

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam setiap penelitian, peneliti harus menggunakan metode penelitian yang tepat. Hal ini dilakukan agar peneliti dapat memahami gambaran yang jelas mengenai masalah yang sedang dihadapi serta berbagai teknik yang digunakan untuk mengatasi masalah tersebut.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausal-asosiatif dengan teknik kuantitatif. Sugiyono, (2019:13) tujuan dari penelitian kausal-asosiatif adalah untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan mengembangkan teori ini yang dapat menjelaskan dan mengontrol fenomena yang diamati. Hubungan kausal-asosiatif merupakan hubungan sebab-akibat dimana variabel independent mempengaruhi variabel dependen. Penelitian asosiatif kausal menggunakan teknik analisis kuantitatif. Data penelitian kuantitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk angka-angka yang diperoleh dengan cara mengumpulkan data sedemikian rupa sehingga mentransformasikan nilai-nilai kualitatif menjadi kuantitatif menurut (Slamet, R & Andhita, 2020)

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data dalam bentuk angka-angka yang bersifat kuantitatif, untuk dapat meramalkan kondisi populasi, atau kecenderungan masa datang.

3.2 Obyek Penelitian

Objek penelitian ini memiliki 2 variabel yaitu variabel dependen terikat variabel dependen bebas yang bergantung pada variabel lain, dan variabel bebas, atau variabel yang tidak bergantung pada variabel lain, dan variabel bebas, atau variabel yang tidak bergantung pada variabel lain, merupakan dua variabel penelitian.

Keputusan pembelian (Y) merupakan variabel dependen dalam penelitian ini, dan kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan lokasi (X_3) merupakan variabel independent. Penelitian ini, dilakukan pada toko FerdysGadget Lumajang dengan melihat konsumen yang melakukan pembelian disana.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Data primer merupakan data penelitian yang dikumpulkan langsung dari sumber aslinya atau tanpa menggunakan media perantara. Secara khusus peneliti mengumpulkan data primer untuk menjawab pertanyaan peneliti berupa pandangan (opini) individu tau kelompok, hasil observasi, peristiwa, dan hasil pengujian (Indrianti dan Supomo, 2018:142)

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini yakni jawaban atas kuesioner yang diisi oleh responden, yaitu pembeli *handpone* di Ferdys Gadget Suko Lumajang. Kuesioner tersebut berupa pernyataan-pernyataan kepada responden untuk mempresentasikan kualitas pelayanan, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian *handphone* di Ferdys Gadget Suko Lumajang.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini berupa data eksternal. Data Eksternal menurut Noviansyah (2018:37) merupakan data yang didapat peneliti yang bersumber dari luar organisasi. Jadi informasi yang dikumpulkan dari sumber di luar organisasi yang dapat digunakan untuk mengkarakterisasi variabel-variabel yang dapat mempengaruhi output suatu organisasi atau perusahaan.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah sekelompok individu yang ciri-cirinya (karakteristiknya) sedang dipelajari. Artinya seluruh kelompok sasaran yang akan diteliti adalah populasi dan hasil penelitian diterapkan pada kelompok populasi tersebut. Jika populasinya terlalu besar, maka peneliti harus mengambil sampel (Sebagian dari populasinya) untuk penelitiannya. Menurut Sugiyono, (2015:80) pengertian populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari item atau subjek yang telah diberi atribut dan sifat tertentu oleh peneliti, serta kesimpulan yang dibuat. Populasi dalam hal ini adalah konsumen Ferdys Gadget Lumajang.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

1. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi, yang terdiri dari beberapa individu dalam populasi. Subset ini dipilih karena dalam banyak kasus, peneliti tidak mungkin meneliti keseluruhan populasi. Maka dari itu, diperlukan perwakilan yang mewakili populasi secara keseluruhan Paramita *et al.*, (2021:60).

Menurut Roscoe, (1975) dalam Paramita *et al.*, (2021) diperoleh beberapa

pedomaan mum yang dapat digunakan oleh peneliti untuk menentukan besarnya sampel yang digunakan sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 sudah memadai bagi kebanyakan penelitian.
2. Bila sampel dibagi bagi dalam bebrapa sum sumpel, maka minimal 30 bagi setiap sub sampel sudah memadai.
3. Dalam penelitian multivariate, jumlah sampel ditentukan sebanyak 25 kali
4. Variabel independen. Analisis regresi dengan 4 variabel independen membutuhkan kecukupan sampek sebanyak 100.
5. Analisis SEM membutuhkan sampel sebanyak paling sedikit 5 kali jumlah variabel indikator yang digunakan. Penelitian dengan 20 indikator membutuhkan sampel sebanyak 100 (5 x 20). Apalagi pengujian terhadap chi- Square model SEM yang sensitif terhadap jumlah sampel. Sampel yang memadai antara 100-200 sampel.
6. Sampel kurang dari 30 tidak dapat diterima untuk analisis yang menggunakan statistik parametrik.
7. Penelitian eksperimental dengan perlakuan kontrol eksperimen yang ketat dapat dilakukan dengan sampel yang kecil antara 10 sampai dengan 20 sampel.

Berdasarkan pendapat Roscoe tersebut, sampel penelitian ini didasarkan pada penggunaan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat digunakan pada sampel penelitian ini, sehingga total variabel dalam penelitian ini adalah empat. Dengan demikian, ukuran sampel yang diambil sebanyak 10, namun disarankan untuk meningkatkannya menjadi 15 sampel per variabel guna mendapatkan hasil yang lebih baik karena semakin besar ukuran sampel maka semakin dekat survey dengan kenyataan. Oleh sebab itu, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah $15 \times 4 = 60$ sampel.

2. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini merupakan *Non-Probability Sampling* menggunakan teknik *purposive sampling* (sampel dengan kriteria tertentu) di mana jumlah sampel tidak ditentukan secara spesifik. Dengan teknik

ini, memilih sampel secara subjektif berdasarkan pertimbangan tertentu. Tujuan pemilihan sampel yaitu untuk mengumpulkan data sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh peneliti agar memenuhi tujuan penelitian (Paramita *et al.*, 2021).

Dalam teknik *purposive sampling*, peneliti akan memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan, kriteria sampel dalam penelitian ini meliputi:

- a. Responden merupakan *customer* yang pernah membeli produk di konter Ferdys Gadget Lumajang.
- b. Responden merupakan *customer* yang memiliki pengalaman langsung dalam membeli produk dari Ferdys Gadget Lumajang.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini merupakan komponen yang sudah ditentukan oleh seorang peneliti untuk diteliti agar mendapatkan jawaban yang sudah dirumuskan yaitu berupa kesimpulan bagi peneliti. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2015:95) variabel penelitian adalah kualitas, atribut, atau nilai seseorang, benda, atau aktivitas yang mempunyai variasi tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti dan diambil kesimpulannya.

Penelitian ini menggunakan total empat variabel yaitu satu variabel terikat, keputusan pembelian, dan tiga variabel bebas, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi.

a. Variabel Independen

Variabel ini menurut Sugiyono, (2015:96) sering disebut sebagai anteseden, prediktor, atau variabel stimulus. Biasanya disebut dengan variabel independen dalam Bahasa Indonesia. Variabel independent adalah variabel yang

mempengaruhi menimbulkan, variabel terikat. Biasanya variabel independen diwakili oleh X. Variabel independen berikut ini dimasukkan dalam penelitian ini

1. Kualitas Pelayanan (X_1).
2. Kualitas Produk (X_2).
3. Lokasi (X_3).

b. Variabel Dependen

Variabel ini menurut (Sugiyono, 2015:97) sering disebut sebagai variabel, keluaran, atau kriteria yang dihasilkan. Biasanya disebut dengan variabel terikat dalam bahasa Indonesia.

Variabel yang dipengaruhi atau diakibatkan oleh adanya variabel bebas disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat biasanya diwakili oleh Y. Pilihan membeli merupakan variabel terikat dalam penelitian ini.

3.5.2 Definisi Konseptual

Bakry, (2016:24) menyatakan bahwa definisi konseptual adalah definisi yang menggunakan gagasan suatu konsep untuk mendefinisikan konsep lainnya. Definisi konseptual yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

a. Kualitas Pelayanan (X_1)

Pelayana yang baik merupakan salah satu syarat keberhasilan suatu produk di perusahaan. Kualitas pelayanan sering kali dipahami sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang sebenarnya diterima oleh konsumen. (Tjipno, 2016:59) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan Tingkat unggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat unggulan yang

diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk keinginan konsumen.

b. Kualitas Produk (X2)

Kotler, (2015:11) menyatakan bahwa “kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam menampilkan fungsinya, dalam menampilkan fungsinya, dalam hal ini termasuk keseluruhan reliabilitas, durabilitas, kemudahan pengoperasian, reparasi produk, ketepatan, dan juga atribut lainnya.

c. Lokasi (X3)

Menurut (Lupiyoadi, 2016) lokasi merupakan keputusan yang dibuat oleh perusahaan yang terkait dengan adanya operasi dan sifatnya yang ditempatkan, pentingnya lokasi bagi perusahaan jasa tergantung dengan jenis atau derajat interaksi yang terlibat.

d. Keputusan Pembelian (Y)

Kotler, (2016:177) menyatakan bahwa “keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu study tentang bagaimana individu kelompok memilih membeli, menggunakan, dan bagaimana barang jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka”.

3.5.3 Definisi Operasional

a. Kualitas Pelayanan (X₁)

Pelayanan yang baik merupakan salah satu syarat keberhasilan suatu produk di perusahaan. Kualitas pelayanan sering kali dipahami sebagai perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang sebenarnya diterima

oleh konsumen. Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan merupakan Tingkat unggulan yang diharapkan dan pengendalian atas Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas Tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Sedangkan menurut Kotler, (2016:156) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan merupakan totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat”

Berdasarkan terori diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah seluruh aktivifitas yang mengkombinasikan nilai dari pemprosesan yang diukur dari tingkat layanan dan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk mempercepat kerja sama dengan konsumen.

Indikator kualitas pelayanan menurut Zeithaml, (2009) yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bentuk fisik/ yang berwujud (*tangibles*)
Artinya kondisi fisik yang ditemui selama pemberian jasa, termasuk di dalamnya fasilitas fisik, personel, peralatan dan komuniaksi. Ukuran angka berwujud ini sering digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan citranya dimata konsumen
2. Keandalan (*reliability*)
Artinya, kemampuan untuk memenuhi komitmen kinerja layanan kepada klien tepat waktu dan akurat.
3. Daya tanggap (*responsiveness*)
Artinya, tersedianya karyawan/pegawai untuk membantu dan melayani pelanggan dengan layanan cepat dan akurat.
4. Jaminan (*insurance*)
Hal ini mencakup pengetahuan, keterampilan, kesopanan, dan sifat-sifat yang dapat diterima laryawan dapat diandalkan dan membangun kepercayaan pelanggan.
5. Empati (*emphaty*)
Empati adalah dukungan individu dari penyedia layanan untuk membuat pelanggan merasa penting, dihargai, dan dipahami perusahaan.

Dari pertanyaan yang diajukan kepada responden berdasarkan setiap indikator, namun penelitian hanya mengajukan satu pertanyaan untuk setiap indikator, yang akan diuraikan dibawah ini :

1. Ferdys Gadget Lumajang memiliki tampilan toko yang menarik.
2. Waktu yang diperlukan untuk memproses pesanan sesuai dengan yang dijanjikan.
3. Karyawan siap membantu pelanggan yang bingung dalam memilih produk HP yang ditawarkan.
4. Karyawan menguasai informasi mengenai berbagai jenis HP yang dijual.
5. Karyawan ramah dalam melayani pelanggan.

b. Kualitas Produk (X2)

Kotler, (2014:11) menyatakan bahwa "kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam menampilkan fungsinya, dalam hal ini termasuk keseluruhan reliabilitas, durabilitas, kemudahan pengoperasian, reparasi produk, ketepatan, dan juga atribut lainnya". Sedangkan Tjiptono, (2015:95) menyatakan bahwa "kualitas produk adalah karakteristik dari produk dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan mempunyai sifat laten atau tersembunyi".

Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Konsumen menginginkan produk yang tahan lama, tidak bersuara, mudah digunakan, dan bernilai tanpa cacat atau kerusakan. Menurut Asman, (2021) ada beberapa indikator kualitas produk sebagai berikut :

1. *Performance* atau kinerja, mengacu pada kualitas barang yang dapat mencerminkan sejauh mana layanan tersebut baik atau belum serta dapat menggambarkan keadaan sebenarnya
2. Range and type of features atau rentang dan jenis produk, berkaitan dengan fungsi produk atau layanan yang sering kali menjadi pertimbangan bagi pelanggan yang mencari produk dengan keunggulan atau kemampuan

tertentu.

3. Reability atau keandalan, melibatkan aspek kehandalan yang diperlukan dalam produk atau layanan.
4. Sensory characteristic atau karakteristik sensorik, mencakup penampilan, motif, daya Tarik, variasi dan faktor- faktor yang lain yang memainkan peran kunci dalam kualitas dari suatu aspek produk.
5. Ethical profile and image atau profil dan citra etis, terkait dengan bagian besar kesan yang dibentuk oleh seorang pembeli terhadap suatu produk dan layanan perusahaan.

Dari pertanyaan yang dapat diajukan kepada responden berdasarkan setiap indikator, namun peneliti hanya mengajukan satu pertanyaan untuk setiap indikator, yang akan diuraikan di bawah ini :

1. Ferdys Gadget Lumajang menjual kualitas produk dan layanan yang baik.
2. Produk di Ferdys Gadget Lumajang lebih unggul/banyak dibandingkan di konter lainnya.
3. Produk HP di Ferdys Gadget Lumajang selalu ada keluaran terbaru.
4. Produk HP di Ferdys Gadget Lumajang bergaransi resmi.

c. Lokasi (X3)

Lokasi (*place*) berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya Lupiyoadi (2014:98). Menurut Hurruyati (2015:55) indikator yang mempengaruhi pemilihan *place* sebagai berikut:

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dijangkau sarana transportasi.
2. Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
3. Lalu lintas, (*traffic*), dimana banyak orang yang melewati lokasi tersebut dan kepadatan penduduk.

4. Tempat parkir yang luas dan aman, karena ada petugas yang menjaganya.

Berdasarkan indikator tentang *place* tersebut, maka disusun koersioner dengan jaewaban skala *likert* sebagai berikut :

1. Akses yang ditempuh untuk mencappai Ferdys Gadget Lumajang sangat mudah.
2. Lokasi Ferdys Gadget Lumajang yang sangat strategis.
3. Ferdys Gadget Lumajang sering dilewati masyarakat karena lokasinya dekat dengan pemukiman dan sekolahan.
4. Ferdys Gadget Lumajang memiliki tempat parkir yang aman dan luas.

d. Keputusan Pembelian (Y)

Kotler, (2016;177) menyatakan bahwa “keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu study tentang bagaimana individu kelompok memilih pembeli, menggunakan, dana bagaimana barang jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka”. Sedangkan Tjiptono, (2014:2) menyatakan bahwa “keputusan pembelian adalah suatu proses Dimana konsumen mengenali maslahnya serta menemukan informasi tentang produk atau merek tertentu yang mana konsumen dapat melakukan evaluasi terhadap alternatif-alternatif yang dipilih guna memecahkan masalahnya sehingga mengarahkan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian”.

Indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian menurut Kotler, (2014:212) yang diteliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kemantapan pada sebuah produk
2. Dalam melakukan pembelian, pembeli akan memilih dari berbagai pilihan

yang tersedia.

3. Kebiasaan dalam membeli produk
4. Kebiasaan konsumen dalam membeli produk juga mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen merasa produk tersebut sudah terlalu melekat di benak mereka karena mereka sudah merasakan manfaat dari produk tersebut.
5. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
6. Dalam melakukan pembelian, jika konsumen mendapatkan manfaat yang sesuai dengan sebuah produk, mereka pasti akan merekomendasikan produk tersebut dengan orang lain.
7. Melakukan pembelian ulang

Ketika suatu produk digunakan sesuai dengan kepuasannya, pelanggan akan kembali lagi untuk membelinya. Mereka yakin produk tersebut sesuai dan konsisten dengan harapan dan keinginan mereka.

Dari pertanyaan yang dapat diajukan kepada responden berdasarkan setiap indikator, dapat diuraikan di bawah ini:

1. Saya membeli produk handphone di Ferdys Gadget Lumajang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan saya.
2. Saya mencari informasi produk di Ferdys Gadget Lumajang terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian.
3. Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk di Ferdys Gadget Lumajang
4. Saya merasa puas setelah membeli produk di Ferdys Gadget Lumajang.

3.6 Instrument Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bagi peneliti yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian (Sugiyono, 2015:112). Didalam penelitian ini terdapat empat instrumen yang digunakan, antara lain:

- a. Instrumen untuk mengukur kualitas pelayanan
- b. Instrumen untuk mengukur kualitas produk
- c. Instrumen untuk mengukur lokasi
- d. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian

Skala pengukuran data yang digunakan adalah skala ordinal (*Ordinal Scale*), Priadana dan Sunarsih, (2021:175) menyatakan bahwa skala ordinal adalah jenis skala yang memiliki tingkatan yang lebih tinggi dari pada skala nominal, karena skala ordinal merupakan skala berjenjang yang menyatakan peringkat, akan tetapi peringkat tersebut tidak menunjukkan jarak antar peringkat.

Teknik yang digunakan dalam skala pengukuran data penelitian ini yaitu skala Likert. Skala Likert merupakan ukuran sikap atau pendapat seseorang, dan digunakan sebagai objek penelitian untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi. (Sugiyono, 2015:93).

Berikut ini merupakan instrumen penelitian yang disajikan dalam table 3.2 sebagai berikut :

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	Ferdys Gadget Lumajang memiliki tampilan toko yang menarik.		
Kualitas Pelayanan (X1)	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Waktu yang diperlukan untuk memproses pesanan sesuai	Ordinal	Zeitham 1, (2009)
	Data Tanggap (<i>Responsibility</i>)	Karyawan siap membantu pelanggan yang bingung dalam memilih produk hp yang ditawarkan		

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
Kualitas Produk (X2)	Jaminan (<i>asuransi</i>)	Karyawan menguasai informasi mengenai berbagai jenis hp yang dijual	Ordinal	Asman (2021)
	Emphati (<i>Empati</i>)	Karyawan ramah dalam melayani pelanggan		
	<i>Performance</i> atau kinerja	Handphone di Ferdys Gdget memiliki kualitas produk yang baik		
	<i>Range and type of features</i>	<i>Handphone</i> Gadget Lumajang lebih unggul/banyak dibandingkan di konter lainnya		
	<i>Reability</i> atau keandalan	Produk HP di Ferdys Gadget Lumajang selalu ada keluaran terbaru		
	(<i>Sensory characteristic</i>) atau karakteristik sensorik	Produk HP di Ferdys Gadget Lumajang lebih bagus dan murah.		
Lokasi	<i>Ethical profile and image</i> atau profil dan citra etis	Produk Hndphone di Ferdys Gadget Lumajang garansi resmi	Ordinal	(Hurriyati (2015))
	Jarak Penglihatan	Lokasi yang ditempuh untuk mencapai Ferdys Gadget Lumajang sangat mudah.		
	Lalu Lintas	Ferdys Gadget Lumajang sering dilewati Masyarakat		
	Tempat Parkir	Ferdys Gadget Lumajang memiliki tempat parkir yang luas		
Keputusan Pembelian (Y)	Tempat	Lokasi Ferdys Gadget Lumajang yang sangat strategis.	Ordinal	Kotler (2014)
	Kemantapan pada sebuah produk	Dengan membeli produk handphone di Ferdys Gadget Lumajang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan saya.		
	Kebiasaan dlm membeli produk	Saya mencari informasi produk di Ferdys Gadget Lumajang terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian		
	Memberikan	Saya merekomendasikan kepada		

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
	rekomendasi kepada orang lain	orang lain untuk membeli produk di Ferdys Gadget Lumajang		
	Melakukan pembelian ulang	Saya telah melakukan pembelian ulang produk di Ferdys Gadget Lumajang.		

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Kuisisioner

Kuesioner adalah serangkaian instrumen pertanyaan yang disusun berdasarkan alat ukur variabel penelitian, pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sangat efisien, responden hanya memiliki jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti. Kuesioner menurut Sugiyono, (2015:142) adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengajuan serangkaian pertanyaan atau pernyataan oleh peneliti. Dalam penelitian ini skala likert digunakan untuk mengukur sikap dan persepsi seseorang:

- | | |
|-----------------------------------|---|
| a. Sangat setuju (SS) skor | 5 |
| b. Setuju (S) skor | 4 |
| c. Netral (N) skor | 3 |
| d. Tidak Setuju (TS) | 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) skor | 1 |

Untuk menyebarkan kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada konsumen yang pernah membeli produk handphone di Ferdys Gadget Suko Lumajang. Dengan melakukan penyebaran kuesioner ini diharapkan peneliti mendapatkan data tentang pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian produk *handphone* di Ferdys Gadget Suko Lumajang.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data didefinisikan metode atau pendekatan yang digunakan untuk mengolah data untuk mengubahnya menjadi informasi, bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang karakteristik data dan membantu memecahkan masalah terutama dalam penelitian (Abdullah, K. *et al.*, 2021:87). dalam metode penelitian kuantitatif, penggunaan teknik analisis data yaitu suatu proses yang dilaksanakan setelah semua data mulai responden maupun sumber data lainnya telah bergabung secara menyeluruh.

Berdasarkan hipotesis dan tujuan penelitian ini, peneliti memanfaatkan analisis regresi linier berganda dan uji alat statistik SPSS. Sebelum dilakukannya analisis juga uji pengaruh pada kuisisioner, uji validitas serta reabilitas harus dilaksanakan. Kemudian melakukan pengujian asumsi dasar regresi linier berganda, yang berarti data perlu distribusi normal dan tidak mengandung multikolinieritas serta heteroskedastisitas.

3.8.1 Pengujian Instrumen

Sebelum melakukan uji hipotesis, harus terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitas kuesioner yang akan diberikan kepada responden.

a. Uji Validitas

Tujuan uji validitas adalah untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Validitas kuesioner tercapai pernyataan dalam kuesioner dapat dengan tepat mencerminkan hasil pengukuran yang dimaksud oleh kuesioner tersebut. Sugiyono, (2019:267) menyatakan bahwa uji validitas terdiri dari menggabungkan data yang langsung diberikan oleh penelitian. Ada tiga jenis validitas instrumen

dalam teori yaitu validitas berbasis kriteria, validitas konstruk, dan validitas isi. Penelitian melihat alat ukur berdasarkan arah meteri yang dinilai, atau validitas isi, untuk memastikan keabsahan alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini.

Sejauh mana item-item yang dilihat dari isinya mampu mengukur apa yang ingin dinilainya dikenal sebagai validitas isi. Saat mengevaluasi pertanyaan, pendapat para ahli dikonsultasikan untuk memastikan validitas isi alat ukur, memastikan bahwa item yang dihasilkan secara akurat menangkap data yang dimaksudkan (Suryabrata, 2008:61).

Hasil penelitian yang valid menunjukkan adanya hubungan antara data yang dikumpulkan dengan data yang diperoleh dari penelitian. Dalam uji validitas ini analisis faktor dilakukan dengan cara menjumlahkan atau menetapkan korelasi antara skor total dengan jumlah skor faktor. Suatu faktor dianggap kuat jika ukurannya 0,3 atau lebih dan korelasinya positif untuk semua faktor tersebut. Dalam penyelidikan ini, item-item dalam instrumen tidak valid jika terdapat korelasi kurang dari 0,3 antara skor item dan skor total (Sugiyono, 2015:173).

b. Uji Reliabilitas

Sugiyono, (2018:268) uji reliabilitas adalah mengindikasikan sejauh mana atau temuan memiliki konsistensi dan stabilitas. Data yang dinyatakan tidak reliabel, tidak dapat digunakan lebih lanjut dikarenakan dapat mengakibatkan Kesimpulan yang cenderung bias. Alat pengukuran dianggap reliabel jika hasilnya dalam rentang waktu tetap konsisten. Reabilitas akan disajikan dalam bentuk numerik, yang umumnya konsistensi jawaban dari responden. Sedangkan Ghazali, (2014:147) menyatakan bahwa “uji reabilitas adalah pengujian konsistensi

responden dalam menanggapi pertanyaan dalam kuesioner”. Adapun indeks kriteria reliabilitas dijelaskan dalam table sebagai berikut:

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

NO	Interval Alpha Cronbach	Tingkat Reliabilitas
1.	0,00-0,20	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 (2014)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Ketiga uji tersebut merupakan uji asumsi klasik terdiri dari tiga uji yaitu normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel residu atau perancu dalam model regresi berdistribusi normal. Ukuran sampel yang kecil akan mengakibatkan uji statistik dianggap salah jika nilai residu menyimpang dari distribusi normal (Ghozali., 2018: 161-166).

Secara teori, normalitas dapat ditentukan dengan memeriksa sebaran data (titik) pada probability p-plot. Uraian berikut dapat membantu menentukan apakah data tersebut normal atau tidak:

1. Model regresi memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arahnya, atau jika grafik histogram menampilkan pola yang konsisten dengan distribusi normal.

2. Model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar secara acak, tidak mengikuti orientasi garis diagonal, dan tidak menunjukkan pola sebaran normal.

Dengan memanfaatkan grafik probability p-plot, pengujian dilakukan. Data yang membentuk titik-titik yang menyebar mendekati garis diagonal dianggap data normal.

b. Uji Multikorelitas

Dalam model regresi linier multivariat, uji multikolinearitas menentukan ada atau tidaknya korelasi yang substansial antar variabel independen (Basuki, & Prawoto, 2016:102). Variabel dependen mungkin dipengaruhi oleh tingginya korelasi antar faktor independen. Nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak boleh melebihi 10 dan nilai Tolerance tidak boleh kurang dari 0,1 agar model dianggap bebas meningkatnya VIF.

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada tidak nya ketimpangan varians antara sisa observasi yang satu dengan observasi yang lain digunakan uji heteroskedastisitas. Ghazali, (2013). Penerapan metode *scatter plot* dan memasukkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dan SRESID (nilai sisa) akan menghasilkan heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan grafik scatter plot untuk menilai ada tidaknya heteroskedastisitas. Jika grafik tidak menunjukkan pola yang terlihat, seperti penyempitan diikuti pelebaran, pelebaran diikuti penyempitan, dan konvergensi menengah, maka model tersebut diasumsikan tidak memenuhi asumsi heteros. Di asumsikan tidak terdapat heteros kedastisitas (Basuki dan Prawoto, 2016:104)

3.8.3 Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda

Dengan beberapa variabel independen, regresi berganda (juga dikenal sebagai regresi linier berganda) adalah salah satu jenis model persamaan regresi linier (Basuki, & Prawoto, 2016:140). Berikut persamaan linier berganda yang diterapkan dalam penelitian ini:

$$KP = a + B_1.KPL + B_2.KPR + B_3.L + e$$

Keterangan :

KP = variabel dependen (tergantung) atau variabel yang ingin dijelaskan

B_1, B_2, B_3 = koefisien regresi, yang menunjukkan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independent terhadap KP

KPL, KPR, L = variabel independen (bebas) Keterangan :

KP=Keputusan Pembelian

KPL =Kualitas Pelayanan

KPR =Kualitas Produk

L =Lokasi

a =Konstanta

B_1 =Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan

B_2 = Koefisien regresi variabel kualitas produk

B_3 = Koefisien regresi variabel lokasi

e =Error term (yang tidak terungkap =5%)

Untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan lokasi mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian *handphone* di Ferdys Gadget Lumajang, penelitian

ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

3.8.4 Uji Hipotesis

Tahap selanjutnya setelah analisis linier berganda adalah pengujian hipotesis, yang menentukan apakah variabel independen (kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi) mempunyai pengaruh sama sekali terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Basuki, & Prawoto, (2016:22) menyatakan bahwa uji hipotesis adalah suatu prosedur untuk membuktikan kebenaran karakteristik populasi berdasarkan data sampel. Dalam statistika, hipotesis yang akan diuji kebenarannya biasanya dibandingkan dengan hipotesis yang salah nantinya akan tolak. Hipotesis yang salah dinyatakan sebagai hipotesis nol disimbolkan H_0 dan hipotesis yang benar dinyatakan sebagai hipotesis alternatif dengan symbol H_a .

a. Uji – t (Uji parsial)

Menurut Basuki & Prawoto (2016:88) uji t atau uji parsial merupakan pengujian guna menentukan signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun prosedur pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

a) Hipotesis pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *handphone* di Ferdys Gadget Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *handphone* di Ferdys Gadget Lumajang.

b) Hipotesis kedua

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

produk

H_a : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *handphone* di Ferdys Gadget Lumajang.

c) Hipotesis ketiga

H_0 : Tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *handphone* di Ferdys Gadget Lumajang

H_a : Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *handphone* di Ferdys gadget Lumajang

2. Menentukan terhitung dan memastikan besarnya tingkat signifikasi α

Penelitian ini memiliki batas signifikansi α sebesar 5% atau 0,05, sedangkan besarnya terhitung dapat diketahui dari terhitung output SPSS.

3. Menentukan besarnya ttable

Dengan menggunakan uji dua sisi, ttable dapat ditemukan dengan melihat table statistic dalam tingkat signifikansi α sejumlah 5% atau 0.05 dan derajat kebebasan $df=n-k$ dengan keterangan bahwa (n) untuk jumlah data dan (k) untuk jumlah variabel independen dan dependen

4. Menentukan kriteria pengujian

a. Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen secara signifikan

b. Jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ tidak terdapat pengaruh antara variabel independent dan dependen.

5. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, dapat ditarik Kesimpulan mengenai perbandingan antara t_{hitung} dan t_{tabel} .

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Riyanto dan Aglis, (2020:141) koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi dapat menjelaskan variasi data. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 sampai dengan 1. Koefisien determinasi (R^2) yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai kemampuan yang sangat kecil dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi (R^2) yang besar dan hampir sepihak berarti hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk meramalkan perubahan variabel terikat disediakan oleh variabel bebas. Jika semua data terletak pada garis regresi atau dengan kata lain semua nilai residual adalah nol maka mempunyai garis regresi yang sempurna. *R-Square* atau *Adjusted R-Square* dapat dijadikan patokan untuk menghitung nilai koefisien determinasi. Regresi linier sederhana yang menggunakan *R-Square* dalam penelitiannya biasanya diterapkan pada penelitian dengan satu variabel independen. Regresi linier berganda, sebaliknya, menggunakan *Adjusted R-Square* dalam situasi tersebut. Koefisien determinasi (R^2) menghasilkan nilai yang dapat digunakan untuk mengevaluasi dan mengukur dampak beberapa variabel independen (X) terhadap naik turunnya variabel dependen (Y), yang biasanya dinyatakan dalam persentase (%) dengan kisaran 0-100%. Semakin mendekatnya nilai R^2 terhadap 100% mengandung makna bahwa variabel-variabel bebas memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat dan model dikatakan semakin tepat.

Koefisien determinasi R^2 dalam penelitian ini akan digunakan untuk mengukur sejauh mana model dalam menerangkan variasi variabel bebas (independen) yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap variabel terikat (dependen) yaitu keputusan pembelian produk di Ferdys Gadget Suko Lumajang.

