

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat kausal. Menurut Sugiyono (2014:36), menyatakan bahwa “penelitian *assosiatif* adalah penelitian yang bersifat menanyakan antara dua variabel atau lebih”. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi).

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel pengaruh harga, kualitas dan keberagaman produk, terhadap 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 secara simultan antara variabel independen (X) yaitu pengaruh harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan keberagaman produk ( $X_3$ ), terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembeli.

#### **3.2 Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah perusahaan Toko Basmallah di Kunir Lumajang. Adapun pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti memilih lokasi pada Toko Basmallah di Kunir Lumajang adalah:

- a. Perkembangan produk pada Toko Basmallah yang cukup pesat sehingga mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang lainnya.

- b. Lokasi yang berada tidak jauh dari dalam kota, sehingga memudahkan dalam melakukan penelitian.
- c. Ketersedian data kondisi lokal yang mendukung untuk dilakukannya penelitian.
- d. Objek dalam penelitian ini adalah variabel independen yaitu harga, kualitas dan kebergaman produk, variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Masukan variabel Harga sebagai  $X_1$ , Kualitas Produk  $X_2$ , Keberagaman Produk  $X_3$  dan Keputusan Pembelian sebagai variabel  $Y$ .

### **d.3 Sumber Data dan Jenis Data**

#### **d.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 internal adalah sebagai berikut profil perusahaan, jumlah karyawan pada Toko Basmallah.

#### **d.3.2 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer. Data primer menurut Suryani dan Hendriyadi (2015:171), menyatakan bahwa “data primer adalah 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 Toko Basmallah di Kunir Lumajang.

#### **d.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

##### **d.4.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2013:80), menyatakan bahwa “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah masyarakat yang melakukan pembelian yang berbagai macam produk pada Toko Basmallah di Kunir Lumajang periode bulan Maret sampai Mei 2018.

##### **d.4.2 Teknik Pengambilan Sampel**

Menurut Sugiyono (2013:81), menyatakan bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel dari penelitian ini adalah sebagian masyarakat yang telah melakukan pembelian pada Toko Basmallah di Kunir Lumajang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara metode *simple randem sampling* untuk mengambil sampel. Hal tersebut dikarenakan pengambilan sampel dilakukan berdasarkan pertimbangan yang

sesuai dengan maksud penelitian. 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 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 atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 3 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel =  $10 \times 3 = 30$ .
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 30.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan 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**

### **3.5.1 Kuisoner atau Angket**

“kuisoner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya” Menurut (Sugiyono, 2013:142). Biasanya yang mengisi kuisoner adalah responden itu sendiri adakalanya si peneliti membacakan kuisoner pada responden kemudian menulis jawaban responden pada formuir kuisoner dengan wawancara terpimpin.

Teknik skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut Istijanto (2009:90), menyatakan bahwa 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 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 |

#### **e.52 Wawancara**

“Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil” (Sugiyono, 2015:224).

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pegawai Toko Basmallah di Kunir Lumajang.

#### **e.53 Dokumentasi**

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

Dalam penelitian ini teknik dokumentasi dengan cara mengumpulkan, mencatat, mempelajari dan mengcopy dokumen-dokumen berupa data pada Toko Basmallah di Kunir Lumajang.

#### **3.5.4 Observasi**

Menurut Hadi (dalam Sugiyono, 2013:145), mengemukakan bahwa “observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis”.

Dalam penelitian ini, observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah datang langsung ketempat penelitian pada Toko Basmallah di Kunir Lumajang, dengan melihat kejadian-kejadian perilaku yang terjadi pada Toko Basmallah, dan melihat, mengamati suasana dan obyek pemasaran yang ada pada Toko Basmallah di Kunir Lumajang.

Dalam penelitian ini menggunakan observasi terstruktur, karena teknik analisis datanya salah satunya menggunakan uji valid, realibilitas dan wawancara terstruktur dan angketnya bersifat tertutup.

Wawancara terstruktur adalah observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan dan dimana tempatnya. Jadi observasi terstruktur dilakukan apabila peneliti telah tahu dengan pasti tentang variabel apa yang akan diamati. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengamatan menggunakan instrumen penelitian yang telah teruji validitas dan realibilitasnya. Pedoman wawancara terstruktur atau angket tertutup dapat juga digunakan sebagai pedoman untuk melakukan observasi (Sugiyono, 2013:146).

### **e.6 Variabel Penelitian**

#### **3.6.1 Identifikasi Variabel**

Menurut Sugiyono (2013:38), menyatakan bahwa “variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini menggunakan 4 (empat) variabel terdiri dari 3 (tiga) variabel independen yaitu harga, kualitas produk, keberagaman produk dan 1 (satu) variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

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

Variabel ini sering disebut juga sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent* atau disebut dengan variabel yang bebas. “variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”(Sugiyono, 2013:39).

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ) dan Keberagaman produk ( $X_3$ ).

#### **b. Variabel Dependen**

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen atau disebut dengan variabel terikat. “variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”(Sugiyono, 2013:39).

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

#### **e.b.2 Definisi Konseptual Variabel**

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ), Keberagaman Produk ( $X_3$ ), terhadap variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Pembelian.

#### **a. Harga ( $X_1$ )**



Menurut Kotler dan Keller (2008:67), menyatakan bahwa “harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen lain menghasilkan yang disesuaikan, fitur saluran produk dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu”.

Harga juga mengkomunikasikan positioning nilai yang dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar. Produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar.

**b. Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)**

Menurut Kotler dan Keller (2008:143), mengemukakan bahwa “kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang ditanyakan atau tersirat”. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Akan tetapi suatu produk dengan penampilan terbaik atau bahkan dengan tampilan lebih baik bukanlah merupakan produk dengan kualitas tertinggi jika tampilannya bukanlah yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pasar.

**c. Keberagaman Produk (X<sub>3</sub>)**

Menurut Kotler dan Keller (2009:15), menyatakan bahwa “keberagaman produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu”

**d. Keputusan Pembelian (Y)**

Menurut Sunyoto (2015:115) menyatakan keputusan pembelian adalah “setiap orang yang melakukan pembelian dengan harapan tertentu mengenai apa



yang akan dilakukan oleh produk atau bersangkutan ketika akan digunakan, dan kepuasan merupakan hasil yang diharapkan”.

Keputusan pembelian adalah “suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif, Sciffman dan Kanuk (dalam Sumarwan, 2011:357).

### **d.b.3 Definisi Operasioanal Variabel**

#### **a. Harga (X1)**

Menurut Kotler dan Keller (2008:67) menyatakan bahwa”harga adalah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan elemen lain menghasilkan biaya. Mungkin harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran yang disesuaikan, fitur saluran produk dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu. Harga juga mengkomunikasikan *positioning* nilai yang dimaksudkan dari produk atau merek perusahaan ke pasar”.Produk yang dirancang dan dipasarkan dengan baik dapat dijual dengan harga tinggi dan menghasilkan laba yang besar. Adapun indikator dari variabel harga adalah:

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Kesesuaian harga dengan manfaat

(Harjati, 2015:68)

Berdasarkan indikator tentang harga tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala *likert*, sebagai berikut:

- a) Harga produk yang disediakan pada Toko Basmallah di Kunir Lumajang sangat terjangkau.

- b) Harga yang diberikan pada Toko Basmallah sesuai dengan kualitas produk.
- c) Harga yang ditetapkan mengandung kesesuaian antara dengan kualitasnya, dan perbandingan harga dengan produk.

**a. Kualitas Produk (X2)**

Dalam penelitian ini kualitas produk yang dimaksud adalah untuk menjanging pendapat responden yang pernah merasakan produk pada Toko Basmallah. Adapun indikator kualitas produk menurut (Wahyuni dkk, 2015:11) ini adalah sebagai berikut:

- 1) Kinerja (*Performance*)
- 2) Ciri-ciri Produk/fitur (*Features*)
- 3) Keandalan (*Reliability*)
- 4) Kesesuaian dan Spesifikasi (*Conformance to Specification*)
- 5) Daya Tahan (*Durability*)

Untuk menjanging pendapat reponden tentang produk maka dibuat dan disebarakan kuesioner yang disusun dalam skala *likert* sebagai berikut:

- a) Produk pada Toko Basmallah dapat digunakan sebagai investasi jangka pendek maupun jangka panjang
- b) Produk yang dijual pada Toko Basmallah bervariasi
- c) Produk yang dijual pada Toko Basmallah terjamin tidak mudah rusak
- d) Produk yang dijual pada Toko Basmallah sesuai dengan kebutuhan masyarakat
- e) Produk yang dijual pada Toko Basmallah memiliki daya tahan / masa pakai jangka panjang.

**b. Keberagaman Produk (X3)**

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

Berdasarkan indikator dari variabel independen keberagaman produk adalah sebagai berikut:

- 1) Kelengkapan produk
- 2) Merek produk
- 3) Variasi ukuran produk
- 4) Variasi kualitas produk

(Kotler & Keller, 2007:15) Berdasarkan indikator-indikator tentang keberagaman produk dalam penelitian ini, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam *likert* adalah:

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

#### **d. Keputusan Pembelian (Y)**

Yang dimaksud “keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan” (Kotler dan Keller, 2008:240).

Adapun indikator yang digunakan untuk keputusan pembelian ini merujuk pada tahapan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen (Setiadi,2013:16), yaitu:

- 1) Pengenalan masalah
- 2) Pencarian informasi
- 3) Evaluasi alternative
- 4) Keputusan membeli
- 5) Perilaku sesudah membeli

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

- a) Saya membeli produk pada Toko Basmallah untuk kebutuhan sehari-hari.
- b) Saya mencari informasi dari sumber-sumber yang berkaitan sebelum saya memutuskan untuk membeli produk pada Toko Basmallah.
- c) Saya memilih Toko Basmallah di Kunir Lumajang sebagai alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan.
- d) Saya memutuskan untuk membeli produk pada Toko Basmallah.
- e) Jika saya akan membeli produk, akan datang lagi pada Toko Basmallah di Kunir Lumajang.

### **3.7 Instrumen Penelitian**

Pada dasarnya prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi “instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”(Sugiyono, 2013:102). Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.

Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel, jadi

instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel. Hal ini tidak berarti bahwa dengan menggunakan instrumen yang telah teruji validitas dan realibilitasnya, otomatis hasil (data) penelitian menjadi valid dan reliabel. Hal ini masih dipengaruhi oleh kondisi obyek yang diteliti, dan kemampuan orang yang menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data.

Menyusun instrumen untuk kegiatan penelitian merupakan langkah terpenting yang harus dipahami benar-benar peneliti. Langkah-langkah menyusun instrumen penelitian:

- a. Mengidentifikasi variabel-variabel dalam rumusan judul penelitian.
- b. Menjabarkan variabel tersebut menjadi sub variabel/dimensi.
- c. Mencari indikator atau aspek setiap sub variabel.
- d. Menderetkan deskriptor dari setiap indikator.
- e. Merumuskan setiap descriptor menjadi butir-butir instrumen.
- f. Melengkapi instrumen dengan deskriptor menjadi butir-butir instrumen.

Untuk mengukur variabel dalam penelitian ini agar tidak terjadi kesalahan dalam menentukan analisis data dan langkah penelitian selanjutnya menggunakan skala *likert*.

Dalam penelitian ini pembuatan instrumen pengumpulan data dari variabel, dimensi, indikator dan omer item pernyataan yang disatukan pada tabel.

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

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber

1.	Harga (X <sub>1</sub> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Keterjangkauan harga</li> <li>b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>c. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Harga produk yang disediakan pada Toko Basmallah di Kunir Lumajang sangat terjangkau</li> <li>b. Harga yang diberikan pada Toko Basmallah sesuai dengan kualitas produk</li> <li>c. Harga yang ditetapkan mengandung kesesuaian antara dengan kualitasnya, dan perbandingan harga dengan produk</li> </ul>	<i>Ordinal</i>	Harjati, 2015:68
2.	Kualitas Produk(X <sub>2</sub> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kinerja (<i>Performance</i>)</li> <li>b. Ciri-ciri Produk/Fitur (<i>Feature</i>)</li> <li>c. Kehandalan (<i>Reliability</i>)</li> <li>d. Kesesuaian dan Spesifikasi (<i>Conformancet oSpecification</i>)</li> <li>e. Daya Tahan (<i>Durability</i>)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Produk pada Toko Basmallah dapat digunakan investasi jangka pendek maupun jangka panjang</li> <li>b. Produk yang dijual pada Toko Basmallah bervariasi</li> <li>c. Produk yang dijual pada Toko Basmallah terjamin tidak mudah rusak</li> <li>d. Produk yang dijual pada Toko Basmallah sesuai dengan kebutuhan masyarakat</li> <li>e. Produk yang dijual pada Toko Basmallah memiliki daya tahan / masa pakai jangka panjang</li> </ul>	<i>Ordinal</i>	Wahyuni dkk, 2015:11

3.	Keberagaman Produk (X <sub>3</sub> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Kelengkapan Produk</li> <li>b. Merek produk</li> <li>c. Variasi ukuran produk</li> <li>d. Variasi kualitas produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Jenis produk yang disediakan pada Toko Basmallah di Kunir Lumajang cukup lengkap</li> <li>b. Jenis merek produk yang disediakan pada Toko Basmallah bervariasi</li> <li>c. Pilihan ukuran produk yang ditampilkan pada Toko Basmallah bervariasi</li> <li>d. Kualitas produk yang disediakan pada Toko Basmallah sesuai dengan keinginan pembeli</li> </ul>	<i>Ordinal</i>	Kloter & Keller, 2009:15
4.	Keputusan Pembelian (Y)	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pengenalan Masalah</li> <li>b. Pencarian Informasi</li> <li>c. Evaluasi Alternatif</li> <li>d. Keputusan Membeli</li> <li>e. Perilaku Sesudah Membeli</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Saya membeli produk pada Toko Basmallah di Kunir Lumajang untuk kebutuhan sehari-hari</li> <li>b. Saya mencari informasi dari sumber-sumber yang berkaitan sebelum saya memutuskan untuk membeli pada Toko Basmallah</li> <li>c. Saya memilih Toko Basmallah sebagai alternatif utama dalam memenuhi kebutuhan</li> <li>d. Saya memutuskan untuk membeli produk pada Toko Basmallah di Kunir Lumajang</li> <li>e. Jika saya akan membeli beberapa produk, akan datang lagi ke Toko Basmallah di Kunir Lumajang</li> </ul>	<i>Ordinal</i>	Cannon, Perreault dan McCharty, 2008:70

### 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 kedalam 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.

Taknik analisis data dalam penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda yang diuji dengan menggunakan alat statistik SPSS. Penelitian ini menguji pengaruh harga, kualitas produk, dan keberagaman produk terhadap keputusan pembelian. Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuisioner perlu dilakukan uji validitas dan realibilitas selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa dan harus berdistribusi normal, terbebas dari multikolinieritas dan heterokedastisitas.

### **3.8.1 Penguji Instrumen Penelitian**

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan realibilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjanging 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 Sugiyono (2011:166) menyatakan bahwa uji validitas berguna untuk mengetahui apakah data pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relavan.

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.

Untuk menguji validitas data yang digunakan dalam penelitian ini, digunakan pengolahan data melalui SPSS (*Statistic Product and Service Solutions*) dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* (Umar, 2008:84) sebagai berikut:

$$r =$$

keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah observasi/ responden

X = Skor pertanyaan

Y = Skor total

Menurut Sugiyono (2008:134) “syarat minimum untuk suatu data kualitatif dianggap memenuhi syarat validitas apabila r minimal bernilai 0,3. Jadi jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen 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 subyek yang sama pada waktu yang berlainan. Suatu kuesioner disebut mempunyai reliabilitas atau dapat dipercaya, jika kuesioner itu stabil dan dapat diandalkan sehingga penggunaan kuesioner tersebut berkali-kali akan memberikan hasil yang serupa (Sugiyono, 2008:137).

Menurut Nugroho (2011:33) menyatakan bahwa “uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien Alpha *Cronbach*”. Indeks kriteria dapat dilakukan 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 kontinu 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 "*otokorelasi*". *Otokorelasi* sering terjadi jika data yang dikumpulkan pada suatu periode waktu (*time series data*).
- d. Variabel independen tidak boleh berkorelasi dengan variabel independen 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, metode regresi memenuhi asumsi normalitas.

Menurut Santosa (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 disatu titik tengah.
- b. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan rumus *skewness*. Untuk ini digunakan uji Z yang membutuhkan suatu nilai statistic 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. Selajutnya 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 baerada dalam distribusi normal.
- d. Pengujian normalitas dapat juga dihitung dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*.

Uji normalitas juga dapat dilalukakan 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. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari gars diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas (Santoso, 2012:36).

### 3.8.2.2 Pengujian Multikolinieritas

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

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

1. 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.
2. Dianjurkan untuk melihat koefisien korelasi parsial. Jika  $R^2$  sangat tinggi tetapi masing-masing  $r^2$  parsialnya rendah memberikan petunjuk bahwa 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 multikolinieritas.

### 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 heteroskedastisitas, 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-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.8.3. Analisis 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 jumlah variabel independen minimal dua (Sugiyono, 2012:277). Persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = variabel dependen yaitu keputusan pembelian
- a = konstanta
- b = koefisien regresi variabel independen
- X<sub>1</sub> = variabel harga
- X<sub>2</sub> = variabel kualitas produk
- X<sub>3</sub> = variabel keberagaman produk
- 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 (harga, kualitas produk dan keberagaman produk) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) secara parsial, simultan.

#### 3.8.4.1. 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 harga, kualitas produk, dan keberagaman produk terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian secara parsial yang diuji dengan cara signifikan. Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

##### a. Hipotesis Pertama

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh harga, kualitas dan keberagaman produk secara

parsial signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Basmallah di Kunir Lumajang.

$H_a$  : Terdapat pengaruh harga, kualitas dan keberagaman produk secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Basmallah di Kunir Lumajang.

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



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

d. Menentukan criteria 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

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

#### 3.8.4.2. Uji F (Uji Simultan)

Menurut Lupiyodi dan Ridho (2015:168) menyatakan bahwa “uji F merupakan uji simultan (keseluruhan, bersama-sama) yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu pengaruh harga, kualitas produk, dan keberagaman produk secara simultan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian dengan cara uji signifikan.

Langkah-langkah sebagai berikut:

##### a. Hipotesis Kedua

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh harga, kualitas dan keberagaman produk secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Basmallah di Kunir Lumajang.

$H_a$  : Terdapat pengaruh harga, kualitas dan keberagaman produk secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Basmallah di Kunir Lumajang.

Adapun kriteria pengujiannya adalah:

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

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

### 3.9. 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 detreminasi ( $R^2$ ) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase”.

