

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Metode penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / *statistic* dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2012:13).

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel produk, harga, dan saluran distribusi terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan antara variabel independen (X) yaitu produk (X_1), harga (X_2), dan saluran distribusi (X_3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Serta akan dapat diketahui variabel mana diantara produk, harga dan saluran distribusi yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

3.2. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini tempat atau lokasi yang dipilih adalah semua orang yang telah membeli secara langsung produk makanan ringan atau camilan *Home Industry* Aneka Camilan Rizky yang berada di Dusun Kebobayur, Desa Jatigono. Adapun pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti memilih lokasi penelitian adalah:

- a. Karena dapat menjadi perwakilan atau interpretasi konsumen secara umum.

- b. Adanya produk sejenis yang dibuat dan dijual di beberapa tempat di Desa Jatigono.
- c. *Home Industry* Aneka Camilan Rizky berada di Desa Jatigono, sehingga agar dapat diperoleh informasi tentang persepsi masyarakat terhadap produk makanan ringan atau camilan di daerah asal tempat produksi berlangsung.
- d. Adanya masalah yang sesuai dengan penelitian ini dan mudah dijangkau oleh peneliti

Subyek penelitian ini adalah variabel independen yaitu produk (X_1), harga (X_2), dan saluran distribusi (X_3), serta variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky.

3.3. Sumber dan Jenis Data

3.3.1 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari data internal dan data eksternal.

3.3.1.1. Data Internal

“Data internal merupakan data yang didapat dari dalam perusahaan atau organisasi di mana riset dilakukan”, (Umar, 2011:42).

Dalam penelitian ini, data internal yang digunakan berupa: data tentang daftar nama produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, harga produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, gambaran tentang saluran distribusi yang digunakan *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, dan data penjualan produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky selama periode 2014-2017.

3.3.1.2. Data Eksternal

"Data eksternal merupakan data yang didapat dari luar perusahaan atau organisasi di mana riset dilakukan", (Umar, 2011:42).

Pada penelitian ini, data eksternal yang digunakan berupa: data hasil dari penyebaran kuesioner, berisi pernyataan tertulis tentang variabel produk, harga, dan saluran distribusi kepada responden yang telah membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky di Desa Jatigono, hasil kuesioner akan diberi skor pada tiap-tiap jawaban dari tiap pernyataan, pemberian skor dari tiap pernyataan dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*.

3.3.2 Jenis Data

3.3.2.1. Data Primer

"Data primer merupakan data yang di dapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti", (Umar, 2011:42).

Pada penelitian ini jenis data primer yang digunakan diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner yang berisi pernyataan tertulis tentang variabel produk, harga dan saluran distribusi kepada responden yang telah membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky secara langsung yang berada di Dusun Kebonbayur, Desa Jatigono.

3.3.2.2. Data Sekunder

"Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram", (Umar, 2011:42).

Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan berupa: data tentang daftar nama merk makan ringan ringan atau camilan yang diperoleh dari hasil survei *Top Brand Index* (TBI) kategori makanan dan minuman dari tahun 2013-2017.

3.4. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1. Populasi

Sugiyono (2015:148) “Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Dalam Penelitian ini, jumlah populasi yang digunakan sebanyak 80 orang yang telah membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky secara langsung, tepatnya di Dusun Kebonbayur, Desa Jatigono, selama periode 25 Maret sampai dengan 14 April 2018.

3.4.2. Teknik Pengambilan sampel

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”, (Sugiyono, 2012:116). Sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang secara langsung telah membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil secara *Probability Sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Simple Random Sampling*.

Menurut Sugiyono (2012:118), “*Simple Random Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel”.

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

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 30.

Dari penjelasan beberapa ahli di atas, maka ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada jumlah variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) yang berjumlah, tiga 3 (tiga) variabel independen yaitu: variabel produk, harga dan saluran distribusi, serta 1 (satu) variabel dependen yaitu: keputusan pembelian yang seluruhnya berjumlah 4 (empat) variabel. Semakin besar ukuran sampel, maka hasil penelitian akan semakin mendekati kenyataan atau sesuai dengan keadaan yang terjadi, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini, berjumlah 20 sampel untuk variabelnya. Jadi ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian diperoleh dari $20 \text{ (responden)} \times 4 \text{ (empat)} = 80$ sampel.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

3.5.1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2015:224), “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”.

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan beberapa responden, yang secara langsung telah membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky.

3.5.2. Observasi

Menurut Sugiyono (2015:196) “Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner”.

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara datang langsung ke tempat penelitian yang berada di Dusun Kebonbayur, Desa Jatigono.

3.5.3. Kuesioner

“Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”, (Sugiyono, 2015:192).

Formulir kuesioner akan diberi skor pada tiap-tiap jawaban dari tiap butir pernyataan yang diberikan kepada responden yang membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*.

Sugiyono (2015:168), Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial . Adapun bentuk skala *likert* dalam penelitian 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 |

3.5.4. Dokumentasi

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

Dokumentasi pada penelitian ini, berupa foto tentang produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, baik ditempat produksi maupun produk yang tersedia di beberapa toko dan atau event bazar yang pernah diikuti.

3.6. Variabel Penelitian

3.6.1. Identifikasi Variabel

Menurut Sugiyono (2012:59) menyatakan bahwa “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel terdiri dari: 3 (tiga) variabel independen yaitu produk, harga dan saluran distribusi, 1 (satu) variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

3.6.2. Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2012:59) “Variabel bebas atau independen merupakan variabel yang mempengaruhi perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).” Variabel ini dilambangkan dengan huruf X ini, memiliki pengaruh positif maupun negatif terhadap variabel dependennya. Adapun yang menjadi variabel Independen pada penelitian ini, adalah :

- a. Produk (X_1)
- b. Harga (X_2)
- c. Saluran Distribusi (X_3)

3.6.3. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2012:59) “Variabel output, kriteria, konsekuen atau terikat merupakan variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas”.

Variabel dependen pada penelitian ini adalah: Keputusan Pembelian (Y)”.

3.6.4. Definisi Konseptual Variabel

3.6.4.1. Produk

Secara konseptual, produk adalah pemahaman produsen atas ‘sesuatu’ yang bisa ditawarkan sebagai bentuk usaha untuk mencapai tujuan organisasi, lembaga atau perusahaan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, selain itu produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksi atau operasinya (Tjiptono, 2015:232).

3.6.4.2. Harga

Bagi konsumen harga merupakan bentuk pengorbanan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya, ditinjau dari produsen harga merupakan faktor penting dalam hubungannya dengan pendapatan perusahaan, disatu sisi harga merupakan pengorbanan (biaya) yang harus konsumen tanggung untuk memperoleh produk, namun disisi lain harga sering dijadikan pedoman akan kualitas produk terutama jika tidak ada variabel lain selain harga (Bangsawan, 2015: 39-40).

3.6.4.3. Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan serangkaian aktivitas atau kegiatan memindahkan dan menyampaikan barang atau jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga barang produksi suatu perusahaan itu selalu ada tersedia dan mudah didapat oleh para konsumen (Mursid, 2014:85).

3.6.4.4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah melakukan pembelian dengan harapan tertentu mengenai apa yang akan dilakukan oleh produk atau bersangkutan ketika akan digunakan, dan kepuasan merupakan hasil yang diharapkan (Sunnyoto, 2015:115).

3.6.4.5. Saluran Distribusi

Saluran distribusi merupakan kegiatan untuk menyalurkan atau menyampaikan barang-barang atau jasa-jasa dari produsen ke konsumen, sehingga barang produksi suatu perusahaan itu selalu ada tersedia dan mudah didapat oleh para konsumen (Mursid, 2014:85).

3.6.4.6. Keputusan Pembelian

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 (Sunyoto, 2015:115).

3.6.5. Definisi Operasional Variabel

3.6.5.1. Produk (X_1)

Yang dimaksudkan produk pada penelitian ini, adalah karakteristik dan keberagaman produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky yang dapat memenuhi dan memuaskan keinginan serta kebutuhan konsumen.

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk dilihat, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi dan memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen (Bangsawan, 2015:3). Berdasarkan keadaan yang ada dilapangan, maka indikator yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Tampilan produk.
- 2) Variasi produk.
- 3) Rasa.

Berdasarkan indikator variabel produk, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala *Likert*, sebagai berikut:

- 1) Kemasan produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky lebih menarik dibanding produk lain yang sejenis.
- 2) Produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky memiliki beberapa variasi produk yang menarik.
- 3) Produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky memiliki rasa yang diminati pembeli.

3.6.5.2. Harga (X₂)

Yang dimaksudkan harga pada penelitian ini, adalah sejumlah uang yang harus diberikan atau dibayar oleh pembeli untuk mendapatkan produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky.

Harga adalah nilai dari suatu produk yang memungkinkan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*) dalam bentuk uang atau setara (Manap, 2016: 289). Berdasarkan keadaan yang ada dilapangan, maka indikator yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Kesesuaian harga dengan daya beli.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
- 3) Adanya potongan harga yang menarik.
- 4) Daya saing harga.

Berdasarkan indikator variabel produk, maka disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skala *Likert*, sebagai berikut:

- 1) Harga produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky terjangkau.
- 2) Harga produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky sebanding dengan kualitas produk yang dijual.

- 3) Pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky dalam jumlah tertentu akan mendapat potongan harga.
- 4) Harga produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis.

3.6.5.3. Saluran Distribusi (X₃)

Saluran distribusi dalam penelitian ini adalah tempat (*place*) penyaluran produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky yang menyediakan produk dalam jumlah tertentu pada lokasi yang mudah dijangkau, sehingga dapat dengan mudah ditemukan dan diperoleh konsumen selain pada tempat produksi berlangsung maupun di tempat lain (toko atau kios pasar).

Saluran distribusi adalah aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk mempermudah penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen, sesuai dengan yang diperlukan (Tjiptono, 2015:345). Berdasarkan keadaan yang ada dilapangan, maka indikator yang digunakan pada penelitian ini, yaitu:

- 1) Cakupan Pasar.
- 2) Lokasi Pembelian.
- 3) Kecukupan Produk.

Berdasarkan indikator variabel saluran distribusi, maka disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skala *Likert*:

- 1) Produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky mudah diperoleh.
- 2) Lokasi *Home Industry* Aneka Camilan Rizky mudah dijangkau.
- 3) Produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky selalu tersedia saat dibutuhkan

3.6.5.4. Keputusan Pembelian (Y)

Yang dimaksudkan keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah preferensi konsumen atas merek-merek makanan ringan/camilan yang ada didalam kumpulan pilihan.

Keputusan Pembelian merupakan keputusan tentang apa yang akan dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli dan bagaimana cara membayarnya (Sunyoto, 2015:128). Dalam penelitian ini, indikator keputusan pembelian yang digunakan merujuk pada tahapan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen (Manap, 2016:249), dan berdasarkan keadaan yang ada dilapangan, maka indikator yang digunakan, yaitu:

- 1) Pengenalan Masalah.
- 2) Pencarian Informasi
- 3) Evaluasi Alternatif
- 4) Keputusan pembelian
- 5) Perilaku Pasca Pembelian

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

- 1) Saya membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky karena dibutuhkan.
- 2) Sebelum membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, Saya mencari informasi terlebih dahulu.
- 3) Sebelum membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, Saya melakukan perbandingan terlebih dahulu dengan produk yang sejenis.

- 4) Setelah memperoleh informasi dan melakukan perbandingan dengan produk lain yang sejenis, Saya membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky.
- 5) Setelah membeli produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky, Saya akan mengonsumsi produk tersebut.

3.7 Instrumen Penelitian

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

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

Tabel 3.1
Instrument Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrument	Skala	Sumber
1.	Produk (X ₁)	1. Tampilan produk	1.1 Kemasan produk <i>Home Industry</i> Aneka Camilan Rizky lebih menarik dibanding produk lain yang sejenis.	Ordinal	Rosyida dan Widyawati (2016)
		2. Variasi produk	1.2 Produk <i>Home Industry</i> Aneka Camilan Rizky memiliki beberapa variasi produk yang menarik.		
		3. Rasa	1.3 Produk <i>Home Industry</i> Aneka Camilan Rizky memiliki rasa yang diminati pembeli.		

No	Variabel	Indikator	Instrument	Skala	Sumber
2.	Harga (X ₂)	1. Kesesuaian harga dengan daya beli	2.1 Harga produk <i>Home Industry</i> Aneka Camilan Rizky terjangkau.	Ordinal	Budiawati (2012)
		2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	2.2 Harga produk <i>Home Industry</i> Aneka Camilan Rizky sebanding dengan kualitas produk yang dijual.		
		3. Adanya potongan harga yang menarik	2.3 Pembelian produk <i>Home Industry</i> Aneka Camilan Rizky dalam jumlah tertentu akan mendapat potongan harga.		
		4. Daya saing harga	2.4 Harga produk <i>Home Industry</i> Aneka Camilan Rizky mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis.		
3.	Saluran Distribusi (X ₃)	1. Cakupan pasar	3.1 Produk <i>Home Industry</i> Aneka Camilan Rizky mudah diperoleh.	Ordinal	Rosyida dan Widyawati (2016)
		2. Lokasi pembelian	3.2 Lokasi <i>Home Industry</i> Aneka Camilan Rizky mudah dijangkau		
		3. Kecukupan Produk	3.3 Produk <i>Home Industry</i> Aneka Camilan Rizky selalu tersedia saat dibutuhkan.		

No	Variabel	Indikator	Instrument	Skala	Sumber
4.	Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan Masalah	4.1 Saya membeli produk <i>Home Industry</i> Aneka Camilan Rizky karena dibutuhkan.	Ordinal	Abdul Manap (2016)
		2. Pencarian Informasi	4.2 Sebelum membeli produk <i>Home Industry</i> Aneka Camilan Rizky, Saya mencari informasi terlebih dahulu.		
		3. Evaluasi Alternatif	4.3 Sebelum membeli produk <i>Home Industry</i> Aneka Camilan Rizky, Saya melakukan perbandingan terlebih dahulu dengan produk yang sejenis.		
		4. Keputusan pembelian.	4.4 Setelah memperoleh informasi dan melakukan perbandingan dengan produk lain yang sejenis, Saya membeli produk <i>Home Industry</i> Aneka Camilan Rizky.		
		5. Perilaku Pasca Pembelian	4.5 Setelah membeli produk <i>Home Industry</i> Aneka Camilan Rizky, Saya akan mengkonsumsi produk tersebut.		

3.8 Teknik Analisis Data

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

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner harus dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar, bahwa data harus berdistribusi normal terbebas dari Multikolinearitas (*Multicolonearity*) dan Heterokedastisitas (*Heterokedasticity*).

3.8.1. Pengujian Instrument

3.8.1.1. Uji Validitas

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

Untuk menguji validitas, dalam penelitian ini pengolahan data yang digunakan melalui (*Statistical Package for the Sciences*) SPSS dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* (Husein Umar 2010:84).

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

3.8.1.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berhubungan dengan sejumlah data atau hasil penelitian yang jika dilakukan oleh peneliti lain dengan objek dan metode yang sama, mempunyai nilai atau data yang dihasilkan stabil dan konsisten bila dipecah atau diulangi kembali. Data yang reliabel atau konsisten akan cenderung valid (Sugiyono, 2012:456).

Menurut Nugroho (2011:33), “Uji reabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisiensi *Alpha Cronbach*”. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel 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: Nugroho (2011:33)

Instrumen dikatakan reliabel jika koefisien reliabilitasnya diatas 0,60.

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

Penelitian 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 (bias).

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

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

3.8.2.1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Umar, 2011:181).

Menurut Santoso (2012:361) menyatakan bahwa, normalitas data dapat diuji dengan beberapa cara sebagai berikut:

- 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.
- 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.

$$Z = \frac{\textit{skewness}}{\sqrt{6}/N}$$

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

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan cara melihat *normal probability plot* pada output SPSS, dengan kriteria sebagai berikut:

- Kriteria model regresi yang memenuhi syarat normalitas, apabila data menyebar dan mengikuti atau terletak disekitar arah garis diagonal.
- Sedangkan model regresi yang tidak memenuhi persyaratan normalitas, jika data tidak tersebar diantara garis diagonal atau sebaran datanya menjauhi garis diagonal, dan sebaran data tersebut tidak searah dengan garis diagonal.

3.8.2.2. Uji Multikolinieritas

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

Berikut beberapa cara untuk memeriksa multikolinieritas dalam Umar (2011:140), yaitu:

- a. Korelasi yang tinggi menunjukkan adanya kolinieritas, tetapi sebaliknya yakni adanya kolinieritas tidak mengakibatkan korelasi yang tinggi. Kolinieritas dapat saja ada walau korelasi dalam keadaan rendah.
- b. Melihat koefisien korelasi parsial. Jika R^2 sangat tinggi tetapi masing-masing r^2 parsialnya rendah menjelaskan bahwa variabel bebas mempunyai korelasi atau hubungan 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. Uji Heteroskedastisitas

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

Menurut Widarjono (2015:67), heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varian 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.

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

3.8.2.4. Analisis Regresi Linear Berganda

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

Menurut Widarjono, (2015:11) Analisis regresi linier berganda adalah suatu mode 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:

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

Keterangan:

Y = Variabel dependen yaitu keputusan pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel independen

X₁ = Variabel produk

X₂ = Variabel harga

X₃ = Variabel saluran distribusi

e = error

3.8.3. Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen produk (X_1), harga (X_2), dan saluran distribusi (X_3) terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y) secara parsial, maupun simultan.

3.8.3.1. Uji T (Uji Parsial)

Menurut Widarjono (2015:22), “Uji T ini digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen”. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu: Produk (X_1), Harga (X_2) Dan Saluran Distribusi (X_3) terhadap variabel terikat yaitu: Keputusan Pembelian (Y).

Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis :

a. Hipotesis Pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh produk secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky.

H_a : Terdapat pengaruh produk secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky.

b. Hipotesis Kedua

H_0 : Tidak terdapat pengaruh harga secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky.

H_a : Terdapat pengaruh harga secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky.

c. Hipotesis Ketiga

H_0 : Tidak terdapat pengaruh saluran distribusi secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky.

H_a : Terdapat pengaruh saluran distribusi secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky.

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

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 :

$$t_{hitung} = \frac{\text{koefisien}\beta}{\text{StandartError}}$$

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

3.8.3.2. Uji F Simultan

Menurut Widarjono (2015:19), "Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen terhadap variable dependen atau merupakan uji signifikan model regresi". Hipotesisnya sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh produk, harga, dan saluran distribusi secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky.

H_a : Terdapat pengaruh produk, harga, dan saluran distribusi secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Home Industry* Aneka Camilan Rizky.

Adapun kriteria pengujiannya adalah:

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

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

3.8.3.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Menurut Santoso (2012:355) menyatakan bahwa “untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai *R Square*. Dari koefisien determinasi (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase”.



