

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 1.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan keseluruhan prosedur perencanaan dan pelaksanaan penelitian yang meliputi pula prosedur pengumpulan data dan pengolahan data yang telah ditentukan dalam pelaksanaan suatu penelitian seseorang. Peneliti harus menyusun rancangan penelitian yang disesuaikan dengan jenis dan tujuan penelitian. Sesuai dengan tujuan penelitian dan sifat masalah yang akan diteliti, maka penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal.

“Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab dan akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi)” (Sugiyono, 2008:37). “Desain penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*) yaitu menjelaskan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya” (Umar, 2008:166).

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel Suasana Toko, Keragaman Produk, dan Persepsi Harga terhadap variabel dependen yaitu 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, simultan dan dominan antara variabel independen (X) yaitu Suasana Toko ( $X_1$ ), Keragaman Produk

( $X_2$ ), dan Persepsi Harga ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen (Y), yaitu keputusan pembelian.

## 1.2 Obyek Penelitian

Lokasi penelitian ini berada pada koperasi karyawan mustikatama di Lumajang. Obyek yang dipilih dalam penelitian variabel independen ini adalah suasana toko ( $X_1$ ), keragaman produk ( $X_2$ ), dan persepsi harga ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) pada koperasi karyawan mustikatama di Lumajang.

## 1.3 Sumber Dan Jenis Data

### 3.3.1 Sumber Data

Data adalah “informasi yang dihasilkan oleh riset pemasaran merupakan hasil akhir proses pengolahan selama berlangsungnya riset. Informasi pada dasarnya berujung awal dari bahan mentah yang disebut data sehingga sering juga disebut sebagai data mentah (*raw data*)” (Istijanto, 2009:35).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data eksternal. Sumber data eksternal adalah menurut Suryani dan Hendryadi (2015:171) “Sumber data Eksternal merupakan data yang menggambarkan keadaan atau kegiatan di luar sebuah organisasi”.

### 1.3.2 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Data Primer menurut Suryani dan Hendryadi (2015:171). “Data primer merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya”.

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu pembeli pada KKMT di Lumajang.

## **1.4 Populasi Dan Teknik Pengambilan Sample**

### **1.4.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2015:119) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah pembeli pada koperasi karyawan mustikatama di Lumajang periode Bulan Maret sampai Mei 2018.

### **1.4.2 Teknik Pengambilan Sampel**

Menurut Sugiyono (2012:116) menyatakan bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel dalam penelitian ini adalah pembeli pada koperasi karyawan mustikatama di Lumajang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *Probability Sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Simple Random Sampling*, menurut Sugiyono (2012:118) menyatakan bahwa “*Simple Random Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”.

Menurut Sugiyono (2012:129) bahwa: Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe dalam bukunya *Research Methods For Business* (1982:253) seperti yang dikutip dalam 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 melakukann analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 4 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel adalah  $10 \times 4 = 40$
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 40.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 3 (tiga) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil  $10 \times 4$  variabel = 40 anggota sampel.

#### **d.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **d.5.1 Survey**

Menurut Sanusi (2011:105) “survey adalah cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun secara tertulis”. *Survey* terbagi menjadi dua yaitu:

##### **3.5.1.1 Wawancara**

Wawancara menurut Sugiyono (2015:188) adalah “Teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan

pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai”.

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kasir, *manajer*, dan pembeli pada KKMT di Lumajang.

### 3.5.1.2 Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data di mana partisipan/responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuisisioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku dari responden. Dalam kata lain, para peneliti dapat melakukan pengukuran bermacam-macam karakteristik dengan menggunakan kuisisioner (Sugiyono, 2015:192).

Teknik skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*.

Menurut Istijanto (2009:90) menyatakan skala *likert* digunakan untuk meminta responden menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuannya terhadap serangkaian pernyataan tentang suatu obyek. Skala *likert* banyak digunakan dalam riset-riset pemasaran yang menggunakan metode survey dan dapat dikategorikan sebagai skala interval. Dan pemberian skor berdasarkan skala *likert* ini sebagai berikut:

a. SS	=	Sangat Setuju	diberi skor	5
b. ST	=	Setuju	diberi skor	4
c. RG	=	Ragu-Ragu	diberi skor	3
d. TS	=	Tidak Setuju	diberi skor	2
e. STS	=	Sangat Tidak Setuju	diberi skor	1

### d.d.2 Observasi

Menurut Sugiyono (2015:196) Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai cirri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuisisioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas dengan orang, tetapi juga

obyek-obyek alam yang lain. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara datang langsung ke tempat penelitian.

Observasi yang dilakukan oleh penelitian ini adalah dengan mengamati secara langsung pembeli pada KKMT di Lumajang.

### **3.5.3 Dokumentasi**

Menurut Sugiyono (2012:422) “Dokumentasi adalah “catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang”.

Dalam penelitian ini teknik dokumentasi dengan cara mengumpulkan, mencatat, mempelajari, dan mengkopi dokumen-dokumen berupa data pada KKMT di Lumajang.

### **3.5.4 Studi Pustaka**

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian dengan cara membaca literature-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Untuk memperoleh teori-teori yang mendukung penelitian ini, peneliti melakukan kepustakaan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang pengaruh suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada KKMT di Lumajang.

### **d.6 Variabel Penelitian**

### 3.6.1 Identifikasi Variabel

Menurut Sugiyono (2015:63) menyatakan bahwa “variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 (dua) variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian terdiri dari 3 (tiga) variabel independen (X) yaitu suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga sedangkan variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

#### **Variabel Independen**

Menurut Sugiyono (2015:64) “Variabel independen dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).”

Variabel independen dilambangkan dengan (X) ini memiliki pengaruh positif maupun negatif terhadap variabel dependen (Y). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel Independenya adalah :

1. Pengaruh Suasana Toko ( $X_1$ ).
2. Pengaruh Keragaman Produk ( $X_2$ ).
3. Pengaruh Persepsi Harga ( $X_3$ ).

#### **Variabel Dependen**

Menurut Sugiyono (2015:64) “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.

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

### **3 Definisi Konseptual Variabel**

#### **3 Suasana Toko (X<sub>1</sub>)**

Suasana toko (*store atmosphere*) adalah “suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik pelanggan untuk membeli” (Kotler & Keller, 2007:177).

#### **3.6.2.2 Keragaman Produk (X<sub>2</sub>)**

Keragaman produk adalah “kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu” (Kotler & Keller, 2009:15).

#### **3.6.2.3 Persepsi Harga (X<sub>3</sub>)**

Harga merupakan “penentuan dari suatu produk yang merupakan titik pertemuan dari produk yang ditawarkan dengan permintaan akan produk yang dimaksud” (Amirullah & Hardjanto, 2005:145).

Harga adalah “jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk dan jasa, atau jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau



menggunakan produk dan jasa” (Kotler & Amstrong, 1996 dalam Amirullah & Hardjanto, 2005:145).

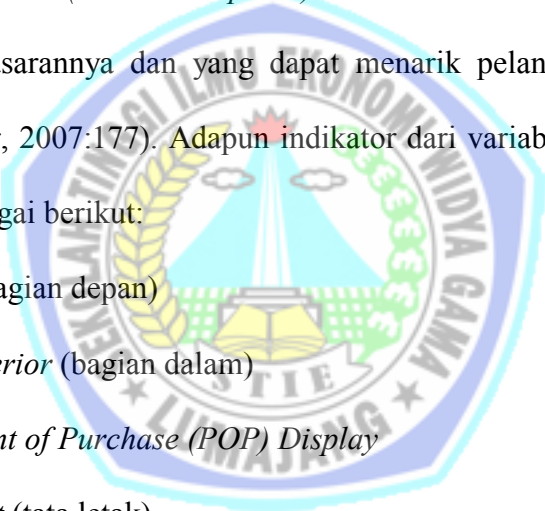
#### **3.6.2.4 Keputusan Pembelian (Y)**

Menurut Kotler dan Keller (2009:188) menyatakan bahwa “keputusan pembelian adalah preferensi konsumen atau merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan dan niat konsumen untuk membeli merek yang paling disukai”.

#### **3.6.3 Definisi Operasional Variabel**

##### **3.6.3.1 Suasana Toko (X<sub>1</sub>)**

Suasana toko (*store atmosphere*) adalah “suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik pelanggan untuk membeli” (Kotler & Keller, 2007:177). Adapun indikator dari variabel independen suasana toko adalah sebagai berikut:

- 
- a) *Eksterior* (bagian depan)
  - b) *General Interior* (bagian dalam)
  - c) *Interior Point of Purchase (POP) Display*
  - d) *Store Layout* (tata letak)

(Berman and Revans, 1998:552 dalam Alma, 2011:60).

Berdasarkan indikator-indikator tentang suasana toko dalam penelitian ini, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala likert adalah:

- a) Papan nama pada KKMT di Lumajang terlihat jelas.
- b) Pintu masuk pada KKMT di Lumajang yang cukup sehingga memudahkan akses masuk ke dalam.
- c) KKMT di Lumajang memiliki fasilitas parkir.

- d) KKMT di Lumajang menyediakan gerai untuk bersantai.
- e) Kondisi ruangan pada KKMT di Lumajang selalu bersih.
- f) Aroma ruangan pada KKMT di Lumajang harum.
- g) Karyawan pada KKMT di Lumajang ramah.
- h) Pemasangan tanda petunjuk atau informasi mengenai kategorisasi barang misalnya harga pada KKMT di Lumajang memudahkan saya dalam mencari produk yang saya inginkan.
- i) Sistem penataan barang atau produk pada KKMT di Lumajang rapi.
- j) Jarak antar rak mendukung kelancaran melintas pengunjung pada KKMT di Lumajang.
- k) Terdapat rak yang tidak begitu tinggi pada KKMT di Lumajang sehingga memudahkan saya untuk mengambil produk yang saya inginkan.
- l) KKMT di Lumajang menyediakan fasilitas keranjang belanja memudahkan saya membawa beberapa produk.

### **3.6.3.2 Keragaman Produk (X<sub>2</sub>)**

Keragaman produk adalah “kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu” (Kotler & Keller, 2009:15).

Beberapa indikator dari variabel independen keragaman produk adalah sebagai berikut:

- a) Kelengkapan produk
- b) Merek produk

- c) Variasi ukuran produk
- d) Variasi kualitas produk

(Kotler & Keller, 2007:15).

Berdasarkan indikator-indikator tentang keragaman produk dalam penelitian ini, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala likert adalah:

- a) Jenis produk yang disediakan pada KKMT di Lumajang cukup lengkap.
- b) Jenis merek produk yang disediakan pada KKMT di Lumajang bervariasi.
- c) Pilihan ukuran produk yang ditampilkan pada KKMT di Lumajang bervariasi.
- d) Kualitas produk yang disediakan pada KKMT di Lumajang sesuai dengan keinginan konsumen.



### 3.6.3.3 Persepsi Harga (X<sub>3</sub>)

Harga merupakan “penentuan dari suatu produk yang merupakan titik pertemuan dari produk yang ditawarkan dengan permintaan akan produk yang dimaksud” (Amirullah & Hardjanto, 2005:145).

Harga adalah “jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk dan jasa, atau jumlah dari nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau

menggunakan produk dan jasa” (Kotler & Amstrong, 1996 dalam Amirullah & Hardjanto, 2005:145).

Beberapa indikator dari variabel independen persepsi harga adalah sebagai berikut:

- a) Keterjangkauan harga produk
- b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c) Kesesuaian harga dengan manfaat

(Harjati, 2015:68).

Berdasarkan indikator-indikator tentang persepsi harga dalam penelitian ini, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala likert adalah:

- a) Harga produk yang disediakan pada KKMT di Lumajang sangat terjangkau.
- b) Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk.
- c) Harga yang ditetapkan mengandung kesesuaian antara manfaat dengan kualitasnya, dan perbandingan harga dengan produk.

Variabel independen atau variabel terikat (Y) adalah yang menjadi pusat perhatian utama dalam penelitian. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

#### **3.6.3.4 Keputusan Pembelian (Y)**

Menurut Kotler dan Keller (2008:240) menyatakan bahwa “keputusan pembelian adalah preferensi konsumen atau merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan dan niat konsumen untuk membeli merek yang paling disukai”.

Beberapa indikator dari variabel independen keragaman produk adalah sebagai berikut:

- a) Pengenalan masalah
- b) Pencarian informasi
- c) Evaluasi alternatif
- d) Keputusan pembelian
- e) Perilaku pasca pembelian

(Kotler & Keller, 2009:184-190).

Berdasarkan indikator-indikator tentang keputusan pembelian dalam penelitian ini, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala likert adalah:

- a) Saya memutuskan untuk berbelanja pada KKMT di Lumajang karena sesuai kebutuhan saya.
- b) Saya memperoleh informasi mengenai KKMT di Lumajang dari keluarga, teman atau orang lain.
- c) Saya memilih KKMT di Lumajang sebagai alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan.
- d) Saya memutuskan membeli produk pada KKMT di Lumajang.
- e) Saya merasa puas setelah membeli beberapa produk pada KKMT di Lumajang.
- f) Jika saya akan membeli beberapa produk akan datang lagi ke KKMT di Lumajang.

### **3.7 Instrumen Penelitian**

Menurut Sugiyono (2015:148) menyatakan bahwa “instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik fenomena ini disebut variabel penelitian”.

Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator variabel dan selanjutnya instrumen penelitian dan skala pengukurannya disajikan dalam tabel sebagai berikut :

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

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Suasana toko (X <sub>1</sub> )	<p>1.1 <i>Eksterior</i> (bagian depan):</p> <p>a. Papan nama</p> <p>b. Pintu masuk</p> <p>c. Menyediakan gerai</p> <p>d. Fasilitas parkir</p> <p>1.2 <i>Interior</i> (bagian dalam):</p> <p>a. kondisi ruangan</p> <p>b. Aroma ruangan</p> <p>c. Karyawan</p> <p>1.3 <i>Interior (POP) Display:</i></p> <p>a. Tanda petunjuk</p> <p>1.4 Store Layout (tata letak):</p> <p>a. Penataan</p>	<p>1.1 Papan nama pada KKMT di Lumajang jelas</p> <p>1.2 Pintu masuk pada KKMT di Lumajang cukup sehingga memudahkan akses masuk ke dalam.</p> <p>1.3 KKMT di Lumajang memiliki fasilitas parkir.</p> <p>1.4 KKMT di Lumajang menyediakan gerai untuk bersantai.</p> <p>1.5 Kondisi ruangan pada KKMT di Lumajang selalu bersih.</p> <p>1.6 Aroma ruangan pada KKMT di lumajang harum.</p> <p>1.7 Karyawan pada KKMT di Lumajang ramah.</p> <p>1.8 Pemasangan tanda</p>	<i>Ordinal</i>	Berman and Revans, 1998:552 dalam Alma, 2011:60

		<p>barang</p> <p>b. Pengaturan antar rak</p>	<p>petunjuk atau informasi mengenai kategorisasi barang misalnya harga harga pada KKMT memudahkan saya dalam mencari produk yang saya inginkan.</p> <p>1.9 Sistem penataan barang atau produk pada KKMT di Lumajang rapi</p> <p>1.10 Jarak antar rak mendukung kelancaran melintas pengunjung pada KKMT di lumajang</p> <p>1.11 Terdapat rak yang tidak begitu tinggi pada KKMT di Lumajang sehingga memudahkan saya untuk mengambil produk yang saya inginkan</p> <p>1.12 KKMT di Lumajang menyediakan fasilitas keranjang belanja memudahkan saya membawa beberapa produk</p>		
2.	Keragaman Produk (X <sub>2</sub> )	<p>2.1 Kelengkapan produk</p> <p>2.2 Merek produk</p> <p>2.3 Variasi ukuran produk</p> <p>2.4 Variasi kualitas produk.</p>	<p>2.1 Jenis produk yang disediakan pada KKMT di Lumajang cukup lengkap.</p> <p>2.2 Jenis merek produk yang disediakan pada KKMT di Lumajang bervariasi</p>	<i>Ordinal</i>	Kotler & Keller, 2007:15

			<p>2.3 Pilihan ukuran produk yang ditampilkan pada KKMT di Lumajang bervariasi.</p> <p>2.4 Kualitas produk yang disediakan pada KKMT di Lumajang sesuai dengan keinginan konsumen.</p>		
3.	Persepsi Harga (X <sub>3</sub> )	<p>3.1 Keterjangkauan harga produk</p> <p>3.2 Kesesuaian harga dengan kualitas produk</p> <p>3.3 Kesesuaian harga dengan manfaat</p>	<p>3.1 Harga produk yang disediakan pada KKMT di Lumajang sangat terjangkau.</p> <p>3.2 Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk</p> <p>3.3 Harga yang ditetapkan mengandung kesesuaian antara manfaat dengan kualitasnya, dan perbandingan harga dengan produk</p>	<i>Ordinal</i>	Harjati (2015:68)
4.	Keputusan Pembelian (Y)	<p>4.1 Pengenalan masalah.</p> <p>4.2 Pencarian informasi.</p> <p>4.3 Evaluasi alternatif</p> <p>4.4 Keputusan pembelian</p> <p>4.5 Perilaku pasca pembelian.</p>	<p>4.1 Saya memutuskan untuk berbelanja pada KKMT di Lumajang karena sesuai kebutuhan saya.</p> <p>4.2 Saya memperoleh informasi mengenai KKMT di Lumajang dari keluarga, teman atau orang lain.</p> <p>4.3 Saya memilih KKMT di Lumajang sebagai alternatif utama dalam memenuhi</p>	<i>Ordinal</i>	Kotler dan Keller (2008:240)



			kebutuhan. 4.4 Saya memutuskan membeli produk pada KKMT di Lumajang. 4.5 Saya merasa puas setelah membeli beberapa produk pada KKMT di Lumajang. 4.6 Jika saya akan membeli beberapa produk akan datang lagi ke KKMT di Lumajang.		
--	--	--	--	--	--

### 3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012:428) menyatakan bahwa Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Penelitian ini menguji pengaruh suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat statistik SPSS 16. Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar, bahwa data harus berdistribusi normal terbebas dari Multikolinearitas dan Heterokedastisitas.

#### 3.8.1 Pengujian Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangkau data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

### 3.8.1.1 Pengujian Validitas

Menurut Umar (2011:166) menyatakan bahwa “uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/ diganti karena dianggap tidak relevan”.

Langkah-langkah mengukur validitas adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan uji coba kuesioner dengan meminta 40 responden menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada. Dengan jumlah minimal 30 orang ini, distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurva normal.
- b. Siapkan tabel tabulasi jawaban.
- c. Hitung korelasi antar data pada masing-masing pernyataan dengan skor total, dengan memakai rumus korelasi *product moment*, yang rumusnya seperti berikut ini:

$$r =$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah observasi / responden

X = Skor pertanyaan

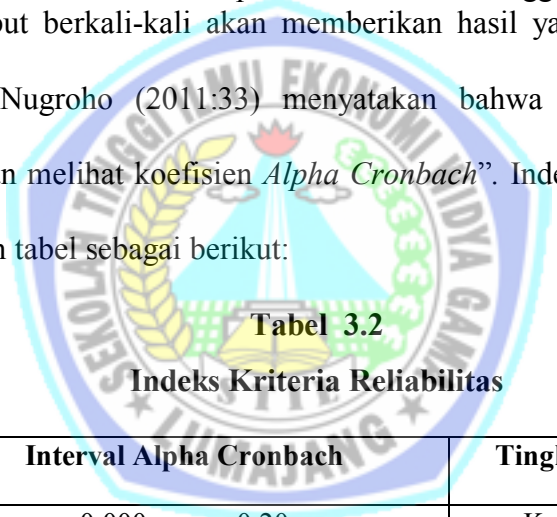
Y = Skor total

Menurut Sugiyono (2008:134) menyatakan bahwa “syarat minimum untuk suatu data kualitatif dianggap memenuhi syarat validitas apabila  $r$  minimal bernilai 0,3. Jadi jika korelasi antara butir-butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid”.

### 3.8.1.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda. Jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama pada waktu yang berlainan. Suatu kuesioner disebut mempunyai reliabilitas atau dapat dipercaya, jika kuesioner itu stabil dan dapat diandalkan sehingga karena penggunaan kuesioner tersebut berkali-kali akan memberikan hasil yang serupa (Sugiyono, 2008:137).

Menurut Nugroho (2011:33) menyatakan bahwa “uji reabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*”. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel sebagai berikut:



**Tabel 3.2**  
**Indeks Kriteria Reliabilitas**

No	Interval Alpha Cronbach	Tingkat Reliabilitas
1	0,000 – 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

Sumber Data: Nugroho (2011:33)

### 3.8.2 Pengujian Asumsi Klasik

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

- a. Variabel bebas dan variabel dependen memiliki hubungan yang linier (garis lurus).
- b. Variabel dependen harus kontinyu dan setidaknya berupa skala interval. Variasi dari perbedaan antara aktual dan nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi  $Y$ . Artinya, nilai  $(Y-Y')$  harus sama untuk semua nilai  $Y'$ . jika hal ini terjadi, perbedaan menurut "*homoscedasticity*". Selain itu, nilai residual atau  $(Y-Y')$  harus terdistribusi secara normal dengan rata-rata nol.
- c. Nilai observasi yang berurutan dari variabel dependen harus tidak berhubungan (tidak berkorelasi). Pelanggaran terhadap asumsi disebut "*autocorrelation*" atau "otokorelasi". Otokorelasi sering terjadi jika data yang dikumpulkan pada suatu periode waktu (*time series data*).
- d. Variabel independen tidak boleh berkorelasi dengan variabel dependen lain dalam model. Jika variabel-variabel independen berkorelasi tinggi (positif maupun negatif) disebut "*multicollinearity*".

### 3.8.2.1 Pengujian Normalitas Data

Menurut Umar (2008:181) menyatakan bahwa Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Menurut Santoso (2012:361) menyatakan bahwa:

Normalitas data dapat diuji dengan beberapa cara sebagai berikut:

- a. Menggunakan pengukur bentuk (*measure of shape* distribusi yang normal mempunyai bentuk yang simetris dengan nilai mean, median, dan mode yang mengumpul di satu titik tengah.
- b. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan rumus *skewness*. Untuk ini digunakan uji  $Z$  yang membutuhkan suatu nilai statistik yaitu *skewness* sebagai ukuran kemencengan sebaran. Jika *skewness* bernilai positif berarti sebaran data menceng ke kiri dan sebaliknya, jika bernilai negatif berarti sebaran data menceng ke kanan.
- c. Selanjutnya nilai  $Z$  dihitung, dibandingkan dengan nilai  $Z$  tabel tanpa memperhatikan tandanya. Jika nilai  $Z$  hitung lebih kecil dari nilai  $Z$  tabel, maka asumsi normalitas terpenuhi atau data berada dalam distribusi normal.

- d. Pengujian normalitas data dapat juga dihitung dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*.

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan cara lain yaitu dengan melihat *normal probability plot* pada output SPSS, jika nilai-nilai sebaran data terletak disekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi. Pengujian normalitas data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

### 3.8.2.2 Pengujian Multikolinieritas

Menurut Umar (2011:177) menyatakan bahwa “uji multikolinieritas untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinearitas yang harus diatasi”.

Menurut Umar (2011:140-141) menyatakan bahwa mengemukakan ada beberapa cara untuk memeriksa multikolinieritas, yaitu:

- a. Korelasi yang tinggi memberikan petunjuk adanya kolinieritas, tetapi tidak sebaliknya yakni adanya kolinieritas mengakibatkan korelasi yang tinggi. Kolinieritas dapat saja ada walau korelasi dalam keadaan rendah.
- b. Dianjurkan untuk melihat koefisien korelasi parsial. Jika  $R^2$  sangat tinggi tetapi 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 terjadinya multikolinearitas.

### 3.8.2.3 Pengujian Heteroskedastisitas

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. 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 dari pada runtun waktu. Pada asumsi ini mengharuskan bahwa nilai sisa yang merupakan variabel pengganggu pada masing-masing variabel selalu konstan atau tidak berubah.

- a. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik (*point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika ada pola yang jelas serta titik yang melebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Kuncoro, 2007: 96).

Pada penelitian ini tidak menggunakan uji Autokorelasi, karena pada penelitian ini data yang digunakan adalah data dalam satu periode dan bukan merupakan data *time series*.

### 3.8.3 Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

Menurut Kuncoro (2007:77) menyatakan bahwa “analisis regresi berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)”.

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

$$a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen yaitu keputusan pembelian

a = konstanta

b = koefisien regresi variabel independen

X<sub>1</sub> = variabel suasana toko

X<sub>2</sub> = variabel keragaman produk

X<sub>3</sub> = variabel persepsi harga

e = error

### 3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen (suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) secara parsial, simultan.

### 3.8.5 Uji t (Uji Parsial)

Menurut Lupiyoadi dan Ridho (2015:168) menyatakan bahwa: “uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat”. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian secara parsial yang diuji dengan cara signifikan.

Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

#### a. Hipotesis Pertama

H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian pada

koperasi karyawan mustikatama di Lumajang.

$H_a$  : Terdapat pengaruh suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga

secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian pada koperasi karyawan mustikatama di Lumajang.

**b. Hipotesis Kedua**

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh suasana toko, keragaman produk, dan persepsi

harga secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian pada koperasi karyawan mustikatama di Lumajang.

$H_a$  : Terdapat pengaruh suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga

secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian pada koperasi karyawan mustikatama di Lumajang.

c. Menentukan  $t_{hitung}$  dengan menetapkan level of signifikan dengan 5%, dan derajat kebesaran  $(df)_1 = (n-k-1)$

d. Menentukan nilai  $t_{hitung}$  dengan rumus:

e. Menentukan kriteria pengujian:

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.



f. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$

### 3.8.6 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Lupiyoadi dan Ridho (2015:168) “Uji F merupakan uji simultan (keseluruhan, bersama-sama) yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga secara simultan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian dengan cara uji signifikan”.

Langkah-langkahnya sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada koperasi karyawan mustikatama di Lumajang.

$H_a$  : Terdapat pengaruh suasana toko, keragaman produk, dan persepsi harga yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada koperasi karyawan mustikatama di Lumajang.

Adapun kriteria pengujiannya adalah:

Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3.8.7 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). Menurut Santoso (2012:355) menyatakan bahwa “untuk melihat koefisien

determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai *R Square*. 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”.

