

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 1.1. Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kausal. Menurut Sugiyono (2014:36), menyatakan rumusan masalah assosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Menurut Sugiyono (2014:37), hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat.

Adapun untuk menganalisis variabel (X) yang terdiri dari variabel diferensiasi produk dan saluran distribusi, serta pengambilan keputusan (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 independent* dengan variabel diferensiasi produk ( $X_1$ ), saluran distribusi ( $X_2$ ) dan keputusan pembelian sebagai *variabel dependent* (Y).

#### 1.2. Obyek Penelitian

Obyek yang dipilih dalam penelitian ini adalah *outlet* pelanggan PT. Tekad Karya Putera yang melakukan pembelian *Top Coffee* di Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang. Adapun pertimbangan-pertimbangan yang mendasari

peneliti memilih lokasi toko (*Outlet*) pelanggan PT. Tekad Karya Putera di Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang adalah:

- a. Lokasi obyek penelitian berada di toko (*Outlet*) yang menjual kopi instan dalam kemasan merek *Top Coffee* dari PT. Wings Surya, sehingga memudahkan peneliti melakukan penelitian.
- b. Perkembangan kopi instan merek *Top Coffee* cukup pesat sehingga mampu bersaing dengan kopi instan merek lainnya.
- c. Ketersediaan data dan kondisi obyek yang memungkinkan untuk dilakukan penelitian.
- d. Karena masyarakat yang melakukan pembelian mudah untuk ditemui.

Adapun obyek dalam penelitian ini adalah variabel independen ( $X_1$ ) berupa diferensiasi produk, ( $X_2$ ) saluran distribusi terhadap variabel dependen ( $Y$ ) yaitu keputusan pembelian. Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih di Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

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

#### **d.3.1.Sumber Data**

Sumber data adalah dari mana data berasal. Sumber data yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari dua macam sumber data yaitu :

##### **d.3.1.1. Data Internal**

Menurut Bungin (2014:132), “Internal data, yaitu tersedia tertulis pada sumber data sekunder. Umpama kalau pada perusahaan, dapat berupa faktur,

laporan penjualan, pengiriman, *operating statements, general and departmental budgets*, laporan hasil riset yang lalu, dan sebagainya”.

Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari PT. Tekad Karya Putera Lumajang berupa data jumlah toko-toko klontongan pelanggan yang menjual kopi instan merek *Top Coffee*, profil perusahaan, dasar hukum pendirian dan surat perijinan.

#### **d.3.1.2. Data Eksternal**

Menurut Bungin (2014:132), “Eksternal data, yaitu data yang diperoleh dari luar”. Sumber data penelitian ini adalah data eksternal. Data eksternal dalam penelitian ini adalah *outlet* pelanggan yang melakukan pembelian *Top Coffee* di Kecamatan Lumajang melalui kuesioner.

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

Jenis data adalah macam data yang digunakan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

##### **d.3.2.1. Data Primer**

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Menurut Sekaran (2006:64) dalam Sahetapy (2013), Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berhubungan dengan variabel.

Data primer di dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2014:142), “kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada

responden untuk dijawabnya”. Data yang diperoleh peneliti secara langsung ditempat penelitian. Hasil dari data primer adalah jawaban dari responden atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan di dalam kuesioner tersebut. Pertanyaan tersebut menyangkut pernyataan tentang diferensiasi produk, saluran distribusi dan keputusan pembelian *Top Coffee* pada *outlet* pelanggan PT. Tekad Karya Putera di Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

#### **d.3.2.2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh penelitian secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Menurut Sekaran (2006:64) dalam Sahetapy (2013), “data sekunder mengacu kepada informasi yang dikumpulkan seseorang”.

Adapun data sekunder dalam penelitian ini berupa buku-buku, laporan-laporan, brosur, dokumen, media internet dan literatur lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian. Data diperoleh dari teori-teori tentang diferensiasi produk, saluran distribusi dan keputusan pembelian serta dari PT Tekad Karya Putera.

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

#### **3.4.1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2014:80), “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”.

Menurut Morissan (2015:109), “Populasi dapat didefinisikan sebagai suatu kumpulan subjek, variabel, konsep, atau fenomena”. Populasi dalam penelitian ini adalah *outlet* pelanggan di Lumajang yang pernah membeli atau masih sering melakukan pembelian dari PT. Tekad Karya Putera di Kecamatan Lumajang. Populasi ini bersifat heterogen yang dapat dilihat dari beragamnya usia dan jenis kelamin dengan jumlah 50 responden, hasil data yang didapat dari PT. Tekad Karya Putera.

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

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel penelitian *outlet* penjualan *Top Coffee* di Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling* jenuh. Sebelum masuk ke sampel jenuh harus mengetahui *non probability sampling* dahulu karena *sampling* jenuh berada di dalamnya. Menurut Sugiono (2001:60), *non probability sampling* adalah teknik yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Menurut Sugiono (2014:61), *sampling* jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota digunakan sebagai sampel.

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

#### **d.4.1. Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Menurut Sugiyono (2014:142), kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat dalam bentuk kuesioner yang diisi oleh responden dibuat dalam bentuk pertanyaan dimana dalam kuesioner sudah disediakan alternatif jawaban dari tiap *item* pertanyaan. Dalam pelaksanaan pengisian responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sekiranya cocok dengan keadaan yang dialami. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap kualitas layanan yang terdiri dari harga, produk, lokasi, dan promosi, serta untuk mempermudah pengambilan kesimpulan dari tanggapan konsumen yang diperoleh dalam pembagian kuesioner, maka digunakan skala *likert*.

Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada *outlet* pelanggan PT. Tekad Karya Putera yang melakukan pembelian *Top Coffee* di Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang. Tujuannya untuk menjangkau pendapat responden tentang diferensiasi produk, saluran distribusi dan keputusan pembelian. Pengukuran data untuk variabel diferensiasi produk dan saluran

distribusi dilakukan dengan memberi skor tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dalam kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala Likert. Adapun bentuk skala *Likert* menurut Sugiyono (2015:166), adalah sebagai berikut:

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

#### **e.4.2. Studi Pustaka**

Studi Pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

#### **e.4.3. Wawancara**

Menurut Morissan (2015:214), “Wawancara dilakukan secara langsung dengan tatap muka (*face-to-face*) antara responden dengan satu atau lebih dari satu pewawancara”. Menurut Sugiyono (2014:137), “Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil”. Wawancara yang dilakukan dalam

penelitian ini adalah wawancara dengan pemilik *outlet* yang melakukan pembelian *Top Coffee* di Kecamatan Lumajang.

#### **e.4.4. Observasi**

Menurut Sugiyono (2015:235) dalam Creswell (2012), 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 produk dan saluran distribusi terhadap pengambilan keputusan pembelian *Top Coffee* di Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.



#### **e.5. Variabel Penelitian**

##### **e.5.1. Identifikasi Variabel**

Menurut Morissan (2015:70), variabel adalah pengelompokan logis dari sejumlah atribut. Missal, laki-laki dan wanita adalah atribut, dan jenis kelamin adalah variabel yang terdiri atas dua atribut tersebut. Menurut Hatch dan Farhady (1981) dalam Sugiyono (2014:38), secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain. Menurut Sugiyono (2014:38), "Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari

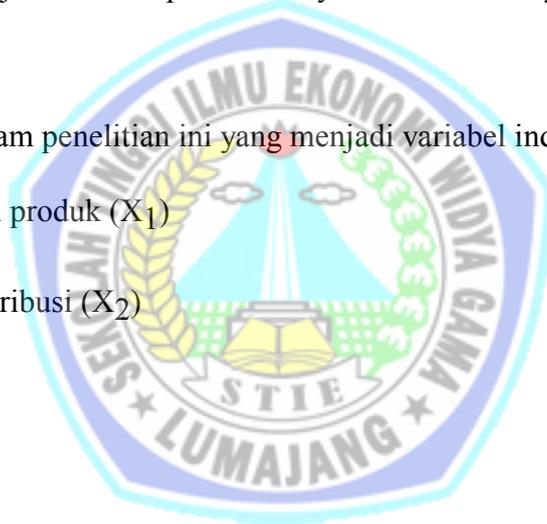
orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Variabel dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) yaitu variabel *independen* (bebas) dan variabel *dependen* (terikat).

#### **e.5.1.1. Variabel Independen (X)**

Menurut Sugiyono (2014:39), “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 *dependent* (terikat)”.

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah :

- a. Diferensiasi produk ( $X_1$ )
- b. Saluran distribusi ( $X_2$ )



#### **b.5.1.2. Variabel Dependen (Y)**

Menurut Sugiyono (2014:39), “Variabel ini sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Menurut Morissan (2015:73), variabel dependen merupakan variabel yang diteliti yang memiliki nilai yang diduga berasal dari pengaruh variabel independen yang ditentukan sendiri oleh peneliti

secara sistematis. Dengan kata lain, *the dependent variable is what the researcher wishes to explain*” (variabel dependen adalah apa yang ingin dijelaskan peneliti).

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

### **b.5.2. Definisi Konseptual Variabel**

#### **a. Diferensiasi Produk ( $X_1$ )**

Menurut Kotler (2009:89), menyatakan bahwa “Diferensiasi produk adalah sebagai proses menambahkan serangkaian perbedaan yang penting bernilai, guna menambahkan pewaran perusahaan itu dari tawaran pesaing”.

#### **b. Saluran distribusi ( $X_2$ )**

Menurut Kotler (2017:65), “Saluran distribusi adalah merupakan alat yang anda gunakan untuk menghantarkan/mengirimkan tawaran anda, dan alat dimana penduduk harus mengaksesnya”.

#### **c. Keputusan pembelian (Y)**

Menurut Kotler (2009:235), “Keputusan pembelian adalah proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan keutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku pembelian”.

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

Definisi operasional adalah penyebaran konsep dalam kegiatan yang lebih konkrit. Hal ini dilakukan dengan mencari indikator yang tepat dari

masing-masing variabel sehingga variabel-variabel tersebut dapat dihitung dengan tepat.

a. Diferensiasi Produk ( $X_1$ )

Indikator dari variabel diferensiasi produk dalam penelitian ini menurut Kotler & Keller (2009:8-10), dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bentuk
2. Fitur
3. Ketahanan (*durability*)
4. Keandalan (*reability*)
5. Kemudahan perbaikan (*repairability*)
6. Desain (*design*)

Untuk menjangkau pendapat responden tentang variabel keputusan pembelian maka dibuat dan disebarluaskan kuesioner yang disusun dalam skala *likert* sebagai berikut :

1. Bentuk kemasan *Top Coffee* lebih menarik dibanding merk lain
2. *Top Coffee* memiliki keistimewaan yaitu banyak varian rasa
3. *Top Coffee* lebih awet dan tidak mudah menggempal saat dalam penyimpanan
4. Hasil olahan *Top Coffee* lebih handal dibandingkan kopi instan lain
5. *Top Coffee* lebih mudah mendapat ganti ketika rusak
6. Desain *Top Coffee* lebih menarik dibandingkan dengan kopi instan lain.

b. Saluran distribusi ( $X_2$ )

Adapun indikator variabel saluran distribusi menurut Tjiptono (2008:185) dalam Heryanto (2015), adalah sebagai berikut:

1. Betuk
2. Tempat
3. Waktu

Untuk menjangkau pendapat responden tentang variabel keputusan pembelian maka dibuat dan disebarluaskan kuesioner yang disusun dalam skala *likert* sebagai berikut :

1. *Top Coffee* diterima dalam keadaan baik
2. Pengiriman *Top Coffee* selalu tepat pada tempat yang telah disepakati
3. Pemesanan *Top Coffee* mudah dilakukan dengan waktu yang telah ditentukan
- c. Keputusan pembelian (Y)

Adapun indikator dari variabel dependen kepuasan menurut Abdullah & Tantri (2013:129), dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi berbagai alternatif
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku purnabeli

Untuk menjangkau pendapat responden tentang variabel keputusan pembelian maka dibuat dan disebarluaskan kuesioner yang disusun dalam skala *likert* sebagai berikut:

1. Saya membeli *Top Coffee* karena saya membutuhkannya

2. Saya mendapatkan informasi dari orang lain sebelum memutuskan untuk membeli *Top Coffee*
4. *Top Coffee* menjadi alternatif pilihan dalam memenuhi kebutuhan kopi instan
5. Saya yakin dan memutuskan untuk membeli *Top Coffee*
6. Saya merasa puas setelah melakukan pembelian *Top Coffee* dan akan membeli lagi dikemudian hari

#### **6.7. Instrumen Penelitian**

Setelah metode penelitian yang sesuai dipilih, maka peneliti dapat menyusun instrument penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data yang dapat berbentuk tes, angket/kuesioner, untuk pedoman wawancara atau observasi. Menurut Sugiyono (2014:17), sebelum instrumen digunakan untuk pengumpulan data, maka instrument penelitian harus terlebih dulu harus diuji validitas dan reliabilitas. Jumlah instrumen yang digunakan dalam penelitian tergantung dari jumlah variabel yang diteliti. Karena instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala pengukuran.

Menurut Sugiyono (2015:164), “skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif”. Skala pengukuran yang dilakukan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Menurut Sugiyono (2014:93), “Dalam penelitian, fenomena

sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai 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**

**Instrumen Penelitian**

No	Variabel	Indikator	Item	Skala Pengukuran	Sumber
1.	Diferensiasi produk (X <sub>1</sub> )	Bentuk	1 Bentuk kemasan <i>Top Coffee</i> lebih menarik dibanding merk lain	<i>Ordinal</i>	Kotler & Keller (2009:8-10)
		Fitur	2 Saya merasa <i>Top Coffee</i> memiliki keistimewaan banyak varian rasa		
		Ketahanan ( <i>durability</i> )	3 <i>Top Coffee</i> lebih awet dan tidak mudah menggempal saat dalam penyimpanan		
		Keandalan ( <i>reability</i> )	4 Hasil olahan <i>Top Coffee</i> lebih handal dibandingkan kopi instan lain		
		Kemudahan perbaikan ( <i>repairability</i> )	5 <i>Top Coffee</i> lebih mudah mendapat ganti ketika rusak		
		Desain ( <i>design</i> )	6 Desain <i>Top Coffee</i> lebih menarik dibanding dengan kopi instan lain		
2.	Saluran distribusi (X <sub>2</sub> )	Bentuk	1 <i>Top Coffee</i> diterima dalam keadaan baik	<i>Ordinal</i>	Tjiptoro (2008:185)
		Tempat	2 Pengiriman <i>Top Coffee</i> selalu tepat pada tempat yang telah disepakati		
		Waktu	3 Pemesanan <i>Top Coffee</i> mudah dilakukan dengan waktu yang telah ditentukan		
3.	Keputusan pembelian (Y)	Pengenalan masalah	1 Saya membeli <i>Top Coffee</i> karena saya membutuhkannya	<i>Ordinal</i>	Abdullah & Tantri (2013:129)
		Pencarian informasi	2 Saya mendapatkan informasi tentang <i>Top Coffee</i> dari orang lain sebelum memutuskan untuk membeli <i>Top Coffee</i>		
		Evaluasi alternatif	3 <i>Top Coffee</i> menjadi alternatif pilihan dalam memenuhi kebutuhan kopi instan		
		Keputusan pembelian	4 Saya yakin dan memutuskan untuk membeli <i>Top Coffee</i>		
		Perilaku purnabeli	5 Saya merasa puas setelah melakukan pembelian <i>Top Coffee</i> dan akan membeli lagi dikemudian hari		

## **6.8. Teknik Analisis Data**

Sesuai dengan hipotesis dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, maka digunakan hubungan assosiatif kausal, menurut Sugiyono (2014:37), “Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel *independent* (variabel yang mempengaruhi) dan *dependent* (dipengaruhi)”. Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan realibitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar, bahwa data harus bertempat normal terbebas dari multikolinieritas (*multicolonerity*) dan heterokedastisitas.

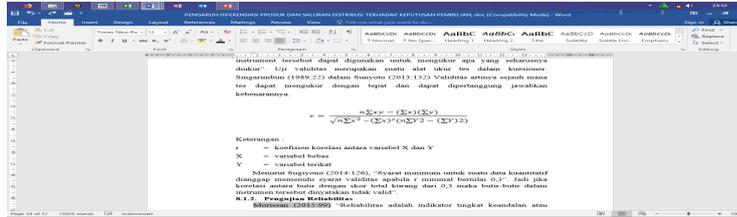
### **6.8.1. Pengujian Instrumen**

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas yang merupakan asumsi dasar yang harus dipenuhi, bahwa data harus valid dan realibel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

#### **6.8.1.1. Pengujian Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang di ajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan. Seperti dikatakan oleh Sugiyono (2014:121), “Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuesioner. Menurut

Singarimbun (1989:22) dalam Sunyoto (2013:132), validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.



Keterangan :

r = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

X = variabel bebas

Y = variabel terikat

Menurut Sugiyono (2014:126), syarat minimum untuk suatu data kuantitatif 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.

### 6.8.1.2. Pengujian Reliabilitas

Menurut Morissan (2015:99), “Reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu pengukuran disebut reliabel atau memiliki keandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama”.

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 di andalkan sehingga karena penggunaan kuesioner tersebut berkali-kali akan memberikan hasil yang serupa. Menurut Nugroho (2011:33), uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan menjadi dalam tabel sebagai berikut :

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

No	Interval Alpha Cornbach	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: Nugroho (2011:33)

## 6.8.2. Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

### 6.8.2.1. Pengujian Normalitas Data

Penggunaan model analisis pengaruh terikat dengan asumsi bahwa data harus bertempat normal agar diperoleh hasil yang tidak bias, pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah data berada dalam tempat normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametik. Menurut Kuncoro (2007:94), normalitas dari tempat dapat diuji dengan beberapa cara sebagai berikut:

- a. Menggunakan pengukur bentuk (*measure of shape*). Tempat yang normal mempunyai bentuk simetris dengan nilai mean, median dan mode yang mengumpul di satu titik di tengah.
- b. Pengujian normalitas dapat juga dilakukan dengan rumus *skewness*, untuk ini digunakan uji *Z* yang membutuhkan suatu nilai statistik yaitu nilai *skewness* bernilai positif berarti sebaran data menceng ke kiri dan sebaliknya, jika bernilai negatif berarti sebaran data menceng ke kanan.

$$Z =$$

Selanjutnya nilai *Z* hitung 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 tempat normal.

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

Menurut Santoso (2012:361), “Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan cara lain yaitu dengan melihat normal *probability plot* pada *output* SPSS, jika nilai – nilai sebaran data terletak di sekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi”.

#### **c.8.2.2. Pengujian Multikolinieritas**

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

Menurut Umar (2011:140), ada beberapa cara untuk memeriksa multikolinieritas yaitu:

- a. Korelasi yang tinggi memberikan petunjuk adanya kolonieritas, tetapi tidak sebaliknya yakni adanya kolonieritas mengakibatkan korelasi yang tinggi. Kolonieritas 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 multikolinieritas.

### 3.8.2.3. Pengujian Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah tidak terdapat heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki *varians* yang *konstan* dari satu observasi ke observasi lainnya. Gejala heteroskedastisitas lebih sering dijumpai dalam data silang tempat daripada runtut waktu. Pada asumsi ini mengharuskan bahwa nilai sisa yang merupakan variabel pengganggu pada masing-masing variabel selalu konstan atau tidak berubah. Menurut Ananta (1987) dalam Kuncoro (2007:96):

- 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 menyebar diatas dan dibawah 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).

Formula untuk regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian

X = variabel independen

X<sub>1</sub> = Diferensiasi Produk

X<sub>2</sub> = Saluran Distribusi

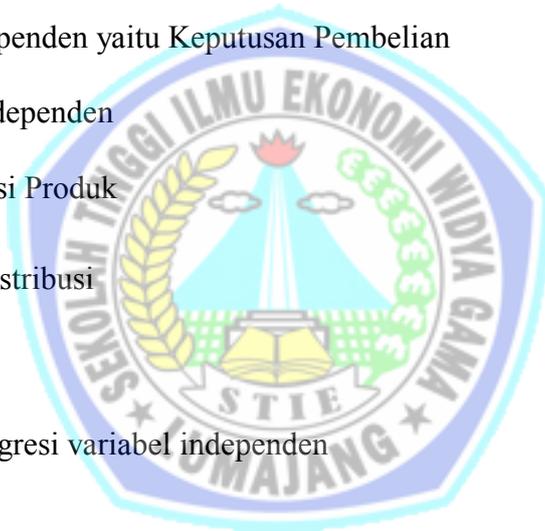
a = konstanta

$\beta$  = koefisien regresi variabel independen

e = *error*

Dengan analisis regresi berganda ini juga dapat diketahui variabel mana di antara variabel independen yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen. Menurut Kuncoro (2007:77), analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel independen lainnya.

Dengan analisis regresi berganda ini juga dapat diketahui variabel mana di antara variabel independen yaitu citra perusahaan dan kepuasan yang berpengaruh



dominan terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel independen lainnya.

Menurut Hastono (2006:6), “Untuk mengetahui variabel independen yang dominan pengaruhnya terhadap variabel dependen, ditunjukkan dengan koefisien regresi ( $\beta$ ) yang sudah distandardisasi yaitu nilai beta”.

### **b.8.3. Pengujian Hipotesis**

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* baik secara parsial maupun simultan.

#### **b.8.3.1. Uji T (Uji Parsial)**

Menurut Kuncoro (2007:81), “Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial yang diuji dengan cara signifikansi”.

Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis :

a. Hipotesis Pertama

Ho : Tidak terdapat pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian *Top Coffee* pada *outlet* pelanggan PT. Tekad Karya Putera di Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian *Top Coffee* pada *outlet* pelanggan PT. Tekad Karya Putera di Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

b. Hipotesis Kedua

Ho : Tidak terdapat pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian *Top Coffee* pada *outlet* pelanggan PT. Tekad Karya Putera di Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian *Top Coffee* pada *outlet* pelanggan PT. Tekad Karya Putera di Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

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

3. Menentukan kriteria pengujian:

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

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

4. Menentukan nilai  $t_{\text{hitung}}$  dengan rumus :

$$t_{\text{hitung}} =$$

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

### **b.8.3.2. Uji F (Uji Simultan)**

Kuncoro (2007:82), “Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan yang diuji dengan cara signifikansi”.

Adapun hipotesisnya sebagai berikut :

Ho : Tidak terdapat pengaruh diferensiasi produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian *Top Coffee* pada *outlet* pelanggan PT. Tekad Karya Putera di Kecamatan Lumajang Kabupaten Lumajang.

Ha : Terdapat pengaruh diferensiasi produk dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian *Top Coffee* pada *outlet* pelanggan PT. Tekad Karya Putera di Kecamatan Lumajang Kabupaten 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

#### **b.8.4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Ghozali (2005), “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 satu (satu). Jika koefisien determinasi nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, karena variabel independen pada penelitian ini lebih dari satu, maka koefisien determinasi yang digunakan adalah *Adjusted R Square*”.

Dari 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 presentase.