

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai suatu metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme. Filsafat positivisme menyatakan bahwa fenomena yang diteliti dapat diklasifikasikan menjadi relatif tetap, dapat diamati secara konkrit, dan dapat diukur, serta hubungan antar gejala bersifat sebab akibat (Paramita, et.al., 2018:5). Menurut Sugiyono (2017:13) metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis variabel independen yang terdiri dari *price discount*, *in store display*, dan kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Maka penelitian ini menggunakan analisis linier berganda sebagai teknik pengukurannya, sehingga dapat di uji hipotesis yang menyatakan ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3.2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas (independen) yang dipakai yakni variabel *price discount* (X1), *in*

store display (X2), dan kualitas produk (X3) sedangkan variabel terikat (dependen) yaitu keputusan pembelian (Y). Pada penelitian ini subjek yang dipilih yaitu pelanggan Jadoo toys Lumajang. Alasan peneliti melakukan penelitian pada pelanggan Jadoo toys Lumajang yang disebabkan oleh harga yang terus bersaing, promosi, suasana dan tata letak toko yang menarik sehingga relevan dengan tujuan penelitian ini dalam menguji pengaruh *price discount*, *in store display*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

a. Data Primer

Menurut Paramita, et.al., (2018:72) data primer diartikan sebagai data yang diperoleh melalui survey lapangan dengan menggunakan semua metode pengumpulan data original. Sedangkan menurut Indriantoro & Supomo (2018:142) Data primer merupakan sumber data penelitian yang didapatkan secara langsung dari sumber yang asli (tanpa melalui media perantara). Data primer dikumpulkan secara khusus oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer bisa berupa opini subjek (orang) secara kelompok atau individual, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis data primer. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen Jadoo toys Lumajang.

b. Data Sekunder

Menurut Paramita, et.al., (2018:72) data sekunder diartikan sebagai yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data yang kemudian dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Sedangkan data sekunder menurut Puspitaningtyas & Kurniawan (2016:78) adalah data dokumentasi, data yang diterbitkan atau data yang digunakan oleh organisasi.

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku, jurnal, artikel, skripsi, media internet yang berhubungan dengan objek penelitian. Yang menjadi data sekunder yaitu tentang *price discount*, *in store display*, kualitas produk, dan keputusan pembelian serta penelitian terdahulu yang menunjang penelitian.

3.3.2. Sumber Data

Sumber data yang dipergunakan pada penelitian ini berupa data eksternal dan internal, sebagai berikut:

a. Data Internal

Menurut Paramita, et.al., (2018:72) data internal diartikan sebagai data yang berasal dari dalam organisasi atau perusahaan tersebut. Sedangkan menurut Puspitaningtyas & Kurniawan (2016:78) data internal berasal dari dalam instansi mengenai kegiatan lembaga dan untuk kepentingan instansi tersebut. Data internal diperoleh dari pelanggan Jadoo toys di Lumajang yang melakukan pembelian produk di Jadoo toys Lumajang.

b. Data Eksternal

Menurut Paramita, et.al., (2018:72) data eksternal diartikan sebagai data yang berasal dari luar organisasi atau perusahaan tersebut. Data yang berasal dari

dalam luar intansi Puspitaningtyas & Kurniawan (2016:78). Data eksternal yang dipakai dalam penelitian ini berasal dari penelitian-penelitian terdahulu dalam bentuk jurnal, artikel maupun skripsi yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya.

3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian Paramita, et.al., (2021). Populasi dalam penelitian ini yaitu semua konsumen Jadoo toys Lumajang.

3.4.2. Sampel

Menurut Paramita et.al., (2018:60), sampel adalah bagian dari populasi yang terdiri dari beberapa bagian anggota populasi, sedangkan menurut Sugiyono (2016:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Dalam penelitian ini, peneliti hanya akan meneliti sebagian dari populasi menjadi sebuah sampel, tetapi hanya dibatasi sebagian dari populasi saja. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang akan diteliti, maka semakin kecil kemungkinan terjadinya suatu kesalahan (begitu juga sebaliknya).

Dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti dalam melakukan penelitian, baik dari segi waktu, tenaga, maupun jumlah populasi yang banyak, sehingga sampel penelitian yang diambil harus benar-benar dapat mewakili, khususnya dalam penelitian ini, sampel tersebut diambil dari populasi dengan

presentasi tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 10% (0,1). Untuk menemukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian, digunakan teori Roscoe. Menurut Roscoe Sugiyono (2015:131) menyatakan bahwa metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe dalam buku *Research Methods For Business* (1982:253) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini:

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

Berdasarkan pendapatan di atas, analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis *multivariate* yang merupakan analisis regresi linier berganda yang terdiri dari tiga variabel independen dan satu variabel dependen yaitu *price discount*, *in store display*, kualitas produk, dan keputusan pembelian, jadi jumlahnya ada empat variabel. Dengan demikian ukuran sampel diambil minimal = $10 \times 4 \text{ variabel} = 40$ anggota sampel. Jika semakin besar ukuran sampel maka hasil penelitian akan semakin mendekati seperti kenyataan, oleh karena itu

jumlah sampel ditingkatkan menjadi 15 responden untuk setiap variabelnya. Jadi jumlah sampel yang diambil sebanyak 4 (empat) variabel x 15 responden = 60 anggota sampel.

3.4.3. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Menurut (Ratna Wijayanti D Paramita, Rizal, and Sulistyan 2018), teknik sampling adalah suatu proses dilakukan peneliti untuk mengetahui sampel yang digunakan pada saat observasi atau saat penelitian sehingga dapat menarik sebuah kesimpulan atas semua populasi penelitian.

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019:133) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Tujuan pengambilan sampel adalah untuk mendapatkan informasi tentang populasi tersebut. Oleh karena itu, sangat penting memastikan individu-individu yang dimasukkan ke dalam sampel merupakan representasi yang akurat dan benar-benar mencerminkan seluruh individu dalam populasi. Alasan menggunakan metode *purposive sampling* karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan penelitian. Adapun kriteria dalam penelitian sampel yang ditetapkan peneliti adalah sebagai berikut.

- a) Responden adalah masyarakat Lumajang.
- b) Responden merupakan konsumen dan pelanggan yang pernah membeli produk di toko Jadoo toys Lumajang.
- c) Kriteria usia diatas 17 Tahun

3.5. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu yang berbentuk yang bisa ditetapkan sebagai objek penelitian yang dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut yang kemudian dapat ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini menggunakan empat variabel yang terdiri dari variabel independen yaitu *price discount*, *in store display*, dan kualitas produk dan satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

a. Variabel bebas (Independen)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab atas perubahan yang timbul pada variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu *price discount*, *in store display*, dan kualitas produk.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yakni:

- 1) *Price discount* (X1)
- 2) *In Store Display* (X2)
- 3) Kualitas Produk (X3)

b. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel dependen sering disebut variabel output dan sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

3.5.2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

- a. *Price discount* yaitu pengurangan langsung dari harga barang pada pembelian selama satu periode waktu yang dinyatakan (Kotler, 2015:299).
- b. *In store display* merupakan salah satu strategi promosi yang dilakukan didalam toko dengan cara menggunakan berbagai bentuk pajangan yang bisa menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian melalui daya tarik penglihatan langsung (Robikayati & Sumarsono, 2022:243).
- c. Kualitas produk adalah karakteristik yang melekat atau membedakan derajat atau tingkat keunggulan dari suatu produk (Moko, et.al., 2021:121).
- d. Keputusan Pembelian adalah sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk yang telah diyakini dapat memberikan kepuasan kepadanya serta kesediaan untuk menanggung resiko yang mungkin ditimbulkan sebagai akibatnya (Ifa and Ariyono 2019).

3.5.3. Definisi Operasional

a. *Price Discount*

Price discount yaitu pengurangan langsung dari harga barang pada pembelian selama satu periode waktu yang dinyatakan (Kotler, 2015:299). Indikator *price discount* menurut Herdiany, et.al., (2021) antara lain sebagai berikut:

- a. Frekuensi *discount* : Frekuensi *discount* mengacu pada seberapa sering pemasar ritel menawarkan *discount* pada produk.

- b. Jumlah *discount* : Jumlah *discount* menunjukkan berapa banyak *discount* yang ditawarkan pemasar kepada konsumen atas produk. Misalnya: 10%, 15%, dst.
- c. Waktu *discount* : Waktu *discount* mengacu pada waktu di mana pemasar menentukan *discount* pada produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Sedangkan menurut Wilujeng (2017), juga mengemukakan ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur variabel diskon, yaitu:

- a. Dapat mendorong konsumen untuk membeli dalam jumlah banyak.
- b. Antisipasi promosi pesaing.
- c. Mendukung perdagangan dalam jumlah yang lebih besar.

Untuk di fungsikan sebagai item pernyataan dalam kuesioner penelitian, selanjutnya indikator-indikator tersebut disusun menjadi pernyataan-pernyataan berikut:

- 1) Frekuensi *discount*
 - a) Saya lebih suka membeli produk yang sedang dipasarkan di Jadoo toys dengan potongan harga
 - b) Saya akan membeli produk yang sedang ada potongan harga tanpa ada rencana membeli sebelumnya
- 2) Jumlah *discount*
 - a) Potongan harga yang ditawarkan oleh Jadoo toys sangat memuaskan
 - b) Membeli produk di Jadoo toys dalam jumlah besar untuk mendapatkan potongan harga

3) Waktu *discount*

- a) Membeli produk di Jadoo *toys* yang mempunyai potongan harga dengan jangka waktu yang telah ditentukan
- b) Jangka waktu potongan harga yang diberikan oleh Jadoo *toys* sesuai dengan harapan saya

b. *In Store Display*

In store display merupakan salah satu strategi promosi yang dilakukan di dalam toko dengan cara menggunakan berbagai bentuk pajangan yang bisa menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian melalui daya tarik penglihatan langsung Robikayati & Sumarsono (2022:243). Indikator *in store display* yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Kualitas *display* (Kusumandaru 2017)

Kualitas *display* merupakan kondisi suatu tempat yang berhubungan dengan produk, penataan tempat, serta penampilan suatu ruangan atau tempat.

2) Dekorasi (Melina and Kadafi 2018)

Dekorasi adalah suatu barang atau alat yang digunakan untuk memperindah suatu tempat atau ruangan.

3) Penyusunan barang (Maryati 2020)

Penyusunan barang atau produk digunakan untuk mempermudah pendataan oleh karyawan dan mempermudah pelanggan dalam menemukan suatu produk.

Untuk di fungsikan sebagai item pernyataan dalam kuesioner penelitian, selanjutnya indikator-indikator tersebut disusun menjadi pernyataan-pernyataan berikut:

1) Kualitas *display*

- a) Pencahayaan di area *display* toko membuat produk terlihat lebih menarik
- b) Saya sering membeli barang yang ditata ditempat yang strategis dan mencuri pandangan saya

2) Dekorasi

- a) *Display* produk di belakang kasir pada toko Jadoo toys dapat terlihat dengan jelas
- b) *Display* produk pada meja kasir dibuat menarik, sehingga memancing pengunjung untuk membeli

3) Penyusunan barang

- a) Kategori produk ditata dengan jelas sehingga saya tidak kesulitan mencari barang yang saya butuhkan
- b) Saya cenderung untuk tidak membeli produk yang tidak terlihat tempatnya

c. Kualitas Produk

Menurut Moko, et.al., (2021:121) menyatakan bahwa kualitas produk adalah karakteristik yang melekat atau membedakan derajat atau tingkat keunggulan dari suatu produk. Indikator kualitas produk dalam penelitian ini menurut Amrullah, et.al., (2016) antara lain:

- 1) *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- 2) *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau unsur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar

frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.

- 3) *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
- 4) *Reability* (reabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
- 5) *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk, misalnya: bentuk fisik, model, desain yang *artistic*, dan sebagainya.
- 6) *Perceived Quality* (Kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

Untuk di fungsikan sebagai item pernyataan dalam kuesioner penelitian, selanjutnya indikator-indikator tersebut disusun menjadi pernyataan-pernyataan berikut:

- 1) Kinerja (*performance*)
 - a) Produk yang tersedia di Jadoo *toys* sudah jelas keamanannya saat digunakan
 - b) Kualitas produk yang tersedia di Jadoo *toys* cukup lengkap daripada toko lain
- 2) Daya tahan (*durability*)
 - a) Produk mainan di Jadoo *toys* tidak mudah rusak jika tidak dibanting

3) Fitur (*features*)

- a) Jadoo toys memiliki variasi produk sejenis dengan harga yang beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen

4) Reabilitas (*reability*)

- a) Harga produk mainan di Jadoo toys sesuai dengan kualitas yang diberikan

5) Estetika (*aesthetic*)

- a) Banyaknya pilihan merek produk di Jadoo toys membuat konsumen tertarik untuk membeli

6) Kesan kualitas (*perceived quality*)

- a) Produk di Jadoo toys memiliki kualitas yang sesuai dengan kualitas yang diberikan

d. Keputusan Pembelian

Indikator keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini menurut (Thompson, 2016:57), antara lain:

1) Sesuai kebutuhan

Pelanggan melakukan pembelian karena produk yang ditawarkan sesuai yang dibutuhkan dan mudah dalam mencari barang yang dibutuhkan.

2) Mempunyai manfaat

Produk yang dibeli sangat berarti dan bermanfaat bagi konsumen.

3) Ketetapan dalam membeli produk

Harga produk sesuai kualitas produk dan sesuai dengan keinginan konsumen.

4) Pembelian berulang

Keadaan dimana konsumen merasa puas dengan transaksi sebelumnya sehingga berniat selalu melakukan transaksi dimasa yang akan datang.

Untuk di fungsikan sebagai item pernyataan dalam kuesioner penelitian, selanjutnya indikator-indikator tersebut disusun menjadi pernyataan-pernyataan berikut:

1) Sesuai kebutuhan

- a) Membeli produk di Jadoo *toys* sesuai dengan keinginan karena harga dan kualitas barang bagus
- b) Produk di Jadoo *toys* selalu memenuhi harapan saya dalam hal kecocokan dengan kebutuhan

2) Mempunyai manfaat

- a) Produk yang saya beli memberikan nilai tambah bagi kegiatan bermain atau perkembangan anak-anak

3) Ketetapan dalam membeli produk

- a) Saya yakin membeli produk mainan pada toko Jadoo *toys* merupakan keputusan yang tepat

4) Pembelian berulang

- a) Saya melakukan pembelian pada produk yang sama
- b) Saya melakukan pembelian ulang pada produk karena kualitasnya sesuai dengan yang saya harapkan

3.6. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:156), instrumen penelitian merupakan suatu alat yang sering digunakan untuk mengumpulkan data atau mengukur objek dari suatu variabel penelitian dan dirancang untuk digunakan dalam masalah penelitian tertentu. Instrumen dalam penelitian ini, disusun berdasarkan indikator variabel yang telah disajikan diawal dan ditunjukkan dalam Tabel 3.1. berikut:

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
Price Discount (X1)	Frekuensi <i>discount</i>	a) Saya lebih suka membeli produk yang sedang dipasarkan di Jadoo <i>toys</i> dengan potongan harga b) Saya akan membeli produk yang sedang ada potongan harga tanpa ada rencana membeli sebelumnya	Ordinal	Herdiany, et.al., (2021)
	Jumlah <i>discount</i>	a) Potongan harga yang ditawarkan oleh Jadoo <i>toys</i> sangat memuaskan b) Membeli produk di Jadoo <i>toys</i> dalam jumlah besar untuk mendapatkan potongan harga	Ordinal	
	Waktu <i>discount</i>	a) Membeli produk di Jadoo <i>toys</i> yang mempunyai potongan harga dengan jangka waktu yang telah ditentukan b) Jangka waktu potongan harga yang diberikan oleh Jadoo <i>toys</i> sesuai dengan harapan saya	Ordinal	
In Store Display (X3)	Kualitas <i>display</i>	a) Pencahayaan di area <i>display</i> toko membuat produk terlihat lebih menarik b) Saya sering membeli barang yang ditata ditempat yang strategis dan mencuri pandangan saya	Ordinal	Kusumandaru (2017)
	Dekorasi	a) <i>Display</i> produk di belakang kasir pada toko	Ordinal	

Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
		Jadoo <i>toys</i> dapat terlihat dengan jelas b) <i>Display</i> produk pada meja kasir dibuat menarik, sehingga memancing pengunjung untuk membeli		
	Penyusunan barang	a) Kategori produk ditata dengan jelas sehingga saya tidak kesulitan mencari barang yang saya butuhkan b) Saya cenderung untuk tidak membeli produk yang tidak terlihat tempatnya	Ordinal	Maryati & Erveni (2020)
Kualitas Produk (X3)	Kinerja (<i>performance</i>)	a) Produk yang tersedia di Jadoo <i>toys</i> sudah jelas keamanannya saat digunakan b) Kualitas produk yang tersedia di Jadoo <i>toys</i> cukup lengkap daripada toko lain	Ordinal	Amrullah, et.al., (2017)
	Daya tahan (<i>durability</i>)	a) Produk mainan di Jadoo <i>toys</i> tidak mudah rusak jika tidak dibanting	Ordinal	
	Fitur (<i>features</i>)	a) Jadoo <i>toys</i> memiliki variasi produk sejenis dengan harga yang beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen	Ordinal	
	Reabilitas (<i>reability</i>)	a) Harga produk mainan di Jadoo <i>toys</i> sesuai dengan kualitas yang diberikan	Ordinal	
	Estetika (<i>Aesthetic</i>)	a) Banyaknya pilihan merek produk di Jadoo <i>toys</i> membuat konsumen tertarik untuk membeli	Ordinal	
	Kesan kualitas (<i>perceived quality</i>)	a) Produk di Jadoo <i>toys</i> memiliki kualitas yang sesuai dengan kualitas yang diberikan	Ordinal	
Keputusan Pembelian (Y)	Sesuai kebutuhan	a) Membeli produk di Jadoo <i>toys</i> sesuai dengan keinginan karena harga dan kualitas barang bagus b) Produk di Jadoo <i>toys</i> selalu memenuhi harapan saya dalam hal kecocokan dengan kebutuhan	Ordinal	(Thompson, 2016:57)
	Mempunyai manfaat	a) Produk yang saya beli memberikan nilai tambah	Ordinal	

Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
		bagi kegiatan bermain atau perkembangan anak-anak		
	Ketetapan dalam membeli produk	a) Saya yakin membeli produk mainan pada toko Jadoo toys merupakan keputusan yang tepat	Ordinal	
	Pembelian berulang	a) Saya melakukan pembelian pada produk yang sama b) Saya melakukan pembelian ulang pada produk karena kualitasnya sesuai dengan yang saya harapkan	Ordinal	

3.7. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.7.1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2015:199) menjelaskan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. Penyebaran kuesioner pada penelitian ini diberikan kepada pelanggan Jadoo toys yang berguna untuk mendukung data dari penelitian ini.

Menurut Sugiyono (2015:134) juga menjelaskan bahwa skala *likert* juga digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator

tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk Menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Menurut Sugiyono (2015:135) menyatakan bahwa bentuk-bentuk skor berdasarkan skala *likert* antara lain:

- | | |
|---|---|
| a. Setuju/selalu/sangat positif diberi skor | 5 |
| b. Setuju/sering/positif diberi skor | 4 |
| c. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor | 3 |
| d. Tidak setuju/hamper tidak pernah/negatif diberi skor | 2 |
| e. Sangat tidak setuju/tidak pernah/diberi skor | 1 |

3.7.2. Interview (Wawancara)

Menurut Sugiyono (2015:194) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara terstruktur, yaitu teknik wawancara yang dilakukan pada daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis sebagai panduan atau pedoman (Puspitaningtyas & Kurniawan, 2016:81). Peneliti melakukan wawancara dengan pemilik Jadoo toys berkomunikasi secara *face to face* mengenai pelanggan yang ada di toko tersebut.

3.7.3. Observasi

Menurut Sugiyono (2015:203) Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner dan selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi

tidak terbatas pada orang, tetapi juga pada objek-objek lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan pada saat, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi secara terstruktur yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan dan dimana tempatnya dan yang pasti tahu tentang variabel yang akan diteliti (Sugiyono, 2015:205). Selain itu, peneliti melakukan observasi dengan cara pengamatan secara langsung terhadap responden yang membeli produk di Jadoo toys.

3.8. Teknik Analisis Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian kuantitatif teknik analisis data yang digunakan sudah jelas yakni responden diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2016).

Tahapan-tahapan dalam analisis data dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

- a. Melakukan pengumpulan data penelitian yang bersumber dari jawaban kuesioner konsumen yang pernah berbelanja di Jadoo toys Lumajang.
- b. Menghitung dan mengolah data berdasarkan variabel penelitian yaitu *price discount*, *in store display*, kualitas produk, dan keputusan pembelian.
- c. Melakukan analisis data guna mempermudah memperoleh data untuk ditafsirkan.
- d. Melakukan pembahasan hasil penelitian untuk membahas data-data yang telah disusun, diolah, kemudian disajikan menjadi simpulan yang mudah dipahami.

Penarikan simpulan dalam penelitian ini dengan cara menyesuaikan antara hipotesis dengan hasil penelitian yang telah didapatkan, apakah sudah sesuai atau tidak.

3.8.1. Analisis Statistik Inferensial

Analisis statistik inferensial dalam penelitian ini menggunakan teknik statistik inferensial parametrik dengan menggunakan analisis regresi SPSS. Beberapa tahapan yang dilakukan yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan evaluasi hasil regresi (koefisien determinasi (R^2), dan uji hipotesis (uji-t).

3.8.2. Uji Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, diperlukan pengujian validitas dan reabilitas terhadap kuesioner untuk menjangkau data dari responden, dimana asumsi dasar harus terpenuhi oleh kuesioner bahwa data tersebut harus valid dan reliabel agar dapat diuji dalam uji hipotesis tahap selanjutnya.

a. Uji Validitas

Menurut Paramita, et.al., (2018) uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner yang diajukan bisa menggali data atau informasi yang dibutuhkan. Validitas merupakan tingkatan ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Analisis faktor yang dilakukan pada uji validitas ini adalah dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi setiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antar skor faktor dengan skor total kurang dari 0,3 maka hasil dari

instrumen dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2016). Hasil instrumen dalam penelitian dinyatakan tidak valid apabila terdapat korelasi antara skor faktor dengan skor total kurang dari 0,3.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Paramita, et.al., (2018:73) uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuesioner yang diajukan bisa memberikan hasil yang tidak berbeda, apabila dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama namun pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas adalah pengujian indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Kriteria satu data dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini bila nilai *Alpha Cronbach* (α) > 0,60 Amanda et al (2019). Indeks kriteria reabilitas dibedakan dalam tabel berikut:

Tabel 3. 2 Indeks Kriteria Reliabilitas

Interval	Tingkat Reliabilitas
<0,200	Kurang Reliabel
0,200 – 0,399	Agak Reliabel
0,400 – 0,599	Cukup Reliabel
0,600 – 0,799	Reliabel
0,800 – 1,000	Sangat Reliabel

Sumber: Payadnya & Jayantika (2018:29)

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal (Purnomo, 2016). Normalitas data dapat diukur dengan *test Kolmogorov-smirnov goodness of fit* (Indartani, 2024). Berikut ketentuannya:

- 1) H_0 : nilai sig > 0,05 maka data residual terdistribusi normal.
- 2) H_a : nilai sig < 0,05 maka data residual tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Pengujian multikolonieritas yaitu untuk mendeteksi adanya hubungan linier antar variabel independen dalam regresi linier berganda. Dalam regresi linier berganda tidak diperbolehkan adanya hubungan antar variabel independen. Cara untuk melakukan pengujian multikolonieritas yaitu dengan uji korelasi antar variabel independen. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolonieritas. Semakin tinggi nilai VIF maka semakin rendah nilai *tolerance*.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji adanya variabel pengganggu yang tidak konstan. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian dilakukan menggunakan cara *scatter plot* dengan menggunakan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residunya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu antara grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit

kemudian melebur atau sebaliknya melebur kemudian menyempit. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *Scatter Plot*.

3.8.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2014) Analisis linier berganda digunakan oleh peneliti, regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen bila dua atau lebih variabel dependen dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel dependennya minimal 2.

Analisis ini digunakan untuk mengestimasi variabel X1 (*price discount*), X2 (*in store display*), dan X3 (kualitas produk) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) pada konsumen Jadoo toys.

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : Variabel dependen

α : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi variabel independen 1

β_2 : Koefisien regresi variabel independen 2

β_3 : Koefisien regresi variabel independen 3

X₁ : Variabel independen 1

X₂ : Variabel independen 2

X₃ : Variabel independen 3

ε : Error

Persamaan analisis regresi berganda pada penelitian ini sebagai berikut:

$$KP = \alpha + \beta_1.PD + \beta_2.ID + \beta_3.KP + \varepsilon$$

Keterangan:

IB : Keputusan Pembelian

α : Konstanta

β_1 : koefisien regresi variabel independen 1

β_2 : koefisien regresi variabel independen 2

β_3 : koefisien regresi variabel independen 3

X_1 : *price discount*

X_2 : *in store display*

X_3 : kualitas produk

ε : *Standart error*

3.8.5. Uji Hipotesis

a. Uji parsial (uji t)

Uji t dapat diperoleh dari tabel *coefficient*. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka hipotesis yang diajukan ditolak (Kurniawan, 2014). Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

a) Hipotesis Pertama

H_0 = Tidak terdapat pengaruh *price discount* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Jadoo Toys Lumajang.

H_1 = Terdapat pengaruh *price discount* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Jadoo Toys Lumajang.

b) Hipotesis Kedua

H_0 = Tidak terdapat pengaruh *in store display* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Jadoo Toys Lumajang.

H_2 = Terdapat pengaruh *in store display* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Jadoo Toys Lumajang.

c) Hipotesis Ketiga

H_0 = Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Jadoo Toys Lumajang.

H_3 = Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Jadoo Toys Lumajang.

2) Menentukan *level of signifikansi* dengan $\alpha=5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian:

Jika $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak atau H_a diterima

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

4) Menentukan nilai t_{tabel}

Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel t sedangkan t_{hitung} melalui nilai statistik dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{\text{koefisien } \beta}{\text{Standar Error}}$$

5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} untuk mengetahui tingkat signifikansi.

b. Uji F

Uji model (Uji F) menurut Ferdinand (2014:239) digunakan untuk melihat apakah model yang dianalisis memiliki tingkat kelayakan model yang tinggi yaitu variabel-variabel yang digunakan model untuk menjelaskan fenomena yang dianalisis. Uji F dalam penelitian ini menggunakan uji ANOVA untuk melihat sebaran varian yang diakibatkan oleh regresi dan varian yang disebabkan oleh residual. Kriteria pengujian ini adalah dengan membandingkan tingkat signifikansi dari nilai F dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau jika $sig \leq 0,05$ (5%) hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan untuk analisis selanjutnya.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ (5%) hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

3.8.6. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan dengan melihat nilai *R Square* dan dibentuk prosentase total variasi dari variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi. Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa baik garis regresi yang sesuai dengan data aktualnya yang ditunjukkan dalam berdasarkan determinasi (R^2) antara 0 sampai 1. Koefisien determinasi diperoleh dari total variasi variabel Y (dependen) yaitu keputusan pembelian yang dijelaskan oleh variabel X (independen) yaitu *price discount*, *in store display*, dan kualitas produk yang dinyatakan dalam persentase. Apabila

diperoleh $R^2 = 1$ atau mendekati 1, maka garis regresi yang dihasilkan semakin baik, jika garis regresi mendekati 0 maka garis regresi dinyatakan kurang baik Widarjono (2015). Koefisien determinasi (R^2) yang digunakan adalah *R square*. Jadi koefisien determinasi dalam penelitian ini untuk mengukur kemampuan variabel *price discount*, *in store display*, dan kualitas produk yang signifikan dalam menjelaskan keputusan pembelian di Jadoo toys Lumajang.

