3) Evaluasi alternatif

Konsumen akan melakukan evaluasi terhadap beberapa produk yang sama dengan produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki.

- 4) Keputusan pembelian

Suatu tahap dimana konsumen memutuskan untuk membeli produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki.

### 5) Perilaku Pasca Pembelian

Sesudah membeli produk, konsumen produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejek akan merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu.

Berdasar pada indikator-indikator keputusan pembelian, maka disusunlah pertanyaan yang cocok dengan skala penilaian, yakni:

- 1) Dengan melakukan pembelian produk anyaman bambu di UMKM Sumber Rejek Pasrujambe dapat menjadi jawaban atas masalah atau kebutuhan konsumen.
- 2) Saya telah melakukan pencarian informasi terkait produk sebelum memutuskan pembelian terhadap produk anyaman bambu di UMKM Sumber Rejek Pasrujambe.
- 3) Saya telah melakukan evaluasi sebelum melakukan pembelian terhadap produk anyaman bambu di UMKM Sumber Rejek Pasrujambe.
- 4) Saya telah melakukan pembelian terhadap produk anyaman bambu di UMKM Sumber Rejek Pasrujambe
- 5) Saya merasa puas setelah menggunakan produk anyaman bambu di UMKM Sumber Rejek Pasrujambe.

### **3.6 Instrumen Penelitian**

Menurut Sugiyono (2015: 156), Instrumen penelitian ialah alat yang dipergunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data pada suatu penelitian, seperti tes, kuesioner, wawancara, atau metode observasi. Adapun instrumen penelitian yang dipakai pada penelitian ini yaitu instrumen untuk mengukur inovasi produk, kualitas produk, harga dan keputusan pembelian.

Pada instrumen penelitian, pertanyaan dan pernyataan dikumpulkan melalui kuesioner (tolok ukur) dan dianalisis dengan *skala Likert* untuk mengetahui sejauh mana fenomena sosial yang ada pada diri seseorang, tangan, atau bahkan sekelompok orang. menurut Sugiyono (2014). Pada penelitian ini, instrumen penelitian diuraikan berdasar pada indikator variabel, instrumen penelitian serta skala pengukuran kemudian ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 3.1 Variabel, Indikator dan Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
1	Inovasi Produk (X1)	1. Keunggulan Relatif	1. Produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe memiliki keunggulan dibandingkan dengan produksi sejenis lainnya	Ordinal	Kotler dan Amstrong (2016)
		2. Kompatibilitas	2. Produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen		
		3. Divisibilitas	3. Inovasi produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe mengikuti trend masa kini.		
		4. Komunikabilitas	4. UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe memiliki media sosial yang mudah diakses dan digunakan untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan konsumennya		
2	Kualitas Produk (X2)	1. Kinerja ( <i>Performance</i> )	1. Kinerja produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe sesuai dengan keinginan saya	Ordinal	(Tjiptono, 2019)
		2. Fitur ( <i>Features</i> )	2. Fitur produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe memuaskan dan		

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
			memenuhi kebutuhan saya tinggi		
		3. Keandalan ( <i>Reliability</i> )	3. Produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe sesuai dengan keinginan konsumen		
		4. Kesesuaian dengan spesifikasi ( <i>conformance to specification</i> )	4. Produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe dapat diandalkan dalam penggunaan sehari-hari		
		5. Daya tahan ( <i>Durability</i> )	5. Produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe kuat dan tahan lama sesuai dengan kegunaannya		
		6. Kemampuan melayani ( <i>Serviceability</i> )	6. Pelayanan terhadap konsumen produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe sangat memuaskan		
		7. Estetika ( <i>Aesthetics</i> )	7. Produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe memiliki desain yang menarik dan nilai seni yang tinggi		
		8. Persepsi terhadap kualitas ( <i>Perceived quality</i> )	8. Produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe memiliki kualitas yang baik		
3	Harga (X3)	1. Keterjangkauan harga	1. Harga produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe sesuai dengan kemampuan atau daya beli konsumen	Ordinal	Rosiana et al.(2023:49)
		2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	2. Harga produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe lebih murah dibandingkan dengan produk anyaman bambu lain		

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
			dengan kualitas yang sama		
		3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	3. Harga produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe sesuai dengan kualitasnya		
		4. Kesesuaian harga dengan manfaat	4. Harga yang didapatkan dari produk anyaman bambu UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe sesuai dengan manfaatnya.		
4	Keputusan pembelian (Y)	1. Kebutuhan untuk membeli produk	1. Dengan melakukan pembelian produk anyaman bambu di UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe dapat menjadi jawaban atas masalah atau kebutuhan saya.	Ordinal	Kotler & Keller (2016:184)
		2. Mencari Informasi	2. Saya telah melakukan pencarian informasi terkait produk sebelum memutuskan pembelian terhadap produk anyaman bambu di UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe.		
		3. Evaluasi Alternatif	3. Saya telah melakukan evaluasi sebelum melakukan pembelian terhadap produk anyaman bambu di UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe.		
		4. Melakukan pembelian produk	4. Saya telah melakukan pembelian terhadap produk anyaman bambu di UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe.		
		5. Pasca Pembelian	5. Saya merasa puas setelah menggunakan produk anyaman bambu di UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe.		

### 3.7 Metode Pengumpulan Data

#### 3.7.1 Observasi

Menurut Sugiyono (2018:226), Observasi merupakan dasar dari segala ilmu. Saintis hanya bisa bekerja berdasar pada data, yakni fakta yang telah diobservasi. Pengobservasi dilaksanakan dengan cara mengamati secara dekat objek penelitian, yakni dengan mengamati secara cermat mengenai inovasi produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian dalam membeli produk anyaman bambu di UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe.

#### 3.7.2 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:199), Kuesioner ialah teknik mengumpulkan data yang dilaksanakan dengan mengajukan pertanyaan tertulis pada responden. Diharapkan dengan memberikan kuesioner, responden dapat memberikan data yang akurat dan konsisten mengenai variabel inovasi produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian. Pelanggan yang membeli produk anyaman bambu dari UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe diberikan akses untuk mengisi kuesioner sebagai bahan penelitian. Jenis kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini yakni kuesioner tertutup, responden diharap menjawab pertanyaan dengan memilih salah satu pilihan dari daftar jawaban yang tersedia, berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Kategori	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4

5	Sangat Setuju	5
---	---------------	---

Sumber: Paramita (2015)

### 3.8 Teknik Analisis Data

Metode analisis data merupakan metode yang dipergunakan untuk olah hasil penelitian, untuk menarik kesimpulan. Menurut Sugiyono (2015:331) pada penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang dipakai sudah jelas dan dapat dipertanggungjawabkan untuk menjawab rumusan masalah ataupun melakukan pengujian hipotesis yang telah dinyatakan pada proposal.

Teknik analisis data yang dipakai pada penelitian ini ialah analisis regresi linier berganda dengan hubungan asosiatif kausal yang dipergunakan untuk mengetahui variabel bebas terhadap variabel terikat. Setelah melakukan analisis dan uji pengaruh, maka dilakukan uji asumsi dasar dan regresi linier berganda yang didasarkan normal dan tidak adanya multikolinieritas atau heteroskedastisitas.

Langkah yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan Populasi
- b. Menentukan Sampel
- c. Menyebarkan Kuesioner
- d. Merekap Kuesioner
- e. Uji Instrument Penelitian (*Validitas dan Reabilitas*)
- f. Uji Asumsi Klasik (Normalitas Data, *Multikolonieritas*, dan *Heteroskedastisitas*)
- g. Kriteria
- h. Kesimpulan

### **3.8.1 Pengujian instrument**

Sebelum melakukan uji hipotesis, harus dilaksanakan uji validitas serta reliabilitas sebagai asumsi dasar yang wajib dilakukan. Artinya, data harus reliabel dan valid agar dapat dilakukan uji hipotesis selanjutnya.

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

Uji validitas dipakai untuk mencari tahu berapa baik kuesioner bisa mengumpulkan data ataupun informasi yang diinginkan. Menurut Sugiyono (2017:121), menyatakan bahwa suatu instrumen dianggap valid jika dengan tepat menentukan dan memberikan data dari variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, validitas data dapat diuji dengan memakai pengolahan data secara manual atau dengan dukungan komputer, seperti menggunakan SPSS.

Hasil penelitian yang dianggap valid memperlihatkan adanya kesesuaian data yang dikumpulkan dengan data sebenarnya. Instrumen yang valid menunjukkan bahwa alat ukur yang dipakai untuk pengumpulan data tersebut valid. Analisis faktor digunakan dalam pengujian validitas ini dengan membandingkan jumlah semua skor faktor. Apabila koefisien korelasi setiap faktor di atas adalah positif dan memiliki nilai minimal 0.3, maka faktor yang dimaksud akan dinilai sebagai unsur yang kuat. Namun, apabila korelasi setiap skor faktor dengan seluruh skor <0,3, maka indikator tersebut tidak valid. (Sugiyono 2015:173).

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

Uji reliabilitas atau keandalan dilaksanakan untuk mengukur berapa jauh kuesioner dapat memberikan hasil yang konsisten (Sugiyono, 2017:130). Jika kuesioner diuji lagi pada topik yang sama pada periode yang berbeda, kuesioner

tetap stabil dan bisa diandalkan, penggunaan kuesioner secara berulang-ulang akan memberi hasil yang sama. Menurut Nugroho (2011:33), Analisis reliabilitas bisa dilaksanakan menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria ini dijelaskan dan ditunjukkan dalam tabel berikut:

**Tabel 3.3 Indeks Kriteria Reliabilitas**

No	<i>Interval Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1	0,000-0,20	Kurang Reliabilitas
2	0,201-0,40	Agak Reliabilitas
3	0,401-0,60	Cukup Reliabilitas
4	0,601-0,80	Reliabilitas
5	0,801-1,00	Sangat Reliabilitas

Sumber: Nugroho (2011:33)

Uji reliabilitas ialah suatu metode untuk mengevaluasi berapa jauh pengukuran bisa menghasilkan hasil yang konsisten atau tidak beda secara signifikan ketika pengukuran dilakukan berulang-ulang pada subjek yang sama. Uji ini hanya dapat digunakan untuk pertanyaan-pertanyaan yang valid. Sebuah pertanyaan yang dinilai reliabel apabila nilai *cronbach alpha*-nya lebih besar dari 0,6. Pengujian reliabilitas bisa dilaksanakan dengan memakai rumus *alpha* atau *cronbach's alpha*, yang merupakan alat untuk mengukur reliabilitas instrumen tersebut.

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksud untuk mencari tahu apa sampel yang dipakai terdistribusi normal atau tidak. Asumsi ini didukung oleh eror ( $\epsilon$ ) yang terdistribusi normal pada model regresi linier. Model regresi yang baik terdistribusi normal atau mendekati, sehingga memudahkan analisis statistik. Uji

normalitas dilakukan memakai metode Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*, yang didasarkan pada asumsi bahwa jika nilai signifikan sampel  $\geq 0,05$  atau 5%, maka data memiliki distribusi normal. Namun, jika hasil Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* memperlihatkan signifikansi  $<0,05$  atau 5%, maka data tidak berdistribusi normal. (Bahri, 2018).

- 1) Jika probabilitas  $\geq 0,05$  maka distribusi model regresi normal
- 2) Jika probabilitas  $<0,05$  maka distribusi model regresi tidak normal

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Menurut Ghozali (2016) Analisis uji multikolinear digunakan untuk menentukan apa variabel independen atau dependen dimasukkan ke dalam model regresi. Efek multikolinearitas ini mengakibatkan naiknya variabel pada sampel. Hal ini mengindikasikan standar error yang tinggi karena ketika koefisien dievaluasi, thitung akan memiliki nilai yang lebih kecil dari ttabel. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak ada hubungan linier antara variabel independen dengan variabel dependen.

Untuk mengetahui apakah model regresi tersebut multikolinear atau tidak, bisa dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*. Nilai *Tolerance* digunakan untuk mengukur variasi variabel bebas yang tidak dapat dijabarkan oleh variabel bebas lain. Karena  $VIF = 1/tolerance$ , maka tingkat *tolerance* yang rendah sama dengan tingkat VIF yang tinggi, memperlihatkan adanya tingkat kolineritas yang tinggi. Nilai *cutoff* yang dipakai ialah *tolerance* 0,10 atau VIF di atas angka 10.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apa pada suatu model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual pada satu percobaan ke percobaan yang lain. Jika beda, maka disebut heteroskedastisitas. Pengujian *Heteroskedastisitas* dilaksanakan dengan memakai *Scatter Plot* dengan kriteria sebagai berikut:

- (a) Apabila pada hasil uji *heteroskedastisitas* terdapat adanya pola tertentu, seperti ada titik-titik yang menggambar suatu pola tertentu seperti bergelombang, melebar dan menyempit maka bisa dikatakan terjadi *heteroskedastisitas*.
- (b) Apabila hasil dinyatakan tidak terjadinya *heteroskedastisitas* jika pada hasil uji *heteroskedastisitas* dalam penelitian terdapat titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah 0 sumbu Y.

Pada penelitian ini bertujuan untuk dapat mencari tahu apa variabel yang terdapat dalam penelitian terbebas dari gejala *heteroskedastisitas* dengan menggunakan alat pengujian statistic yaitu SPSS (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015).

### 3.8.3 Analisis Regresi berganda

Dengan menggunakan analisis regresi garis berganda, ini akan bisa membantu untuk menentukan variabel bebas yang mempunyai pengaruh dominan pada variabel terikat. Disamping itu, analisis regresi garis berganda juga bisa memberikan informasi tentang berapa besar korelasi setiap variabel bebas dengan variabel terikatnya (Sugiyono, 2016:192). Sehingga, analisis regresi berganda bisa membantu dalam mengidentifikasi variabel bebas yang mendominasi pengaruh

terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini analisis regresi linier berganda dapat ditentukan melalui persamaan berikut:

$$KP = \alpha + \beta_1 PI + \beta_2 PQ + \beta_3 P + e$$

Keterangan:

KP = Keputusan Pembelian

$\alpha$  = Konstanta

PI = *Product Innovation* (Inovasi Produk)

PQ = *Product Quality* (Kualitas Produk)

P = *Price* (Harga)

e = *error*

#### 3.8.4 Pengujian Hipotesis

Sesudah dilaksanakan analisis regresi linier berganda, selanjutnya dilaksanakan uji hipotesis untuk melihat ada tidaknya pengaruh dari variabel X terhadap variabel Y.

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

Uji parsial dipakai dalam melakukan pengujian pengaruh setiap variabel bebas yakni Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Harga terhadap variabel dependen atau terikat yakni Keputusan Pembelian (Bahri, 2018:194). Dalam penelitian terdapat dua hipotesis yaitu H<sub>0</sub> yang artinya benar dan terbukti salah yang berdasarkan pada data sampel dan H<sub>a</sub> yang artinya salah dan terbukti benar dengan data sampel. Ketika pada H<sub>0</sub> terbukti salah maka H<sub>a</sub> harus terbukti benar. Dan untuk melakukan uji t terhadap penelitian ini maka dilaksanakan dengan mengikuti langkah berikut:

1) Perumusan Hipotesis

(a) Inovasi Produk

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh antara inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe

H<sub>a</sub> : Terdapat pengaruh antara inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe

(b) Kualitas Produk

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe

H<sub>a</sub> : Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe

(c) Harga

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian pada UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe

H<sub>a</sub> : Terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian pada UMKM Sumber Rejeki Pasrujambe

2) Menentukan batas signifikansi yang dipergunakan yaitu 5%. (0,05)

(a) Jika tingkat signifikansi  $<5\%$ , maka dinyatakan adanya pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel independen dan dependen.

(b) Jika analisis data menunjukkan hasil yang signifikan  $>5\%$ , maka dinyatakan bahwa tidak ada pengaruh variabel independen yang signifikan secara parsial terhadap variabel dependen.

### 3) Kriteria Pengujian

(a) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} < -t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak yang berarti  $H_a$  diterima dan terdapat pengaruh

(b) Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} \geq -t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima yang berarti  $H_a$  tidak terdapat pengaruh

### 4) Menentukan $T_{tabel}$

Nilai  $T_{tabel}$  dapat dihitung dengan menggunakan rumus  $df = (a/2:n-2)$

5) Membandingkan hasil uji  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  kemudian membuat kesimpulan dari perbandingan tersebut

### b. Uji F (Kelayakan Model)

Menurut Ferdinand (2014) menyatakan bahwa uji kelayakan model digunakan dengan tujuan untuk mencari tahu dan menganalisis tingkat kelayakan model pada variabel yang dipergunakan, menguraikan apakah model regresi telah dinyatakan layak atau tidak sehingga dapat dilanjutkan dengan menjelaskan adanya pengaruh inovasi produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian ini melihat dari hasil analisis regresi dengan kriteria pengukuran yang digunakan, yaitu:

1)  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  atau nilai  $sig \leq 0,05$ , maka dapat diartikan model dinyatakan layak

2)  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai  $sig > 0,05$ , maka dapat diartikan model dinyatakan tidak layak  $F_{hitung}$  bisa dihitung dengan rumus  $df = n - k - 1$

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

Koefisien determinasi dipergunakan untuk mengukur berapa jauh variabel independen yaitu inovasi produk, kualitas produk, dan harga mampu menjabarkan variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi antara 0-1. Semakin kecil nilai determinasi maka bahwa kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sangat rendah. Ketika nilainya mendekati 1, maka variabel independen hampir memberi segala informasi yang diperlukan untuk menentukan variabel dependen (Ghozali, 2018). Penelitian ini memakai adjusted  $R^2$  karena terdapat lebih dari satu variabel independen. Model dikatakan baik jika hasil nilai  $R^2$  memiliki nilai di atas angka 80% (Paramita *et al.*, 2018).

