

## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Metode yang diterapkan dalam studi ini ialah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan bentuk investigasi ilmiah yang bertujuan menjawab pertanyaan melalui pendekatan yang berstruktur dan mengikuti sistematika penelitian ilmiah. Rancangan penelitian kuantitatif mencakup berbagai elemen seperti aspek-aspek yang dikaji dalam studi ini mencakup gejala empiris penelitian, permasalahan ilmiah, orientasi tujuan investigatif, kontribusi praktis maupun teoretis, ulasan literatur terdahulu, perangkat ukur penelitian, lingkup populasi beserta teknik pengambilan sampel, klasifikasi serta asal-usul data, hingga metode pengolahan dan penafsiran data yang diaplikasikan. Seluruh komponen tersebut dijelaskan secara rinci dan terorganisir sesuai dengan kaidah yang berlaku (Paramita et al., 2021).

Menurut Sugiyono (2017) suatu metode pendekatan penelitian kuantitatif ini dimanfaatkan untuk menghimpun data yang berkaitan dengan peristiwa di masa lampau maupun kondisi aktual, mencakup dimensi kepercayaan, pandangan, atribut personal, pola perilaku, serta interrelasi antar variabel. Tujuannya ialah merumuskan hipotesis yang berkaitan dengan konstruk sosiologis dan psikologis, yang diperoleh melalui sampel yang dipilih dari suatu populasi tertentu. Dalam studi ini, analisis akan dilakukan dengan memanfaatkan teknik regresi linear berganda. Pendekatan ini diadopsi karena memberikan kemungkinan untuk menguji hipotesis guna menentukan pengaruh dari masing-masing variabel, antara

variabel independent (X) yaitu kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2), dan kelengkapan produk (X3) terhadap variabel dependen (Y) keputusan pembelian.

### **3.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah segala sesuatu yang berperan fokus dalam studi, yang ditentukan untuk dianalisis guna mendapatkan informasi terkait, sehingga dapat diambil suatu kesimpulan Paramita *et al.*, (2021).

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Apotek Karaissa Farma Lumajang dengan variable independent (X) yaitu kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2), kelengkapan produk (X3) terhadap variabel dependen (Y) keputusan pembelian. Ditujukan untuk para konsumen yang membeli di Apotek Karaissa Farma Lumajang, khususnya bagi masyarakat Blukon dan sekitarnya.

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

#### **3.3.1 Jenis Data**

Tipe data yang dimanfaatkan dalam studi ini merupakan data primer. Data primer merujuk pada himpunan informasi yang dihimpun secara langsung dari sumber asalnya tanpa perantara, informasi ini terekam secara perdana dan berhubungan secara langsung dengan permasalahan inti yang menjadi fokus kajian. Dalam penelitian ini, sumber data primer diperoleh metode penyebaran angket, Yakni teknik akuisisi data yang dilakukan dengan mengajukan seperangkat pertanyaan terstruktur kepada responden untuk dijawab sesuai dengan persepsi dan pengalaman mereka. Fajrotul Nurjamilah *et al.*, (2023).

Kajian ini menggunakan jenis data primer, yang diperoleh dari pengisian responden yaitu konsumen Apotek Karaissa Farma. Hasil dari data tersebut berupa

jawaban-jawaban atas butir-butir pertanyaan yang telah dirumuskan dalam instrumen kuesioner. Pertanyaan tersebut mengenai tentang Kualitas Pelayanan, Lokasi, Kelengkapan Produk dan Keputusan pembelian dari semua konsumen Apotek Karaissa Farma.

### **3.3.2 Sumber Data**

Sumber data dalam studi ini berasal dari data internal, yakni informasi yang dihimpun dari lingkungan internal organisasi. Dalam konteks ini, data internal diperoleh melalui respons yang diberikan oleh konsumen melalui pengisian instrumen kuesioner.

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

### **3.4.1 Populasi**

Sugiyono (2017) mendefinisikan populasi sebagai keseluruhan elemen, baik berupa objek maupun subjek, yang memiliki karakteristik spesifik dan dianalisis untuk menarik kesimpulan Maharaja *et al.*, (2022). Dalam studi ini populasi penelitian mencakup keseluruhan konsumen. Adapun kriteria konsumen yang dijadikan sebagai responden dalam kajian ini yakni:

- a. Responden adalah konsumen yang berusia 17 tahun keatas karena konsumen yang tidak memenuhi kriteria tersebut tidak dapat mengisi.
- b. Responden merupakan konsumen dari Apotek Karaissa Farma Lumajang.

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

Sampel merupakan fraksi dari keseluruhan jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut bagus *et.al* , (2023). Hal ini berarti bahwa jika populasi dalam suatu penelitian yang sangat besar, tidak mungkin bagi peneliti

untuk mempelajari seluruh elemen dalam populasi tersebut, mengingat adanya keterbatasan dana, waktu, dan sumber daya. Oleh karena itu, peneliti dapat memilih sampel yang diambil dari populasi tersebut untuk tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, untuk memperoleh sumber data yang representative, digunakan Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling*, dengan pendekatan *Incidental Sampling*

Menurut Sugiyono, (2017), Metode *incidental sampling* mengacu pada strategi pengambilan sampel yang bergantung pada pertemuan tidak terencana. Individu yang secara kebetulan dijumpai oleh peneliti dapat dijadikan responden, sepanjang mereka memenuhi kriteria kelayakan sebagai sumber data yang relevan.

Dari berbagai sumber seperti Roscoe 1982, Menyampaikan rekomendasi mengenai besaran unit sampel yang sesuai untuk riset semacam ini :

1. Rentang ukuran sampel yang dianggap memadai dalam suatu studi berkisar antara 30 hingga 500 individu.
2. Apabila sampel diklasifikasikan ke dalam kelompok-kelompok tertentu, seperti laki-laki dan perempuan atau pegawai negeri dan swasta, maka setiap kategori wajib memiliki sedikitnya 30 partisipan sebagai representasi yang layak.
3. Pada penelitian yang menerapkan analisis multivariat, seperti korelasi maupun regresi berganda, jumlah sampel yang dibutuhkan idealnya minimal sepuluh kali lipat dari jumlah variabel yang dianalisis. Sebagai ilustrasi, apabila penelitian mencakup empat variabel—baik independen maupun dependen—maka ukuran sampel yang disarankan adalah  $10 \times 4 = 40$  responden.

4. Dalam riset eksperimental sederhana yang mencakup kelompok perlakuan dan kelompok pembanding, jumlah partisipan dalam masing-masing kelompok idealnya berada pada kisaran 10 hingga 20 individu.

Merujuk pada penjabaran sebelumnya, penetapan ukuran sampel dalam studi ini ditentukan berdasarkan jumlah variabel yang digunakan, yakni tiga variabel dan satu variabel independent, yang jumlahnya empat variabel. Oleh karena itu, ukuran sampel awal yang diambil adalah 10. Namun, untuk meningkatkan kualitas hasil penelitian, jumlah sampel di perbesar menjadi 20 untuk setiap variabel. Dengan demikian, akumulasi total sampel yang dihimpun dalam penelitian ini berjumlah menjadi  $20 \times 4$  variabel, yaitu sebanyak 80 sampel. Jadi penelitian ini peneliti mengambil 80 orang responden sebagai sampel penelitian yang melakukan pembelian pada Apotik Karaissa Farma Lumajang.

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

#### **3.5.1 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah objek yang menjadi fokus dalam studi. Ini mencakup segala sesuatu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti, dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang relevan dan akhirnya menarik kesimpulan dari temuan tersebut Paramita *et al.*, (2021)

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

Menurut Paramita *et al.*, (2021), Variabel ini merupakan faktor Yang memberikan kontribusi terhadap variabel dependen, baik dalam bentuk pengaruh yang bersifat positif maupun negatif. Variabel ini kerap disebut sebagai variabel independen, yakni variabel yang memiliki keterkaitan kausal atau yang berfungsi

sebagai pemicu munculnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2), dan Kelengkapan Produk (X3).

### **b. Variabel Dependen**

Menurut Paramita *et al.*, (2021) Variabel dependen merupakan permasalahan yang akan diatasi oleh peneliti, atau dapat juga dianggap sebagai tujuan dari penelitian tersebut. Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dianalisis atau diamati guna mengidentifikasi perubahan maupun dampak yang timbul sebagai konsekuensi dari manipulasi terhadap variabel independen disebut sebagai variabel terikat. Dalam konteks penelitian ini, variabel dependen yang dilambangkan dengan (Y) adalah keputusan pembelian.

#### **3.5.2 Definisi Konseptual**

Definisi konseptual dapat diartikan sebagai suatu definisi yang terdiri atas konsep-konsep yang bersifat abstrak. Meskipun demikian, makna yang terkandung di dalamnya tetap dapat dipahami Hernawati, (2017). Merujuk pada landasan teori yang telah diuraikan, maka definisi konseptual dari setiap variabel yang diteliti dapat dijelaskan sebagai berikut :

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

Sopiah *et al.* (2015) menyatakan bahwa proses pengambilan keputusan konsumen melibatkan identifikasi masalah, pencarian solusi, penilaian terhadap alternatif, hingga penetapan keputusan atas opsi yang dipilih.

### **b. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan bentuk upaya sistematis untuk memenuhi ekspektasi dan kebutuhan konsumen, disertai dengan ketepatan dalam proses penyampaiannya untuk mencocokkan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan juga mencakup kesesuaian dan kemampuan produk dan jasa yang disediakan dalam memenuhi harapan konsumen.

### **c. Lokasi**

Lokasi merupakan faktor yang dapat memengaruhi biaya dan pendapatan, sehingga sering kali memiliki peran penting dalam menentukan strategi bisnis perusahaan. Lokasi merupakan penetapan lokasi usaha di area strategis menjadi faktor krusial dalam memaksimalkan laba, karena menyangkut pemilihan tempat yang tepat untuk mendirikan dan beroperasi.

### **d. Kelengkapan Produk**

Kelengkapan produk merujuk pada keberagaman item yang disediakan oleh penjual tertentu untuk mengakomodasi berbagai permintaan konsumen.

#### **3.5.3 Definisi Operasional Variabel**

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

Menurut Sopiah *et.al.*, (2015) Pengambilan keputusan konsumen merupakan rangkaian proses yang meliputi identifikasi masalah, pencarian solusi, penilaian terhadap alternatif, hingga pemilihan keputusan dari berbagai opsi yang ada.

Adapun indikator keputusan pembelian menurut Maharaja *et al.*, (2022) yaitu:

1. Yakin dalam membeli

Setelah mengevaluasi sejumlah alternatif, konsumen cenderung memperoleh tingkat keyakinan yang lebih tinggi setelah menerima penjelasan dari pihak penjual, yang kemudian mendorong mereka untuk menetapkan keputusan pembelian.

2. Mencari Informasi

Konsumen akan berusaha mengumpulkan sebanyak mungkin informasi mengenai produk yang ingin dibeli.

3. Merencanakan pembelian

Kesadaran akan adanya kebutuhan mendorong konsumen untuk merencanakan pembelian produk yang relevan sebagai bentuk pemenuhannya.

4. Sesuai keinginan

Pemilihan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen berkontribusi pada terciptanya kepuasan terhadap pembelian yang dilakukan.

Berlandaskan indikator mengenai keputusan pembelian dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut :

1. Saya yakin bahwa produk yang saya pilih akan memenuhi kebutuhan saya.
2. Saya mencari informasi yang lengkap mengenai produk sebelum memutuskan untuk membeli.
3. Saya merencanakan pembelian dengan baik sebelum pergi ke Apotik Karaissa Farma.
4. Saya memastikan bahwa produk yang saya beli sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.

## **b. Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler dan Keller (2012), kualitas pelayanan diartikan sebagai seluruh bentuk tindakan atau aktivitas yang dapat disampaikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya, yang secara esensial bersifat tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan atas sesuatu.

Menurut Setiawan, D, Mohammad Maskan 2018 dalam (Fajrotul Nurjamilah et al., 2023), indikator kualitas pelayanan yaitu:

### 1. Bukti Fisik

Keadaan lingkungan fisik, seperti aspek kebersihan, merepresentasikan bentuk nyata dari pemeliharaan serta perhatian terhadap detail yang dilakukan oleh penyedia layanan.

### 2. Kehandalan

Keandalan merujuk pada kapabilitas penyedia layanan dalam merealisasikan pelayanan yang telah dijanjikan secara konsisten, sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

### 3. Ketanggapan

Ketanggapan mencerminkan kesiapsiagaan dalam membantu pelanggan serta kemampuan untuk memberikan pelayanan secara cepat dan efisien.

### 4. Jaminan

Pengetahuan serta kesantunan yang ditunjukkan oleh karyawan, beserta kapasitas mereka dalam membangun rasa percaya dan keyakinan, menjadi aspek penting dalam persepsi kualitas pelayanan.

Dengan merujuk pada indikator kualitas pelayanan, penyusunan butir-butir kuesioner dapat disesuaikan menggunakan skala pengukuran yang tepat, sebagai berikut:

1. Fasilitas yang tersedia di tempat ini bersih dan terawat
2. Informasi yang diberikan kepada konsumen selalu akurat dan terpercaya
3. Karyawan merespon pertanyaan atau keluhan saya dengan cepat
4. Karyawan bersikap sopan dan menghormati konsumen

### c. Lokasi

Menurut (Susanti et al., 2021) Lokasi adalah faktor yang mempengaruhi biaya dan pendapatan, sehingga lokasi sering kali memiliki pengaruh besar dalam menentukan strategi bisnis perusahaan.

Indikator Lokasi menurut (Tjiptono, 2015) , yaitu:

#### 1. Akses

Akses mencakup kemudahan menjangkau lokasi, seperti berada di area yang sering dilalui atau terhubung dengan sarana transportasi yang memadai

#### 2. Visibilitas

Visibilitas merujuk pada tingkat keterlihatan suatu lokasi yang dapat teramatii secara jelas dari jarak pandang normal.

#### 3. Tempat parkir

Fasilitas parkir yang memadai—meliputi luas, kenyamanan, dan keamanan—bagi kendaraan bermotor menjadi aspek penting dalam mendukung aksesibilitas lokasi.

#### 4. Lingkungan

Lingkungan adalah suasana atau kondisi sekitar lokasi, seperti kebersihan dan kenyamanan.

#### 5. Kompetisi (lokasi pesaing)

Sebagai ilustrasi, dalam menentukan lokasi usaha, perlu dipertimbangkan apakah di kawasan atau jalur yang sama telah terdapat pesaing sejenis yang berpotensi memengaruhi pangsa pasar.

Berlandaskan indikator mengenai lokasi dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut :

1. Lokasi Apotik Karaissa Farma dekat dengan pemukiman penduduk, sehingga memudahkan konsumen untuk membeli.
2. Apotek Karaissa Farma memiliki tampilan luar yang menarik dan mudah dikenali.
3. Lokasi Apotek Karaissa Farma menyediakan tempat parkir yang luas dan aman.
4. Lingkungan sekitar Apotik Karaissa Farma bersih dan nyaman.
5. Letak Apotik Karaissa Farma ini cukup jauh dari pesaing sejenisnya.

#### **d. Kelengkapan Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2016) kelengkapan produk dapat didefinisikan sebagai ketersediaan berbagai jenis produk dan barang yang ditawarkan oleh penjual tertentu untuk dijual.

Menurut (Agustina et al., 2023) mengemukakan indikator dari kelengkapan produk yaitu:

### 1. Keragaman produk yang dijual

Keragaman produk mengacu pada jumlah kategori atau jenis produk yang disediakan oleh suatu toko. Semakin banyaknya kategori produk yang tersedia, maka semakin lengkap produk tersedia untuk konsumen.

### 2. Ketersediaan produk yang dijual

Ketersediaan produk mengacu pada apakah produk yang dibutuhkan konsumen dapat ditemukan di toko tersebut pada waktu tertentu.

### 3. Macam merek yang tersedia.

Menyediakan berbagai merek yang ditawarkan dalam kategori produk tertentu di suatu toko. Setiap merek biasanya memiliki karakteristik dan harga yang berbeda-beda, yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam.

Dengan merujuk pada indikator kelengkapan produk, penyusunan instrumen kuesioner dapat disesuaikan menggunakan skala pengukuran yang tepat, di antaranya sebagai berikut :

1. Saya dapat menemukan berbagai jenis produk yang sesuai dengan kebutuhan saya.
2. Produk di Apotek Karaissa Farma ini selalu tersedia untuk dibeli.
3. Apotek Karaissa Farma ini menyediakan berbagai macam merek obat.

## **3.6 Instrumen Penelitian**

Menurut (Sugiyono, 2015), Instrumen penelitian merujuk pada berbagai perangkat ukur yang disusun secara sistematis untuk keperluan pengumpulan data, seperti tes, kuesioner, dan panduan wawancara. Dalam studi ini, terdapat empat jenis instrumen penelitian yang digunakan, yakni sebagai berikut :

1. Instrumen untuk mengukur Kualitas Pelayanan
2. Instrumen untuk mengukur Lokasi
3. Instrumen untuk mengukur Kelengkapan Produk
4. Instrumen untuk mengukur Keputusan Pembelian

Instrumen penelitian merupakan perangkat yang digunakan untuk mengukur data guna mengamati fenomena tertentu yang menjadi fokus kajian. Dalam konteks ini, skala pengukuran berperan sebagai acuan untuk menentukan besaran interval pada alat ukur, sehingga memungkinkan diperolehnya data dalam bentuk kuantitatif. Pada penelitian ini, skala pengukuran yang diterapkan adalah skala *likert*.

Sehingga di penelitian ini dapat ditentukan table instrumen yang diperoleh dari pengumpulan data meliputi variabel, indicator, item pernyataan, skala pengukuran dan sumber dapat dicermati dibawah ini.

**Tabel 3.1 Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
1.	Kualitas Pelayanan	Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> ) Kehandalan ( <i>Reliability</i> ) Ketanggapan ( <i>Responsive</i> ) Jaminan ( <i>Assurance</i> )	Ruang pelayanan yang disediakan nyaman dan bersih. Informasi yang diberikan konsumen selalu akurat dan terpercaya. Karyawan merespon pertanyaan atau keluhan dengan cepat Karyawan bersikap sopan	Ordinal	(Maharaja et al., 2022)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
2.	Lokasi	Akses Visibilitas Tempat parkir yang luas dan aman Lingkungan Kompetisi (lokasi pesaing)	Lokasi Apotik Karaissa Farma dekat dengan pemukiman penduduk, sehingga memudahkan konsumen untuk membeli. Apotik Karaissa Farma memiliki tampilan luar yang menarik dan mudah dikenali. Lokasi Apotek Karaissa Farma menyediakan tempat parkir yang luas dan aman. Lingkungan sekitar Apotik Karaissa Farma bersih dan nyaman. Apotik Karaissa Farma ini cukup jauh dari pesaing sejenisnya.	Ordinal	(Kotler P, 2019)
3.	Kelengkapan Produk	Keragaman produk yang dijual	Saya dapat menemukan berbagai jenis produk yang sesuai dengan kebutuhan saya.	Ordinal	(Agustina et al., 2023)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
		Ketersediaan produk yang dijual	Produk di Apotek Karaissa Farma ini selalu tersedia untuk dibeli.		
		Macam merek yang tersedia	Apotek Karaissa Farma ini menyediakan berbagai macam merek obat.		
4.	Keputusan Pembelian	Yakin dalam membeli	Saya yakin bahwa produk yang saya pilih akan memenuhi kebutuhan dan harapan saya	Ordinal	(Fajrotul Nurjamila h et al., 2023)
		Mencari Informasi	Saya mencari informasi lebih yang lengkap mengenai produk sebelum memutuskan untuk membeli		
		Merencanakan pembelian	Saya mempertimbangkan manfaat dan resiko produk sebelum membeli		
		Sesuai keinginan	Saya memastikan bahwa produk yang saya beli sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.		

Sumber Data :Data diolah peneliti tahun 2025

### 3.7 Metode Pengumpulan Data

#### 3.7.1 Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2017), Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan penyampaian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik ini terbukti efisien, terutama Ketika peneliti tahu dengan jelas menentukan variabel yang ingin diukur serta memahami apa yang diharapkan dari responden.

Skala *likert* menurut (Sugiyono, 2015), Instrumen ini digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, serta opini individu atau kelompok terhadap potensi dan permasalahan yang berkaitan dengan suatu objek, desain produk, maupun proses produksi. Berikut ini adalah contoh *Skala Likert* antara lain:

**Tabel 3.2 Skala Likert**

No	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber :(Sugiyono, 2015)

#### 3.7.2 Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2017) Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data yang diaplikasikan ketika peneliti melakukan studi pendahuluan guna mengidentifikasi masalah yang akan diteliti. Teknik ini juga sangat efektif untuk memperoleh informasi mendalam dari responden, terutama apabila jumlah partisipan yang terlibat relatif terbatas.

Wawancara yang dilakukan pada penelitian ini dengan cara mewawancara pemilik Apotek Karaissa Farma desa Blukon, Kec. Lumajang, Kab. Lumajang.

### **3.7.3 Observasi**

Menurut (Sugiyono, 2015), Observasi sebagai metode pengumpulan data memiliki ciri khas yang membedakannya dari teknik lain seperti wawancara dan kuesioner. Sementara wawancara dan kuesioner hanya melibatkan komunikasi dengan individu, observasi tidak terbatas pada interaksi dengan manusia saja, melainkan juga mencakup pengamatan terhadap berbagai objek alam lainnya.

## **3.8 Teknik Analisis Data**

Berdasarkan penjelasan dari (Sugiyono, 2015), Proses analisis data meliputi klasifikasi data berdasarkan variabel dan tipe responden, pembuatan tabel data variabel untuk seluruh responden, penyajian hasil untuk setiap variabel, perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, serta evaluasi hipotesis penelitian.

Sebelum melaksanakan analisis dan pengujian pengaruh, instrumen kuesioner terlebih dahulu harus melalui uji validitas dan reliabilitas guna memastikan kualitas data yang diperoleh dari responden. Selanjutnya, analisis dan pengujian pengaruh dilakukan dengan menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda, yakni bahwa data bebas dari masalah multikolinearitas dan heterokedasititas.

### **3.8.1 Uji Instrumen Penelitian**

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, perlu terlebih dahulu melaksanakan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang dipergunakan untuk pengumpulan data dari responden. Kuesioner tersebut harus memenuhi asumsi bahwa data yang

diperoleh adalah akurat dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga memungkinkan untuk melanjutkan ke tahap pengujian hipotesis berikutnya.

### **a. Uji Validitas**

Menurut Imam Ghazali (2016), uji validitas digunakan untuk menilai sejauh mana suatu kuesioner dapat dianggap sah atau valid. Sebuah kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan-pertanyaan yang terkandung di dalamnya mampu secara tepat mencerminkan konstruk yang hendak diukur. Uji validitas bertujuan untuk menentukan tingkat kemampuan instrumen dalam menggali data atau informasi yang dibutuhkan (Paramita et al., 2021). Validitas instrumen diuji dengan mengkorelasikan skor setiap faktor dengan skor total. Jika korelasi setiap faktor positif dan memiliki nilai minimal 0,3, maka instrumen tersebut dianggap valid. Dalam penelitian ini, apabila korelasi antara skor faktor dengan skor total kurang dari 0,3, maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

### **b. Uji Reliabilitas**

Menurut Imam Ghazali (2016), reliabilitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk menilai konsistensi kuesioner sebagai indikator dari variabel atau konstruk tertentu. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel atau dapat dipercaya apabila respons responden terhadap pernyataan yang ada didalamnya menunjukkan konsisten dan stabilitas dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner menghasilkan hasil yang konsisten ketika digunakan berulang kali pada subjek yang sama dalam periode waktu yang berbeda, hasilnya tidak akan menunjukkan perbedaan yang signifikan (Paramita et al., 2021).

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung nilai *Cronbach's Alpha*. Penelitian dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* mencapai minimal 0,8. Namun, ada juga pandangan yang menyatakan bahwa nilai sebesar 0,6 sudah cukup untuk menyimpulkan bahwa data tersebut dapat dianggap reliabel (Sugiyono,2019). Kriteria nilai *Cronbach's Alpha* dijelaskan dalam tabel 3.3 sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Indeks Kriteria Reabilitas**

Interval Alpha Cronbach's	Tingkat Reliabilitas
0,00 – 0,20	Kurang reliabel
0,201 – 0,40	Agak reliabel
0,401 – 0,60	Cukup reliabel
0,601 – 0,80	Reliabel
0,801 – 1,00	Sangat reliabel

Sumber : (Nugroho, 2018)

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Beberapa instrumen uji yang umum digunakan dalam pemeriksaan asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, serta uji heteroskedastisitas.

#### a. Uji Normalitas Data

Menurut (Albert Kurniawan, 2014), Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah nilai residual dalam model regresi tersebut secara normal. Dalam model regresi yang ideal, distribusi residual seharusnya mengikuti pola distribusi normal. Oleh karena itu, uji normalitas tidak dilakukan pada variabel individu, melainkan pada nilai residual. Jika suatu variabel tidak memenuhi asumsi distribusi normal, maka hasil uji statistik umumnya akan mengalami pentimpanan atau penurunan akurat. Pengujian dilakukan menggunakan metode statistic *One-Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Data dianggap terdistribusi normal apabila

nilai signifikan *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terdistribusi normal (Zahriyah *et.al* 2021)

### **b. Uji Multikolininearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi adanya korelasi antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2016). Jika multikolinearitas terjadi, standar error akan membesar, yang berdampak pada pengujian koefisien regresi dengan nilai t-hitung menjadi lebih kecil dibandingkan t-tabel. Kondisi ini mengindikasikan tidak adanya hubungan linier yang signifikan antara variabel independen dan dependen. Untuk mengidentifikasi keberadaan multikolinearitas, dapat dilakukan pemeriksaan terhadap nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Nilai tolerance menggambarkan proporsi variabilitas suatu variabel independen yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Diantaranya, jika nilai toleransi rendah, maka nilai  $VIF < 10$  dihitung sebagai  $1/\text{toleransi}$ , yang menunjukkan adanya kolinearisitas yang signifikan. Nilai ambang yang umumnya digunakan adalah dibawah 0,10 atau  $VIF > 10$ .

### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Menurut (Widana 2020) Uji heteroskedastisitas adalah metode yang digunakan dalam analisis regresi untuk menilai adanya ketidaksamaan varians pada residual antar pengamatan. Sebagian besar data cross section sering kali mengalami heteroskedastisitas, karena jenis data ini mencakup beragam ukuran, mulai dari kecil, sedang hingga besar. Beberapa metode pengujian yang dapat digunakan mencakup Uji Park, Uji Glejser, grafik plot (Scatter plot), dan uji koefisien korelasi

Spearman. Dalam penelitian ini, uji heteroskedasitas menggunakan metode Glejser, dimana data dianggap bebas dari heteroskedasitas jika nilai signifikansi (Sig) lebih dari 0,05. Sebaliknya, jika nilai sig kurang dari 0,05 maka terdapat inikasi heteroskedasitas (Zahriyah *et.al* 2021). Gejala heteroskedastisitas bianta terlihat dari pola data yang membentuk gelombang, melebar atau menyempit.

### 3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Agus Widarjo, 2015) , Analisis regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen dikenal sebagai analisis regresi berganda (*multiple regression analysis*). Persamaan regresi linear berganda merupakan model regresi linear yang memuat lebih dari satu variabel bebas (Albert Kurniawan, 2014). Dalam penelitian ini, variabel bebas meliputi kualitas pelayanan, lokasi, dan kelengkapan produk, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Secara umum, persamaan regresi linear dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + \dots + b_i.X_i + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Keputusan pembelian)

a = Konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_i$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Variabel bebas  $X_1$

$X_2$  = Variabel bebas  $X_2$

$X_3$  = Variabel bebas  $X_3$

$X_i$  = Variabel bebas  $X_i$

E = *Error*

Pada penelitian ini persamaan analisis regresi linear berganda sebagai berikut:

$$KP = a + b_1.QP + b_2.L + b_3.LP + e$$

Keterangan :

KP = Keputusan Pembelian

A = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi

QP = Kualitas Pelayanan

L = Lokasi

LP = Kelengkapan Produk

e = *Error*

Melalui analisis regresi linier berganda, dapat diidentifikasi variabel independen yaitu kualitas pelayanan, lokasi, dan kelengkapan produk yang memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pembelian.

### 3.8.4 Uji F (Uji Kelayakan Model)

Menurut (Ferdinand, 2014) , Uji kelayakan model bertujuan untuk menilai dan menganalisis sejauh mana model yang digunakan pada variabel-variabel tertentu memenuhi kriteria kelayakan. Tujuan utamanya adalah menentukan apakah model regresi tersebut layak dipergunakan, sehingga dapat dilanjutkan dengan analisis pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, analisis regresi dilakukan dengan menggunakan kriteria pengukuran sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan  $<0,05$ , maka variabel tersebut berpengaruh
2. Jika nilai signifikan  $>0,05$ , maka variabel tersebut tidak berpengaruh

### 3.8.5 Koefisien Determinasi $R^2$

Menurut (Riyanto et al., 2020), Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) berfungsi sebagai alat ukur yang menilai seberapa baik suatu model mampu menjelaskan variabilitas variabel dependen. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 hingga 1. Apabila nilai  $R^2$  dari variabel independen rendah, maka kemampuan variabel tersebut dalam menjelaskan variabel dependen menjadi terbatas. Sebaliknya, nilai  $R^2$  yang mendekati angka 1 mengindikasikan bahwa hampir seluruh variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yang ada dalam model.

Dalam hal ini, keseluruhan variabel dependen (Y) yang dijelaskan oleh variabel independen (X) dievaluasi melalui koefisien determinasi ( $R^2$ ). Oleh karena itu, penting untuk memeriksa nilai  $R^2$  guna mengidentifikasi koefisien determinasi dalam regresi linear berganda. Hal ini akan membantu kita memahami sejauh mana beberapa variabel independen (X) antara lain kualitas pelayanan, lokasi dan kelengkapan produk, selanjutnya diukur dengan koefisien determinasi ( $R^2$ ), yaitu pada hakikatnya dinyatakan dalam persentase (%), dalam kaitannya dengan naik turunnya variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian pada Apotik Karaissa Farma.

### 3.8.6 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan elemen yang sangat penting di dalam penelitian. Oleh karena itu, peneliti perlu dengan cermat menentukan sampel, mengukur instrument,

merancang metodologi, dan mengikuti prosedur yang tepat untuk memperoleh data yang diperlukan, Kuncoro 2019 dalam (Paramitha, 2015).

Uji hipotesis bertujuan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel independen (kualitas pelayanan, lokasi, dan kelengkapan produk) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji-t.

a. Uji t (Uji Parsial)

Menyatakan uji t, yang juga dikenal sebagai uji parsial, digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Dalam penelitian ini, uji t diterapkan untuk menguji hubungan antara keputusan pembelian dengan variabel kualitas pelayanan, lokasi, dan kelengkapan produk. Berikut adalah beberapa langkah yang perlu diikuti dalam pelaksanaan uji parsial (uji t) :

1. Merumuskan Hipotesis

a. Hipotesis pertama

Ho: Kualitas pelayanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Apotek Karaissa Farma.

H1: Kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Apotek Karaissa Farma.

b. Hipotesis kedua

Ho: Tidak terdapat pengaruh lokasi yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Apotek Karaissa Farma.

H1: Terdapat pengaruh lokasi yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Apotek Karaissa Farma.

c. Hipotesis ketiga

$H_0$ : Kelengkapan produk tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Apotek Karaissa Farma.

H1: Kelengkapan produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Apotek Karaissa Farma.

2. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 5% (0,05)

a. Apabila taraf signifikansi berada di bawah ambang 5%, maka dapat disimpulkan adanya keterkaitan yang bermakna secara parsial antara variabel bebas dan variabel terikat.

b. Jika tingkat signifikansi melampaui batas 5%, maka dapat dikatakan tidak terdapat hubungan yang berarti secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

3. Kriteria pengujian

a. Jika salah satu syarat berikut ini terpenuhi :  $t_{hitung} < t_{tabel}$ ,  $-t_{hitung} > t_{tabel}$ , atau  $sig > 0,05$  (5%)  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

b. Apabila  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ,  $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ , atau  $sig \leq 0,05$  (5%) maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

4. Dengan menggunakan rumus  $df = N-2$ , tentukan nilai t-tabel.

5. Terakhir, membuat kesimpulan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel.