

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. “Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kausal, dimana hubungan yang diteliti bersifat sebab akibat” (Sugiyono, 2008:36). “Setelah hipotesis dikembangkan, dilanjutkan dengan membuat desain penelitian untuk dapat menguji hipotesis yang telah dibuat. Membuat desain penelitian akan meliputi kegiatan menentukan: jenis penelitian, unit analisis, dimensi waktu, metode pengumpulan data, pengukuran, dan kekuatan pengujian”. Gendro Wiyono (2011:51).

Untuk menganalisis variabel independent (X) yang terdiri dari variabel differensiasi produk dan citra merek, serta pengambilan 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 differensiasi produk (X_1) dan citra merek (X_2) terhadap variabel dependen (Y) yaitu pengambilan keputusan pembelian.

3.2. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah konsumen di Kecamatan Lumajang, dengan pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti memilih Lokasi toko (*Outlet*) konsumen di Kecamatan Lumajang adalah:

- a. Lokasi obyek penelitian berada di toko (*Outlet*) yang menjual mie instan dalam kemasan merek Sedaap dari PT. Tekad Karya Putra Lumajang, sehingga memudahkan peneliti melakukan penelitian.
- b. Perkembangan mie instan merek Sedaap cukup pesat sehingga mampu bersaing dengan mie instan merek lainnya.
- c. Ketersediaan data dan kondisi obyek yang memungkinkan untuk dilakukan penelitian.

Obyek penelitiannya differensiasi produk (X_1) dan citra merek (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

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” (Istijanto, 2010:34).

Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari PT. Tekad Karya Putra Cabang Lumajang berupa data jumlah agen-agen yang menjual mie instan merek sedaap, profil perusahaan, dasar hukum pendirian dan surat perijinan.

3.3.1.2 Data Eksternal

“Jenis data kedua yang telah tersedia karena dikumpulkan pihak lain”.
(Istijanto, 2010:35).

Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini adalah data konsumen yang membeli Mie Sedaap.

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 periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus” (Istijanto, 2010:38).

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen yang membeli Mie Sedaap yang di toko-toko klontongan dari PT. Tekad Karya Putra.

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 dilapangan. Periset hanya memanfaatkan data yang ada untuk penelitiannya. Keberadaan data sekunder tidak dipengaruhi riset yang akan dijalankan peneliti, sebab data tersebut sudah disediakan pihak lain secara berkala atau pada waktu tertentu (Istijanto, 2010:33).

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari catatan dan dokumentasi lain yang berasal dari PT. Tekad Karya Putra.

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 ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2015:148).

Dalam penelitian ini populasinya sebanyak 73 Agen adalah konsumen dari PT. Tekad Karya Putra Cabang Lumajang.

3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2015:149) menyatakan bahwa “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen toko-toko (outlet) dari PT. Tekad Karya Putra Cabang Lumajang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *Probability Sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Simple Random Sampling*, menurut Sugiyono (2015:151-152) menyatakan bahwa “*Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”.

Simple Random Sampling menurut Sugiyono (2015:152) yang menyatakan bahwa, “Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu”.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Roscoe dalam bukunya *Research Methods For Business* (1982:253) seperti yang dikutip dalam (Sugiyono, 2012:164) Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan 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 regresi dengan multivariate (kolerasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 30.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu analisis regresi linier 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. Wawancara

“Interview is a data collection methods in which an interviewer (the researcher or someone working for the researcher) asks question of an interviewee (the research participant)”. “Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai” (Larry Cristensen, 2004 dalam Sugiyono 2015:224).

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah konsumen toko-toko dari PT. Tekad Karya Putra.

3.5.2. Observasi

Menurut Creswell (2012) dalam Sugiyono (2015:235), mengemukakan bahwa *“Observation is the process of gathering firsthand information by observing people and places at research site”* (Observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang dan tempat pada saat dilakukan penelitian).

Observasi yang dilakukan peneliti adalah datang dan mengamati langsung objek penelitian yaitu dengan mengamati diferensiasi dan bauran promosi terhadap pengambilan keputusan pembelian Mie Sedaap.

3.5.3. Kuesioner

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

Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada konsumen toko-toko klontongan dari PT. Tekad Karya Putra Lumajang. Dengan menyebarkan kuesioner ini diharapkan akan mendapatkan data tentang pengaruhdeferensiasi produk dan bauran promosi terhadap pengambilan keputusan pembelian.

Pengukuran data untuk variabel pengaruhdeferensiasi produk dan bauran promosi terhadap pengambilan keputusan pembelian, dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pernyataan kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*.

Adapun bentuk skala *likert* menurut Sugiyono (2015:168-169), sebagai berikut:

- | | |
|--|---|
| 1. Sangat setuju/selalu/sangat positif diberi skor | 5 |
| 2. Setuju/sering/positif diberi skor | 4 |
| 3. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor | 3 |
| 4. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative diberi skor | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju/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 atau 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 peneliti”. (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

Menurut Afrizal (2016:122-123) menyatakan 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 menulias studi pustaka dalam sebuah proposal penelitian, yaitu:

- a. Menginformasikan kepada diri peneliti sendiri dan pada pembaca hasil-hasil studi yang berkaitan erat dengan topik 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 disiplinya atau persoalan yang lebih luas, dan 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 variable 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 diferensiasi produk dan citra merek dan 1 (satu) variabel dependen yaitu pengambilan keputusan pembelian.

a. Variabel Independen

“Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *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 dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah diferensiasi produk (X_1) dan citra merek (X_2).

b. Variabel Dependen

“Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasan Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas” (Sugiyono, 2015:97).

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

3.6.2 Definisi Konseptual Variabel

3.6.2.1 Variabel Independen

a. Diferensiasi Produk (X_1)

Menurut Kartajaya (2010,105) “diferensiasi produk adalah semua upaya yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan perbedaan diantara pesaing dengan tujuan memberikan nilai yang terbaik untuk konsumen”.

b. Citra Merek (X₂)

Menurut Keller, (2008: 165) “citra merek adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tersebut”.

3.6.2.2 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengambilan keputusan pembelian. Menurut Mahmud Machfoedz (2005:46) “menyatakan tahap evaluasi, bahwa konsumen menyusun peringkat merek dan membentuk tujuan pembelian”. Biasanya, keputusan pembelian konsumen akan menetapkan untuk membeli merek yang paling diminati, tetapi ada dua factor yang muncul diantara tujuan pembelian dan keputusan untuk membeli.



3.6.3 Definisi Operasional Variabel

3.6.3.1 Variabel Independen

a. Diferensiasi Produk(*Differentiation*) (X₁)

Definisi operasional variabel independen diferensiasi produk dalam penelitian ini adalah persepsi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian yang diberikan pelanggan PT. Tekad Karya Putra Lumajang.

Indikator dari variabel diferensiasi produk dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut Philip Kotler (2009,329):

1. Bentuk
2. Kesitimewaan (*feature*)
3. Kinerja
4. Kesesuaian
5. Daya tahan
6. Keandalan
7. Kemudahan untuk diperbaiki
8. Gaya

Berdasarkan indikator tentang diferensiasi produk tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

1. Bentuk kemasan mie sedap lebih menarik dibanding merk lain
2. Mie sedaap memiliki keistimewaan yaitu banyak varian rasa
3. Mie sedaap kinerjanya telah memenuhi standart kesehatan
4. Kesesuaian kedekatan rasa mie sedaap dengan aslinya
5. Mie sedaap lebih awet dan tidak mudah hancur saat dalam penyimpanan
6. Hasil olahan mie sedaap lebih handal dibandingkan mie instan lain
7. Mie sedaap lebih mudah untuk dikombinasikan dalam berbagai jenis hidangan
8. Gaya tampilan mie sedaap lebih menarik dibandingkan dengan mie instan lain

b. Citra Merek(X₂)

Menurut Keller, (2009: 165) “Citra Merek adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tersebut”. Adapun indicator variabel brand image sebagai berikut:

1. *Reputation* (nama baik)

2. *Recognition* (pengenalan)

3. *Affinity* (hubungan emosional)

Berdasarkan indikator tentang Citra Merek tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- a) Mie sedaap mempunyai reputasi yang baik di kalangan masyarakat
- b) Mie sedaap terkenal dikalangan pelanggan
- c) Mie sedaap mudah dikenali karena memiliki cita rasa yang khas asli indonesia
- d) Mie sedaap memiliki hubungan baik dengan pelanggan.

3.6.3.2 Variabel Dependen

Definisi operasional variabel dependen pengambilan keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah persepsi pelanggan terhadap pengambilan keputusan pembelian yang diberikan pada PT. Tekat Karya Putra Cabang Lumajang.

Indikator dari variabel dependen kepuasan dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut (Nugroho J. Setiaji (2008:116):

1. Penegalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi berbagai alternative
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku setelah pembelian

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

1. Mie Sedaap menyediakan alternative lain kebutuhan bahan pangan
2. Mendapatkan informasi tentang Mie Sedaap melalui media massa
3. Mie Sedaap terbukti banyak peminatnya
4. Saya membeli Mie Sedaap karena rasanya enak

5. Puas dengan produk Mie Sedaap

5.7 Instrumen Penelitian

“Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam” (Sugiyono, 2015:178).

Dalam penelitian ini ada empat instrumen, yaitu:

- a. Instrumen untuk mengukur *differentiation*
- b. Instrumen untuk mengukur *branding*
- c. Instrumen untuk mengukur pengambilan 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.	<i>Differensiasi produk</i> (X ₁)	Bentuk	1 Saya merasa bentuk kemasan Mie sedap lebih menarik dibanding merk lain	<i>Ordinal</i>	Nugroho J.Setiaji (2008:13-14)
		Keistimewaan	2 Saya merasa Mie Sedaap memiliki keistimewaan banyak varian rasa		
		Mutu Kinerja	3 Saya merasa Mie Sedaap kinerjanya telah memenuhi standart kesehatan		
		Mutu Kesesuaian	4 Saya merasa kesesuaian kedekatan rasa Mie Sedaap sama dengan aslinya		
		Daya Tahan	5 Saya merasa Mie Sedaap lebih awet dan tidak mudah hancur saat proses penyimpanan		
		Keandalan	6 Saya merasa Hasil olahan mie sedaap lebih handal dibandingkan mie instan lain		

		Kemudahan untuk Diperbaiki	7	Saya merasa Mie sedaap mudah untuk dikombinasikan dalam berbagai jenis hidangan		
		Gaya	8	Saya merasa Mie Sedaap memiliki kemasan yang menarik dibandingkan mie instan yang lain		
2	Citra merek (X ₂)	Reputation (Nama Baik)	1	Saya merasa Mie Sedaap mempunyai reputasi di kalangan masyarakat	Ordinal	Davidson (1998)
		Recognition (Pengenalan)	2	Saya merasa Mie Sedaap terkenal di kalangan masyarakat		
		Affinity (Hubungan emosional)	3	Saya merasa Mie Sedaap mudah untuk dikenali karena memiliki ciri khas rasa yang sama dengan masakan Indonesia		
			4	Saya merasa Mie Sedaap memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan		
3	Pengambilan keputusan pembelian (Y)	Mengenali kebutuhan	1	Saya Merasa Mie Sedaap menyediakan alternative lain kebutuhan bahan pangan	Ordinal	Nugroho J.Setiaji (2008:116)
		Pencarian informasi	2	Saya mendapatkan informasi tentang mie Sedaap dari orang lain		
		Evaluasi alternative	3	Saya mengevaluasi beberapa merek mie instan yang ada		
		Keputusan membeli	4	Saya memutuskan untuk membeli Mie Sedaap setelah menggevaluasi beberapa alternative		
		Perilaku pasca pembelian	5	Saya merasa puas dengan produk Mie Sedaap		

c.8 Teknik Analisa Data

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

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 regresi linier berganda bahwa data

harus berdistribusi normal, terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolonearity*) dan Heterokedastisitas (*Heterokedasticity*).

3.8.1 Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas 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

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

“Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuesioner. Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya”.

Rumus korelasi *Product Moment* singarimbun (1989) dalam (danang sunyoto 2014:114) sebagai berikut:

$$\text{_____} \quad r =$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan

X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

Menurut Gendro Wiyono (2011:112), menyatakan bahwa “Uji validitas dilakukan dengan cara mengorelasikan antara skor item. Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan, di lakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor totalnya”.

3.8.1.2 Pengujian Reliabilitas

Menurut Susan Stainback (1988) dalam Sugiyono (2015:431), menyatakan bahwa

”Reliability is often defined as the consistency and stability of data or findings. From a positivistic perspective, reliability typically is considered to be synonymous with the consistency of data produced by observations made by different researchers (eg interrater reliability), by the same researcher at different times (e.g test retest), or by splitting a data set in two parts (split-half)”. (Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif). Suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek 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).

Menurut Yohanes Anton Nugroho (2011:33), uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel berikut:

Tabel 3.2
Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 – 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: Yohanes Anton Nugroho (2011:33)

3.8.2 Pengujian Asumsi Klasik Dasar Regresi Linier Berganda

Penelitian yang menggunakan alat analisis 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 Lukas Setia Atmaja (2009:184) menyatakan bahwa:

Asumsi-asumsi tentang regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

- a. Variabel bebas (independen) dan variabel terikat (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 nilai prediksi Y . Artinya, nilai $(Y-Y')$ harus sama untuk 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 "*autocorelation*" atau "autokorelasi". Autokorelasi 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

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

Menurut Danang Sunyoto (2014:130), "Uji normalitas akan menguji data variabel terikat pada persamaan regresi yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal".

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.

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.

- c. Pengujian normalitas 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 dengan melihat penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.8.2.2 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:

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 di antaranya berlebihan. Tetapi dapat saja R^2 tinggi dan masing-masing r^2 juga tinggi sehingga tak ada jaminan terjadinya multikolinieritas.

Menurut Ghazali (2001:92) dalam yohanes menyatakan bahwa: “Multikolinieritas dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya”. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinieritas yang tinggi. Nilai *cutoff*

yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF dibawah 10.

Sedangkan menurut Sugiyono, (2009:139), “untuk mengetahui data tersebut memenuhi syarat atau tidak multikolinieritas adalah dengan melihat output SPSS pada *table coefficients* jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) di bawah angka 10 (VIF<10) berarti tidak terjadi multikolinieritas”.

3.8.2.3 Pengujian Heteroskedastisitas

Menurut (Hasan, 2002 dalam Danang, 2014:117), heteroskedastisitas berarti variasi (*varians*) variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Pada heteroskedastisitas, kesalahan yang terjadi random (acak) tetapi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas. Misalnya heteroskedastisitas akan muncul dalam bentuk residu yang semakin besar, apabila pengamatan semakin besar rata-rata residu akan semakin besar untuk variabel bebas x yang semakin besar.

Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas. Menurut Mudrajad 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 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.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

“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)”. Kuncoro(2007:77).

Analisis regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (tampilan menu, kualitas, teknologi, dan keamanan) terhadap variabel terikat (loyalitas) dengan rumus sebagai berikut (Darwanto dan Subagyo, 1993 dalam Danang Suntoto, 2014:117-118):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Variable Dependent
X	= Variable Independent
Y	= Pengambilan Keputusan Pembelian
X ₁	= Differensiasi produk
X ₂	= Citra merek
α	= Konstanta
β_1, β_2	= Koefisien regresi
e	= <i>error</i>

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (differensiasi produk dan citra merek) terhadap variabel dependen (pengambilan keputusan pembelian), baik secara parsial maupun secara simultan. Serta manakah diantara variabel independen yang mempunyai dominan terhadap variabel dependen.

3.8.4.1 Uji t (Uji Parsial)

Menurut Danang Sunyoto (2014:118), “Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel independen (differensiasi produk dan citra merek) secara parsial terhadap variabel dependen (keputusan pembelian)”. Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

Hipotesis Pertama

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan differensiasi produk terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap pada pelanggan di Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan differensiasi produk terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap di Lumajang.

Hipotesis Kedua

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap di Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap di Lumajang.

2.



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

Daerah tolak H_0

daerah diterima H_0

daerah tolak H_0

Gambar 3: Kriteria Pengujian t

Sumber : Sugiono (2015:289)

3. 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.

4. Menentukan nilai t_{hitung} dengan rumus :

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

3.8.4.2 Uji F (Uji Simultan)

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

Hipotesis Pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh differensiasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap pada konsumen di Kabupaten Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh differensiasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap pada konsumen di Kabupaten Lumajang.

Adapun kriteria pengujiannya adalah :

daerah terima

daerah tolak H_0

Gambar 4. Kriteria Pengujian F

Sumber : Sugiono (2015: 56)

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

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

3.8.5 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 Singgih Santoso (2012:355), 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.