

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal, menurut Sugiyono “Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi)”(Lutfi & Irwanto, 2017).

Menurut Kerlinger (Cooper, 2008) “desain penelitian di klasifikasikan sebagai rencana dan struktur investigasi yang dibuat sedemikian rupa sehingga diperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian” (Noor, 2011:108).

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel faktor sosial, dan psikologi dalam melakukan keputusan pembelian (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan antara variabel independen (X) yaitu faktor sosial (X_1), psikologi (X_2) terhadap variabel dependen (Y) yaitu dalam melakukan keputusan pembelian.

3.2 Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah konsumen home industri berkah alumunium lumajang, dengan pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti memilih lokasi konsumen home industri berkah alumunium lumajang adalah :

- a. Obyek penelitian ini adalah konsumen sekitar industri berkah alumunium Lumajang yang membeli produk-produknya sehingga dapat memudahkan peneliti melakukan penelitian.

- b. Perkembangan produk industri alumunium sangat pesat sehingga mampu bersaing dengan produk industri alumunium lainnya.
- c. Ketersediaan data dan kondisi obyek yang memungkinkan untuk dilakukan penelitian.

3.3 Sumber dan Jenis Data

3.3.1 Sumber Data

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

3.3.1.1 Data Internal

“Data ini bersifat intern atau dari dalam perusahaan yang bersangkutan” (Oei, 2010:34). Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari dalam *home* industri mebel berkah alumunium Lumajang berupa data jumlah konsumen yang membeli produk-produk alumunium yang di buatnya.

3.3.1.2 Data Eksternal

“Jenis data kedua yang telah tersedia karena dikumpulkan pihak lain”(Oei, 2010:35). Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini adalah data konsumen mebel prima alumunium Lumajang yang sama dalam hal pembuatan *furnicture* alumunium dan kaca tapi berbeda tempat dan kosumen yang di pasarkan.

3.3.2 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data Primer dan data Sekunder, sebagai berikut:

3.3.2.1 Data Primer

“Data Primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh para periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus” (Oei, 2010:38). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuisisioner oleh responden yaitu konsumen yang membeli produk alumunium pada home industri berkah alumunium Lumajang.

3.3.2.2 Data Sekunder

Sesuai dengan arti kata sekunder (bahasa Inggris “*secondary*”) yang berarti kedua bukan secara langsung dari sumbernya data sekunder dapat didefinisikan sebagai data yang telah dikumpulkan pihak lain, bukan oleh periset sendiri, untuk tujuan lain. Artinya periset adalah “tangan kedua” yang sekedar mencatat, mengakses, atau meminta data tersebut (yang kadang sudah berwujud informasi) ke pihak lain yang telah mengumpulkannya di lapangan. Periset hanya memanfaatkan data yang ada penelitiannya. Keberadaan data sekunder tidak dipengaruhi riset yang akan dijalankan peneliti, sebab data tersebut sudah disediakan pihak lain secara berkala atau pada waktu tertentu (Oei, 2010:33).

3.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1 Populasi

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”(Sugiyono, 2014:80).

Dalam penelitian ini diambil dari bulan januari 2018 sampai maret 2018, dan populasinya adalah konsumen yang dekat dari *home* industri berkah alumunium Lumajang.

3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut” (Sugiyono, 2014:81). Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen-konsumen *home* industri berkah aluminium Lumajang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *Nonprobability Sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Sampling purposive*, menurut (Sugiyono, 2014:84) menyatakan bahwa “*Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak member peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”. *Sampling purposive* menurut (Sugiyono, 2014:85) yang menyatakan bahwa, “Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”.

Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe dalam buku *Research methods For Business* (1982:253) seperti yang dikutip dalam Sugiyono (Sugiyono, 2015:164) sebagai berikut :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 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 regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen ditambah dependen), maka anggota sampel sama dengan $10 \times 5 = 50$.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu analisis regresi berganda yang terdiri dari 2 (dua) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil 10×3 variabel = 30 anggota sampel.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Survey

Survey dalam penelitian ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara kepada responden untuk mengetahui keinginan lebih dalam dari konsumen.

“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/kecil” (Sugiyono, 2014:137).

Wawancara yang dilakukan penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk aluminium pada home industri berkah aluminium Lumajang.

3.5.2 Observasi

“Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan” (Sutrisno hadi, 1986) dalam (Sugiyono, 2014:145).

Observasi yang dilakukan peneliti adalah dating dan mengamati langsung objek penelitian yaitu dengan mengamati pengaruh faktor faktor sosial dan psikologi dalam melakukan keputusan pembelian pada home industri berkah aluminium Lumajang.

3.5.3 Kuisisioner

“Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya” (Sugiyono, 2014:142).

Untuk penyebaran kuisisioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada konsumen-konsumen sekitar home industri berkah alumunium lumajang. Dengan menyebarkan kuisisioner ini diharapkan akan mendapatkan data tentang pengaruh faktor sosial dan psikologi dalam melakukan keputusan pembelian.

Pengukuran data untuk variabel pengaruh faktor sosial dan psikologi dalam melakukan keputusan pembelian, dilakukan dengan member skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pernyataan kuisisioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*. Adapun untuk skala *likert* menurut (Sugiyono, 2015:168-169) sebagai berikut:

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

3.5.4 Dokumentasi

“Dokumen atau dokumentasi dalam penelitian mempunyai dua makna yang sering dipahami secara keliru oleh peneliti pemula. Pertama, dokumen yang dimaksudkan sebagai alat bukti tentang sesuatu, termasuk catatan-catatan, foto, rekaman video atau apapun yang dihasilkan oleh seorang peneliti. Dokumen bentuk ini lebih cocok disebut sebagai dokumentasi kegiatan/kenang-kenangan. Kedua, dokumen yang berkenaan dengan peristiwa atau momen atau kegiatan yang telah lalu, yang padanya mungkin dihasilkan sebuah informasi, fakta dan data yang diinginkan dalam penelitian” (Ibrahim, 2015:93).

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat, meng-*copy* dokumen-dokumen yang ada di lokasi penelitian serta dengan membaca literatur-literatur sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan data yang relevan dengan variabel penelitian.

3.5.5 Studi Pustaka

(Afrizal, 2016:122-123) bahwa “Studi pustaka merupakan bagian dari sebuah proposal penelitian yang berisikan informasi-informasi yang diperoleh dari jurnal buku dan kertas kerja (*working paper*)”. Ada beberapa tujuan menulis studi pustaka dalam sebuah proposal penelitian, yaitu:

- a. Menginformasikan kepada diri peneliti sendiri dan pada pembaca hasil-hasil studi yang berkaitan erat dengan topic penelitiannya. Ini penting untuk menunjukkan kepada pembaca bahwa peneliti mengikuti perkembangan wacana tentang topik yang akan diteliti.
- b. Menghubungkan studi yang akan dilakukan dengan studi-studi yang pernah dilakukan sebelumnya. Hal ini berguna bagi peneliti untuk menjelaskan kedudukan penelitiannya dalam kajian yang sama.
- c. Menghubungkan studi yang akan dilakukan dengan topik yang lebih luas yang sedang dibicarakan. Bagian ini penting untuk menunjukkan kepada pembaca bahwa kajian ini bagian dari topik yang lebih besar yang merupakan bagian dari wacana disiplinnya atau persoalan yang lebih luas, dan dengan demikian topik penelitiannya merupakan sebuah ilustrasi dari topik yang besar tersebut.
- d. Menyediakan kerangka atau bingkai untuk penelitian. Dalam melakukan penelitian, para peneliti memerlukan alat-alat analisis. Alat-alat analisis tersebut berupa konsep, klasifikasi dan teori untuk menganalisis data. Dia juga memerlukan arahan mengenai informasi apa yang akan dikumpulkan dalam penelitian. Semua ini memerlukan studi pustaka dan isi studi pustaka perlu mencakup hal-hal tersebut.

Studi pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membaca literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, berupa teori-teori yang dikemukakan para ahli yang berhubungan dengan penelitian diperoleh dari: buku, jurnal, skripsi, dan internet.

3.6 Variabel Penelitian

3.6.1 Identifikasi Variabel

“Jadi variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2015:95). Variabel dalam penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel terdiri dari 2 (dua) variabel independen yaitu faktor sosial, psikologi dan 1 (satu) variabel dependen yaitu pengambilan keputusan pembelian.

a. Variabel Independen

“Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)” (Sugiyono, 2015:96). Adapun penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah faktor sosial (X_1), Psikologi (X_2).

b. Variabel Dependen

“Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas” (Sugiyono, 2015:97). Adapun penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

3.6.2 Definisi Konseptual Variabel

a. Variabel Independen

1) Faktor Sosial (X_1)

“Perilaku seorang konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor social seperti kelompok acuan (kelompok referensi), keluarga, serta peran dan status sosial” (Abdullah & Tantri, 2012:115-117). Menurut (Setiadi, 2013:11) menyatakan bahwa faktor sosial meliputi:

a) Kelompok referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa di antaranya *kelompok primer* yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti keluarga, teman, tetangga, dan teman sejawat. *Kelompok sekunder* yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan.

b) Keluarga

Kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah: *Keluarga orientasi* yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tua seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri cinta. *Keluarga prokreasi* yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang saling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

c) Peran dan Status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

2) Psikologi (X₂)

“Psikologi diartikan sebagai ilmu yang mempelajari tingkah laku manusia atau ilmu yang mempelajari gejala-gejala jiwa manusia. Psikologi meliputi ilmu pengetahuan mengenai jiwa yang diperoleh secara sistematis dengan metode-metode ilmiah yang memenuhi syarat” (Ferrinadewi, 2008:7).

Menurut (Canon, Perreault, & McCharty, 2009:184-194) menyatakan bahwa psikologi meliputi:

a) Motivasi

Setiap orang termotivasi oleh kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan merupakan kekuatan dasar yang memotivasi seseorang untuk melakukan sesuatu. Sebagian kebutuhan menyangkut kesejahteraan fisik seseorang, sebagian lain menyangkut cara pandang diri seseorang dan hubungan dengan orang lain. Kebutuhan lebih mendasar dibanding keinginan. Keinginan adalah “kebutuhan” yang dipelajari selama hidup seseorang. Misalnya, setiap orang membutuhkan air atau cairan, tetapi sebagian orang juga sudah belajar menginginkan air ber-CO₂ dengan aroma rasberi buatan clearly Canadian, yang diminum dengan tambahan es batu.

b) Persepsi

Kita terus menerus dibombardir oleh rangsangan iklan, produk, took, namun kita mungkin tidak mendengar atau melihat apa-apa. Hal ini karena kita menerapkan proses ekposur selektif “mata dan pikiran kita hanya mencari dan memerhatikan informasi yang menarik bagi kita. Seberapa sering anda menutup iklan *pop-up* yang bermunculan di sebuah situs web tanpa memerhatikan iklan apa itu, kemudian proses persepsi selektif “kita menyaring atau memodifikasi gagasan, pesan, dan informasi yang bertentangan dengan sikap dan kepercayaan yang telah dipelajari sebelumnya”, selanjutnya proses retensi selektif “kita hanya mengingat apa yang kita ingat”.

c) Pembelajaran

Merupakan perubahan dalam proses berpikir seseorang dari adanya pengalaman sebelumnya.

d) Sikap

Merupakan cara pandang seseorang terhadap sesuatu. “sesuatu” itu bias saja produk, iklan, bagian penjualan, perusahaan, atau gagasan. Sikap adalah topik penting bagi para pemasar karena hal ini memengaruhi proses selektif, pembelajaran, dan pada akhirnya keputusan pembelian yang dibuat orang.

e) Kepribadian/gaya hidup

Banyak peneliti menelaah bagaimana kepribadian memengaruhi perilaku orang, tetapi hasilnya pada umumnya mengecewakan para pemasar. Sebuah sifat seperti kerapian dapat diasosiasikan dengan para pengguna jenis-jenis produk tertentu seperti bahan pembersih. Akan tetapi, para manajer pemasaran tidak menemukan cara untuk kepribadian dalam perencanaan strategi pemasaran. Sebagai hasilnya mereka berhenti focus pada ukuran kepribadian yang dipinjam dari ahli-ahli psikolog dan justru menegembangkan analisis gaya hidup.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengambilan keputusan pembelian. Menurut (Sudaryono, 2016:113) seorang calon pembeli harus mengambil keputusan pembelian. Keputusan tersebut mungkin dapat berupa tidak memilih salah satu alternative yang tersedia. Meski begitu, dalam kebanyakan kasus, problemlah yang merangsang seseorang untuk memulai proses pengambilan keputusan, kecuali apabila problem tersebut telah menghilang, hal mana dapat saja terjadi pada setiap tahapan proses yang ada, maka orang yang mengambil keputusan tidak membeli atau harus memulai proses itu kembali atau ia terpaksa hidup dengan problem tersebut.

3.6.3 Definisi Operasional Variabel

a. Variabel Independen

1) Faktor Sosial (X₁)

Definisi operasional variabel independen faktor sosial dalam penelitian ini adalah persepsi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yang diberikan di rumah-rumah dekat home industri mebel aluminium Lumajang. Indikator dari variabel faktor sosial dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut menurut (Setiadi, 2013:11):

- a) Kelompok referensi
- b) Keluarga
- c) Peran dan Status

Berdasarkan indikator tentang faktor sosial tersebut, maka disusun kuisisioner dengan jawaban skala pengukuran, sebagai berikut:

- i) Saya menggunakan produk-produk mebel alumunium karena rekomendasi dari kelompok-kelompok dimana saya sering berinteraksi.
- ii) Saya mnggunakan produk-produk mebel alumunium karena orang tua dan salah satu dari anggota keluarga saya menggunakannya.
- iii) Saya menggunakan produk-produk mebel alumunium karena adan pengaruh dari teman-teman saya.

2) Psikologi (X₂)

Definisi operasional variabel independen psikologi dalam penelitian ini adalah persepsi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yang diberikan di rumah-rumah dekat home industri mebel berkah alumunium Lumajang. Indikator dari variabel psikologi dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut menurut (Setiadi, 2013:12):

- a) Motivasi
- b) Persepsi
- c) Proses belajar
- d) Kepercayaan dan sikap

Berdasarkan indikator tentang psikologi tersebut, maka disusun kuisisioner dengan jawaban skala pengukuran, sebagai berikut:

- i) Saya menggunakan produk-produk mebel alumunium ini karena produknya sudah terpercaya hingga beberapa tahun yang lalu, maka sesuai dengan kebutuhan saya dan membuat saya merasa puas.

- ii) Saya menggunakan produk-produk mebel alumunium ini karena tampilan desain produk alumuiumnya lebih menarik perhatian saya dibanding produk alumunium di tempat lainnya.
- iii) Saya menggunakan produk-produk mebel alumunium ini karena produk ini memberikan berbagai teknik pembuatan yang menarik (didasari dari keinginan untuk membuat sendiri).
- iv) Saya menggunakan produk-produk mebel alumunium ini karena dalam pembuatannya terdapat berbagai model yang beragam.

b. Variabel Dependen

Definisi operasional variabel independen psikologi dalam penelitian ini adalah persepsi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yang diberikan di rumah-rumah dekat home industri mebel berkah alumunium Lumajang. Indikator dari variabel dependen keputusan pembelian dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut menurut (Kotler & Keller, 2008:184-190):

- 1) Pengenalan masalah
- 2) Pencarian informasi
- 3) Evaluasi alternatif
- 4) Keputusan pembelian
- 5) Perilaku pasca pembelian

Berdasarkan indikator tentang keputusan pembelian tersebut, maka disusun kuisioner dengan jawaban skala pengukuran, sebagai berikut:

- a) Saya membutuhkan produk alumunium untuk di pakai sebagai *furnicture* rumah.
- b) Saya mencari informasi tentang produk-produk alumunium.

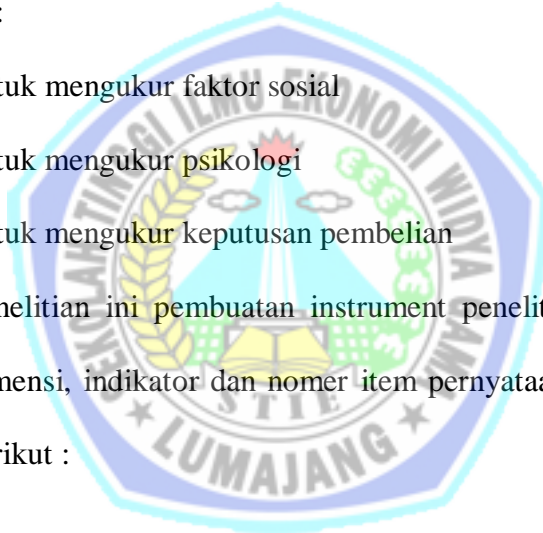
- c) Saya mengevaluasi beberapa produk alumunium.
- d) Saya memutuskan untuk membeli produk alumunium setelah mengevaluasi beberapa alternatif.
- e) Saya melakukan pembelian lagi model produk alumunium lainnya karena merasa puas dengan produk alumuium yang sebelumnya saya beli.

3.7 Instrumen Penelitian

“Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam” (Sugiyono, 2015:178). Dalam penelitian ini ada 3 instrumen, yaitu:

- a. Instrumen untuk mengukur faktor sosial
- b. Instrumen untuk mengukur psikologi
- c. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian

Dalam penelitian ini pembuatan instrument penelitian pengumpulan data dari variabel dimensi, indikator dan nomer item pernyataan yang disatukan pada tabel sebagai berikut :



Tabel 3.1

Variabel, indikator, item, Skala Pengukuran dan sumber

No	Variabel	Indikator	Item		Skala Pengukuran	Sumber
1.	Faktor Sosial (X1)	Kelompok Referensi	1	Saya menggunakan produk-produk mebel alumunium karena rekomendasi dari kelompok-kelompok dimana saya sering berinteraksi.	Ordinal	(J. Setiadi, 2013:11)
Keluarga	2	Saya menggunakan produk-produk mebel alumunium karena orang tua dan salah satu dari anggota keluarga saya menggunakannya.				
Peran dan Status	3	Saya menggunakan produk-produk mebel alumunium karena ada pengaruh dari teman-teman saya.				
2.	Psikologi (X2)	Motivasi	1	Saya menggunakan produk-produk mebel alumunium ini karena produknya sudah terpercaya hingga beberapa tahun yang lalu, maka sesuai dengan kebutuhan saya dan membuat saya merasa puas.	Ordinal	(J. Setiadi, 2013:12)
Persepsi	2	Saya menggunakan produk-produk mebel alumunium ini karena tampilan desain produk alumuniumnya lebih menarik perhatian saya dibanding produk alumunium di tempat lainnya.				
Proses Belajar	3	Saya menggunakan produk-produk mebel alumunium ini karena produk ini memberikan berbagai teknik pembuatan yang menarik (didasari dari keinginan untuk membuat sendiri).				
Kepercayaan Sikap	4	Saya menggunakan produk-produk mebel alumunium ini karena dalam pembuatannya terdapat berbagai model yang beragam.				
3.	Keputusan	Pengendalian	1	Saya membutuhkan produk alumunium untuk di pakai	Ordinal	(Kotler &

	Pembelian (Y)	Masalah		sebagai <i>furniture</i> rumah.	Keller, 2008:184-190)
		Pencarian Informasi	2	Saya mencari informasi tentang produk-produk aluminium.	
		Evaluasi Alternatif	3	Saya mengevaluasi beberapa produk aluminium.	
		Keputusan membeli	4	Saya memutuskan untuk membeli produk aluminium setelah mengevaluasi beberapa alternative.	
		Perilaku pasca pembelian	5	Saya melakukan pembelian lagi model produk aluminium lainnya karena merasa puas dengan produk aluminium yang sebelumnya saya beli.	

3.8 Teknik Analisis Data

“Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk hipotesis yang telah diajukan” (Sugiyono, 2015:238).

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuisioner perlu dilakukan pengujian validitas dan reabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbatas dari multikolinieritas (*multicolonearity*) dan heterokesiditas (*Heterokedicity*).

3.8.1 Pengujian Instrumen

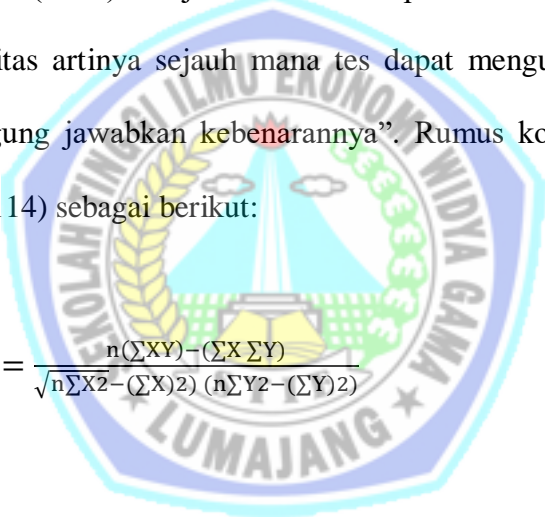
Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reabilitas terhadap kuisioner yang digunakan untuk menjaring data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh

kuisisioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bias dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

3.8.1.1 Pengujian Validitas

“Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian”(Sugiyono, 2015:430).

singarimbun (1989) “Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuisisioner. Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya”. Rumus korelasi *product momen* (Sunyoto, 2014:114) sebagai berikut:


$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{n\sum X^2 - (\sum X)^2} (n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan

X = Variabel bebas

Y = Variabel Terikat

“Analisa faktor dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya dari 0,3 keatas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid” (Sugiyono, 2012:178).

3.8.1.2 Pengujian reabilitas

Susan Stainback (1988) menyatakan bahwa “*reability is often defined as the consistency and stability of data or findings. From a positivistic perspective, reability typically is consired to be synonymous with the consistency of data produced by observations made different researchers (eg interarter reability), by the same researcher at different times (e.g test restest), or by splitting a data set in two parts (split half)*”. Reabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistic (kuantitatif), suatu data dinyatakan realibel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda (Sugiyono, 2015:431).

Menurut (Nugroho, 2011:33) uji reabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks criteria reabilitas dibedakan dalam tabel berikut:

Tabel 3.2
Indeks Kriteria Reabilitas

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

3.8.1.3 Pengujian Asumsi Regresi Linier Berganda

Penelitian yang menggunakan alat analisa regresi dan korelasi berganda harus mengenali asumsi-asumsi yang mendasarinya. Apabila asumsi-asumsi dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin berbeda dari kenyataan (biasa).

Menurut (Atmaja, 2009:184) menyatakan bahwa asumsi-asumsi tentang regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel bebas dan variabel dependen memiliki hubungan linear (garis lurus).
- 2) Variabel dependen harus kontinyu dan setidaknya berupa skala interval. Variasi dari perbedaan antara actual dan nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi Y. Artinya nilai $(Y-Y')$ harus sama untuk semua nilai Y' . Jika

- hsl ini terjadi, perbedaan menurut 'homoscedasticity'. Selain itu, nilai residual atau $(Y - Y')$ harus berdistribusi secara normal dengan rata-rata nol.
- 3) Nilai observasi yang berurutan dari variabel dependen harus tidak berhubungan (tidak berkorelasi) pelanggaran terhadap asumsi disebut "autocorrelation" atau otokorelasi. Otokorelasi sering terjadi jika data dikumpulkan pada suatu periode waktu (time series data).
 - 4) Variabel independen tidak boleh berkorelasi dengan variabel independen lain dalam model. Jika variabel-variabel independen berkorelasi tinggi (positif maupun negatif), disebut "*multicollinearity*".

3.8.1.4 Pengujian Normalitas Data

"Uji normalitas data merupakan distribusi data yang akan dianalisis apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik (Lupiyodi & Ikhsan, 2015:134).

"Uji normalitas dengan MicroTSP dilakukan dengan mengamati histogram atas nilai residual dan statistic Jarque-Bera. Histogram memperlihatkan distribusi frekuensi data yang diamati. Statistik JB digunakan untuk menguji apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak" (Kuncoro, 2007:94).

3.8.1.5 Pengujian Multikolinieritas

"Uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi" (Umar, 2011:177).

Menurut (Umar, 2011:140-141) menyatakan bahwa :

- 1) Korelasi yang tinggi memberikan petunjuk adanya kolinearitas, tetapi, sebaliknya yakni adanya kolinearitas mengakibatkan korelasi yang tinggi. Kolinearitas dapat saja walau korelasi dalam keadaan rendah.
- 2) Dianjurkan untuk melihat konsisten korelasi parsial. Jika R^2 sangat tinggi tapi masing-masing r^2 parsialnya rendah memberikan petunjuk bahwa variabel-variabel bebas mempunyai korelasi yang tinggi dan paling sedikit satu diantaranya berlebihan. Tetapi dapat saja R^2 tinggi dan masing-masing r^2 juga tinggi sehingga tak ada jaminan terjadi adanya multikolinieritas.

3.8.1.6 Pengujian Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas sementara itu untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Umar, 2011:179).

Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas. Menurut (Kuncoro, 2007:96). heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki *variant* yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Gejala heteroskedastisitas lebih sering dijumpai dalam data silang tempat daripada runtun waktu. Pada asumsi ini mengharuskan bahwa nilai sisa yang merupakan variabel pengganggu pada masing-masing variabel selalu konstan atau tidak berubah.

- 1) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik (point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika ada pola yang jelas serta titik yang melebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.1.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan lanjutan dari regresi linier sederhana, ketika regresi linier sederhana hanya menyediakan satu variabel independen (X) dan satu juga variabel dependen (Y). Oleh karena itu, disini regresi linier berganda untuk menutupi kelemahan regresi linier sederhana ketika terdapat lebih dari satu variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y)“(Kurniawan & Yuniarto, 2016:5).

Dalam analisis regresi selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan *arah hubungan* antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random/stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilistic. Variabel bebas diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang) (Kuncoro, 2007:77).

“Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau variabel lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilai). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2” (Sugiyono, 2012:277).

3.8.2 Pengujian Hipotesis

“Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang didasarkan pada bukti sampel dan teori probabilitas yang digunakan untuk menentukan apakah suatu hipotesis adalah pernyataan yang beralasan atau tidak beralasan”(Atmaja, 2009:111).

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antar variabel independen (faktor sosial, psikologi) terhadap variabel dependen pengambilan keputusan pembelian, baik secara parsial maupun secara simultan. Serta manakah diantara variabel independen yang mempunyai dominan terhadap variabel dependen.

3.8.2.1 Uji t (Uji Parsial)

“Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel independen (Faktor sosial dan psikologi) secara parsial terhadap variabel dependen (keputusan pembelian)” (Sunyoto, 2014:118). Adapun langkah-langkah hipotesis sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

1) Hipotesis pertama

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan faktor sosial dalam melakukan keputusan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan faktor sosial dalam melakukan keputusan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang.

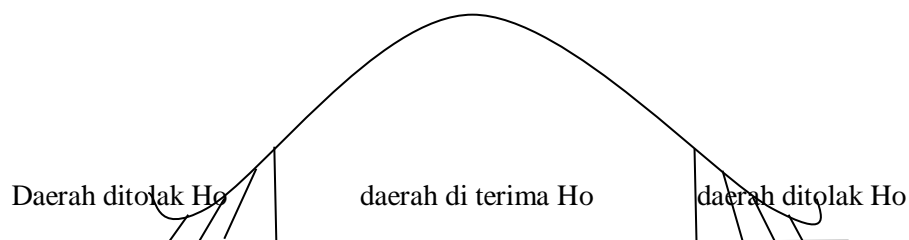
2) Hipotesis Kedua

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan psikologi dalam melakukan keputusan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang .

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan psikologi dalam melakukan keputusan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang .

b. Menentukan *level of signifikan* dengan $\alpha=5\%$

Menentukan kriteria pengujian:



Gambar 3.1 Kriteria Pengujian t

Sumber : (Sugiyono, 2015:259)

Jika - $t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

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

c. Menentukan nilai t_{hitung} dengan rumus :

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

d. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} .

3.8.2.2 Uji F (Uji Simultan)

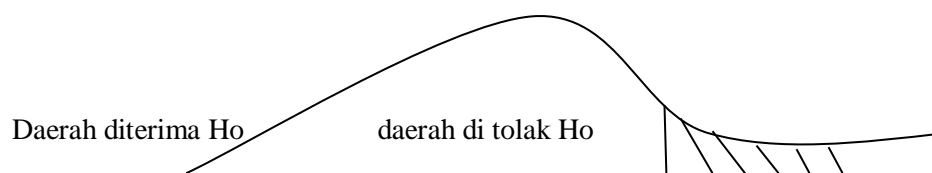
Menurut (Sunyoto, 2014:119) “uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama”, yaitu menggunakan F hitung dengan langkah-langkah sebagai berikut:

3) Hipotesis Ketiga

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan faktor sosial, psikologi dalam melakukan keputusan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan faktor sosial, psikologi dalam melakukan keputusan pembelian produk mebel alumunium pada *home* industri berkah alumunium Lumajang.

Adapun kriteria pengujiannya adalah :



Gambar 3.2 Kriteria Pengujian F

Sumber : (Sugiyono, 2015:262)

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka Ho ditolak dan Ha diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka Ho diterima dan Ha ditolak

3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1(satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang tempat relative rendah adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Kuncoro, 2007:84).

“untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai *R Square*”(Santoso, 2012:355). Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase.



