



BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2017:23) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Untuk menganalisis variabel independen (X), yaitu harga, kualitas produk serta pelayanan terhadap variabel dependen (Y) terhadap keputusan pembelian, 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 harga,

kualitas produk dan pelayanan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

3.2 Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah variabel independen berupa harga, kualitas produk dan pelayanan terhadap variabel dependen keputusan pembelian.

40

Penelitian ini yang dipilih acuan minimarket Mikro mart yang berlokasi di Lumajang, adapun pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti memilih lokasi adalah :

- a. Lokasi obyek penelitian yang tidak jauh dari kota memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian
- b. Ketersediaan waktu yang dimiliki dan biaya yang tidak begitu besar dalam pelaksanaan proses penelitian

Adapun obyek dalam penelitian ini adalah variabel independen (X) berupa harga, kualitas produk dan pelayanan terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Berikut penjelasan dari kedua data tersebut.

a. Data Primer

Menurut Istijanto, (2009:44) mengemukakan bahwa data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Data ini tidak tersedia, sebab sebelumnya belum pernah ada riset sejenis atau hasil riset sejenis sudah kadaluarsa. Jadi peneliti perlu melakukan pengumpulan/pengadaan data sendiri. Karena peneliti melakukan sendiri pengumpulan datanya, dalam hal ini dibutuhkan komitmen lebih besar dibandingkan perolehan data sekunder.

Data primer dalam penelitian ini adalah dari hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen minimarket Mikro mart di Lumajang.

b. Data Sekunder

Kata sekunder berasal dari bahasa Inggris *secondary* yang berarti kedua atau bukan secara langsung dari sumbernya melainkan dari pihak lain. Data sekunder juga didefinisikan sebagai data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, bukan oleh peneliti sendiri, yang bertujuan lain. Artinya peneliti adalah “tangan kedua” yang sekedar mencatat, mengakses atau meminta data tersebut ke pihak lain yang telah mengumpulkannya di lapangan. Peneliti hanya memanfaatkan data yang ada untuk penelitiannya. Keberadaan data sekunder tidak dipengaruhi riset yang akan dijalankan peneliti, sebab data tersebut sudah disediakan pihak lain. (Istijanto,2009:38)

Adapun data sekunder dalam penelitian ini berupa buku-buku, jurnal-jurnal, media internet dan literature lainnya yang berkaitan dengan obyek penelitian. Data diperoleh dari teori-teori tentang faktor harga, kualitas produk, pelayanan dan keputusan pembelian.

3.3.2 Sumber Data

Menurut Istijanto, (2009:35) menyatakan bahwa data adalah informasi yang dihasilkan oleh riset pemasaran yang merupakan hasil akhir proses pengolahan selama berlangsung riset. Informasi pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data sehingga sering juga disebut sebagai data mentah. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal dan eksternal, sebagai berikut:

a. Data Internal

Menurut Istijanto, (2009:39) mengatakan sesuai dengan namanya, data ini berasal dari dalam perusahaan yang bersangkutan. Data internal yang tersedia di dalam perusahaan biasanya berkaitan dengan kegiatan operasional perusahaan yang dicatat secara rutin. Tiap bagian atau departemen perusahaan yang dikelola dengan baik akan memiliki catatan data sesuai dengan bagiannya. Data internal dalam perusahaan ini diperoleh dari minimarket Mikro mart.

b. Data Eksternal

Menurut Istijanto, (2009:41) menyatakan bahwa sesuai dengan kata eksternal yang berarti dari luar, data eksternal merupakan data dari luar perusahaan, artinya yang mengumpulkan atau mempublikasikan data bukanlah perusahaan yang bersangkutan melainkan organisasi lain, seperti pemerintah, organisasi nirlaba atau yayasan, asosiasi dagang, perusahaan investasi atau perusahaan riset.

Sumber data penelitian ini adalah eksternal. Data eksternal dalam penelitian ini adalah konsumen minimarket Mikro mart melalui kuesioner.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi didefinisikan sebagai suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang akan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017:136).

Populasi di penelitian ini adalah konsumen pembeli produk Ponds di minimarket Mikro mart di Lumajang. Jumlah populasi rata-rata 1 bulan 60 sampai dengan 70.

3.4.2 Sampel

Sampel diartikan sebagai suatu himpunan bagian (*subset*) dari sebuah unit populasi. Misalnya, suatu perusahaan sedang diaudit tingkat kesalahan dalam pencatatan rekeningnya. Dari pada mengamati semua rekening dalam suatu perusahaan yang jumlahnya, misalkan 5.500 rekening, seorang auditor bisa saja memilih dan mengamati sampel hanya sebanyak 100 rekening (Kuncoro,2009:118). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini berupa teknik *insidental sampling / nonprobability sampling*. (Sugiyono,2015:141) menjelaskan bahwa teknik *nonprobability sampling* adalah pengambilan sampel yang tidak memberi peluang / kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk di pilih menjadi sampel dan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Teknik sampel ini meliputi *sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, snowball*. Adapun kriteria yang memenuhi untuk menjadi responden dalam penelitian ini yaitu harus konsumen yang membeli

produk Ponds dan konsumen yang membeli produk Ponds di minimarket Mikro mart.

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

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1 Identifikasi Variabel

Variabel penelitian diartikan sebagai segala sesuatu yang berbentuk yang bisa ditetapkan sebagai obyek penelitian untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut yang kemudian bisa ditarik kesimpulan (Sugiyono,2017:66).

Dalam penelitian ini menggunakan 4 (empat) variabel terdiri dari 3 (tiga) variabel independen yaitu harga, kualitas produk dan pelayanan dan 1 (satu) variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

a. Variabel Independen

Menurut Sugiyono, (2017:68) menyatakan bahwa variabel independen adalah variabel yang 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. Variabel independen di penelitian ini adalah harga, kualitas produk dan pelayanan.

b. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono, (2017:68) menyatakan bahwa variabel dependen adalah variabel yang sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual Variabel

Variabel independen dalam penelitian ini adalah harga (X1), kualitas produk (X2), pelayanan (X3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Teori yang mendasari konsep Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dalam penelitian ini adalah literatur-literatur yang berhubungan dengan keempat variabel.

a. Harga (X1)

Menurut Yulianti (2016:78) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

b. Kualitas Produk (X2)

Menurut Keller (2009:143) bahwa kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk

memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas merupakan definisi yang berpusat pada pelanggan. Penjual telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Pelanggan yang memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggannya sepanjang waktu disebut perusahaan berkualitas, tetapi kita harus membedakan antara kesesuaian kualitas dan kinerja (atau tingkat) kualitas.

c. Pelayanan (X3)

Menurut Kotler (2002:83) Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

d. Kualitas Pembelian (Y)

Pengertian keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler dan Armstrong, 2001:226). Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pemenuhan keinginan kebutuhan.

3.5.3 Definisi Operasional Variabel

a. Harga (X1)

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345) harga adalah elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga juga merupakan satu dari elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel. Tidak seperti fitur produk dan komitmen penyalur, harga dapat berubah dengan cepat.

Adapun indikator dari variabel harga (Kotler dan Armstrong, 2001:14) adalah

- 1) Harga yang sesuai dengan manfaat
- 2) Persepsi harga dan manfaat
- 3) Harga barang terjangkau
- 4) Persaingan harga
- 5) Kesesuaian antara barang dengan kualitasnya

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

- a) Harga yang diberikan sesuai dengan manfaat produk Ponds
- b) Persepsi konsumen terhadap harga yang di berikan telah sesuai dengan manfaat produk
- c) Ponds memberikan harga yang sesuai dan terjangkau
- d) Ponds memberikan harga yang mampu bersaing dengan produk lain
- e) Harga Ponds yang di berikan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan

b. Kualitas Produk (X2)

Menurut Kotler dan Keller (2009:143) bahwa kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas merupakan definisi yang berpusat pada pelanggan. Penjual telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Pelanggan yang memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggannya sepanjang waktu disebut perusahaan berkualitas, tetapi kita harus membedakan antara kesesuaian kualitas dan kinerja (atau tingkat) kualitas.

Menurut Garvin (1988) dalam Purba (2017:54) Indikator dari variabel independen kualitas produk dalam penelitian ini mengacu pada dimensi kualitas produk yaitu :

- 1) Kinerja atau performa (*performance*)
- 2) Keistimewaan (*features*)
- 3) Keandalan (*reliability*)
- 4) Kesesuaian (*conformance*)
- 5) Daya Tahan (*durability*)
- 6) Kesanggupan (*serviceability*)
- 7) Estetika (*aesthetics*)
- 8) Ketetapan Kualitas (*perceived quality*)

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

- a) Produk Ponds memiliki mutu yang baik
- b) Produk Ponds memiliki varian produk yang banyak
- c) Produk Ponds dapat diandalkan
- d) Produk Ponds mempunyai hasil yang sesuai dengan fungsinya
- e) Produk Ponds memiliki ketahanan yang baik
- f) Produk Ponds mudah di dapatkan
- g) Produk Ponds memiliki kemasan yang praktis sehingga mudah di bawa
- h) Produk Ponds memiliki kualitas yang baik dengan mempunyai bpom

c. Pelayanan (X3)

Menurut Kasmir (2017:47) pelayanan dapat diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau sesama karyawan.

Menurut Tjiptono (2016:162) Indikator dari variabel independen pelayanan yaitu :

- 1) Reliabilitas (*Reliability*)
- 2) Daya Tangkap (*Responsibility*)
- 3) Jaminan (*Assurance*)
- 4) Empati (*Empathy*)
- 5) Bukti Fisik (*Tangibles*)

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

- a) Menyediakan jasa sesuai yang telah dijanjikan
- b) Menginformasikan pelanggan tentang kelebihan produk
- c) Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para konsumen
- d) Memberikan perhatian individual kepada para konsumen
- e) Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional

d. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan keputusan tentang apa yang akan dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli dan bagaimana cara membayarnya (Sunyoto,2015:249). Dalam penelitian ini, indikator keputusan pembelian yang digunakan merujuk pada tahapan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

Abdullah dan Tantri (2012) dalam Sudaryono (2016,110) yaitu :

- 1) Pengenalan kebutuhan
- 2) Pencarian informasi
- 3) Evaluasi alternatif
- 4) Keputusan pembelian
- 5) Konsumsi pascapembelian dan evaluasi

Berdasarkan indikator tentang keputusan pembelian, maka disusun kuisioner dengan jawaban dalam skala *Likert* yang di sesuaikan dengan obyek penelitian yaitu:

- a) Saya akan membeli produk Ponds di minimarket Mikro mart di Lumajang karena saya membutuhkannya
- b) Saya mencari informasi sebelum saya memutuskan membeli produk Ponds
- c) Saya membandingkan dengan produk lain sebelum saya membeli produk Ponds
- d) Saya pasti melakukan pembelian produk Ponds di minimarket Mikro mart di Lumajang
- e) Setelah melakukan pembelian produk Ponds, saya akan membeli lagi produk Ponds di minimarket Mikro mat di Lumajang

Pada prinsipnya peneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam, oleh karena itu harus ada alat ukur yang baik. “Alat ukur dalam penelitian dinamakan instrumenn penelitian yaitu suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang sedang diamati, secara spesifik fenomena ini disebut dengan variabel penelitian” (Sugiyono, 2009:146).

Tabel 3.2 Variabel dan Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber Data
1	Harga (X1)	X1.1 Harga yang sesuai dengan manfaat	1. Harga ponds yang diberikan sesuai dengan kegunaannya	Ordinal	Kotler dan Amstrong (2001:345)
		X2.2 Persepi harga dan manfaat	2. Harga yang diberikan sesuai dengan manfaat produk		
		X2.3 Harga barang terjangkau	3. Ponds memberikan harga yang sesuai dan terjangkau		
		X2.4 Persaingan harga	4. Ponds memberikan harga yang mampu bersaing dengan produk lain		
		X2.5 Kesesuaian antara barang dengan kualitasnya	5. Harga ponds yang di berikan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan		
No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber Data
2	Kualitas Produk (X2)	X2.1 Kinerja atau performa (<i>performance</i>)	1. Produk ponds memiliki mutu yang baik	Ordinal	Garvin (1988) dalam Humiras Hardi Purba (2017:54)
		X2.2 Keistimewaan (<i>features</i>)	2. Produk ponds memiliki varian produk yang banyak		
		X2.3 Kehandalan (<i>reliability</i>)	3. Produk ponds mempunyai mutu yang sama dengan pesaing		
		X2.4 Kesesuaian (<i>conformance</i>)	4. Produk ponds mempunyai hasil yang sesuai dengan fungsinya		
		X2.5 Daya Tahan (<i>durability</i>)	5. Produk ponds memiliki ketahanan yang baik		
		X2.6 Kesanggupan (<i>serviceability</i>)	6. Produk ponds mudah di dapatkan		

		X2.7 Estetika (<i>aesthetics</i>)	7. Produk ponds memiliki kemasan yang praktis sehingga mudah di bawa		
		X2.8 Ketetapan Kualitas (<i>perceived quality</i>)	8. Produk ponds memiliki kualitas yang baik dengan mempunyai bpom		
3.	Pelayanan (X3)	1. Reliabilitas (<i>Reliability</i>) 2. Daya Tangkap (<i>Responsibility</i>) 3. Jaminan (<i>Assurance</i>) 4. Empati (<i>Empathy</i>) 5. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	1. Menyediakan jasa sesuai yang telah dijanjikan 2. Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa 3. Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para konsumen 4. Memberikan perhatian individual kepada para konsumen 5. Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional	Ordinal	Fandi Tjiptono (2016:162)

No	Variabel	Indikator	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber Data
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Y.1 Pengenalan kebutuhan Y.2 Pencarian informasi Y.3 Evaluasi alternatif Y.4 Keputusan pembelian Y.5 Konsumsi pascapembelian dan evaluasi	1. Saya akan membeli produk ponds di minimarket Mikromart di Lumajang karena saya membutuhkannya 2. Saya mencari informasi sebelum saya memutuskan membeli produk ponds 3. Saya membandingkan dengan produk lain sebelum saya membeli produk ponds 4. Saya pasti melakukan pembelian produk ponds di minimarket Mikromart di Lumajang 5. Setelah melakukan pembelian produk ponds, saya akan membeli lagi produk ponds di minimarket Mikromat di Lumajang	Ordinal	Abdullah dan Tantri (2012) dalam Sudaryono (2016,110)

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Wawancara

“Wawancara (*interview*) adalah sebuah proses untuk mendapat keterangan yang jelas dengan tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka (*face to face*) pewawancara dengan orang yang diwawancarai atau responden (Bungin, 2005:136).

3.6.2 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:225) menyatakan bahwa kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan

atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada konsumen produk ponds minimarket mikro mart di Lumajang. Teknik skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*.

Menurut Sugiyono, (2017:158) menyatakan bahwa skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Untuk pengukuran data untuk variabel Harga, Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian, dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pernyataan dari koesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*.

Skala *likert* dapat digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat, dan bahkan juga dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2017:158).

Sugiyono (2017:159) berpendapat bahwa cara memberi skor pada skala *likert* sebagai berikut:

1) Setuju/selalu/sangat positif diberi skor

- | | |
|---|---|
| 2) Setuju/seering/positif diberi skor | 4 |
| 3) Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor | 3 |
| 4) Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor | 2 |
| 5) Sangat tidak setuju/tidak pernah/diberi skor | 1 |

3.6.3 Observasi

Menurut Sugiyono, (2017:229) mengemukakan bahwa observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga objek-objek alam yang lain.

Menurut Sutrisno Hadi (1986) dalam Sugiyono, (2017:229) menyatakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantaranya yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan datang langsung ke minimarket tempat penelitian konsumen yang membeli produk ponds.

3.6.4 Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian dengan cara membaca literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Untuk memperoleh teori-teori yang mendukung penelitian ini, peneliti melakukan studi

kepuustakaan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang pengaruh harga, kualitas produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian.

3.7 Teknik Analisis Data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat kausal. Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah jelas, yaitu diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang sudah dirumuskan dalam proposal peneliti (Sugiyono, 2017:480).

Sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh terhadap kuesioner maka, perlu melakukan 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 Heterokedastissitas (*Heterokedasticity*).

3.7.1 Pengujian Instrumen Penelitian

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

a. Pengujian Validitas

Menurut Sugiyono, (2017:509) mendefinisikan bahwa validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid

adalah data “data yang tidak berbeda” antara data yang oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian.

Pengujian validitas penelitian ini menggunakan analisis korelasi *Product Moment*, dengan mengkolerasikan skor setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor item. Rumus korelasi *Product Moment* (Umar, 2011:131) sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi
- n = Jumlah observasi/responden
- X = Skor butir
- Y = Skor total

Menurut Sugiyono, (2017:204) menyatakan bahwa 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.

b. Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono, (2017:510) mengatakan bahwa reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih

peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Karena reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi, maka bila ada peneliti lain mengulangi atau mereplikasi dalam penelitian pada obyek yang sama dengan metode yang sama maka akan menghasilkan data yang sama. Suatu data yang reliabel atau konsisten akan cenderung valid, walaupun belum tentu valid.

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel berikut:

Tabel 3.3 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 : Nugroho (2011:33)

3.7.2 Pengujian Asumsi Dasar Linier Berganda

Penelitian yang menggunakan regresi linier berganda harus memenuhi asumsi-asumsi yang ditetapkan agar menghasilkan nilai-nilai koefisien sebagai penduga yang tidak bias. Adapun asumsi-asumsi yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- a. Variabel tak bebas dan variabel bebas memiliki hubungan linier atau hubungan berupa garis lurus.
- b. Variabel tak bebas haruslah bersifat *continue* atau setidaknya berskala interval.

- c. Keragaman dari selisih nilai pengamatan dan pendugaan harus sama untuk semua nilai perkiraan Y . Jadi, $(Y - Y')$ kira-kira harus sama semua nilai Y' . Apabila kondisi ini tidak terpenuhi maka disebut *heteroskedastisitas* dan residu yang dihitung dari $(Y - Y')$ harus menyebar normal dengan rata-rata nol.
- d. Pengamatan-pengamatan variabel tak bebas berikutnya harus tidak berkorelasi. Pelanggaran asumsi ini disebut *autokorelasi* yang biasanya terjadi pada data *time series* (runtun waktu).

Tidak adanya korelasi yang sempurna antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain. Apabila asumsi ini dilanggar disebut *multikolinearitas* (Sanusi, 2011:135).

a. Pengujian Normalitas Data

Menurut Umar (2011:181) menyatakan uji normalitas dilakukan untuk mengetahui variabel dependen, variabel independen atau pun keduanya memiliki distribusi normal, mendekati atau tidak berdistribusi sama sekali. Model regresi yang bagus adalah berdistribusi normal atau mendekati, hal tersebut dapat diketahui dengan adanya penggambaran penyebaran pada data di grafik. Apabila data tersebut menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah dari garis diagonalnya maka dapat dikatakan regresi tersebut diasumsikan normal. Normalitas data dapat diuji dengan beberapa cara seperti yang disebutkan oleh (Singgih Santoso, 2012:361) adalah sebagai berikut :

- 1) Pengukur bentuk, distribusi normal memiliki bentuk simetris pada nilai mean, median dan mengumpul disatu titik tengah.

- 2) Normalitas data dapat diukur dengan rumus *skweness*. Apabila *skweness* memiliki nilai positif sebaran yang dihasilkan menceng ke kiri, apabila *skweness* memiliki nilai negatif sebaran yang dihasilkan menceng ke kanan.

$$Z = \frac{Skweness}{\sqrt{6/N}}$$

- 3) Cara menilai yang selanjutnya adalah dengan membandingkan nilai yang ada pada Z tabel dengan Z hitung, apabila nilai Z hitung lebih kecil dapat dikatakan asumsi normalitasnya terpenuhi.
- 4) Normalitas dinilai dengan melihat pada *output* SPSS yaitu *normal probability plot*, apabila nilai sebarannya letaknya disekitar garis lurus maka normalitasnya terpenuhi.

b. Pengujian Multikolinieritas

Menurut Umar (2011:177) menyatakan uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui model regresi ada hubungan antar variabel independen atau tidak. Apabila tidak ada korelasi inilah yang menjadi masalah pada multikolinieritas. Beberapa cara untuk mengatasi multikolinieritas adalah sebagai berikut :

- 1) Korelasi tinggi menunjukkan adanya kolinearitas, akan tetapi kolinearitas juga bisa terjadi saat korelasi rendah.
- 2) R^2 dalam keadaan tinggi akan tetapi r^2 parsialnya dalam keadaan rendah menunjukkan variabel bebas berkorelasi tinggi atau satu diantaranya berlebihan.

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Menurut Umar (2011:179) menyatakan uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat ketidaksamaan varians residual pengamatan yang satu dengan yang lain pada model regresi. Pengamatan satu dengan yang lain memiliki varians residual tetap dinamakan *homoskedastistas*, apabila varians residualnya berbeda dinamakan *heteroskedastistas*. Model regresi yang bagus yaitu yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengambilan keputusan memiliki dasar pengambilan yang akan menentukan ada atau tidaknya heteroskedastistas (Ghozali, 2013:134) adalah sebagai berikut :

- 1) Apabila terdapat pola tertentu, titik – titik yang membentuk pola teratur dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Apabila pola yang ada tidak jelas dan penyebaran titik berada di atas atau dibawah angka 0 di sumbu Y maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono, (2017:305) menyatakan analisis regresi linier berganda dilakukan oleh peneliti yang akan meramalkan keadaan naik turunnya variabel dependen dengan variabel independen yang lebih dari 1 (satu).

Menurut Widarjono (2015: 11) menyebutkan rumus umum persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta^1 X^1 + \beta^2 X^2 + \beta^3 X^3 + e$$

Keterangan :

Y : variabel dependen

β_0 : konstanta

$\beta_1 \& X_1$: Koefisien regresi variabel independen

X_1 : Variabel independen 1

X_2 : Variabel independen 2

X_3 : Variabel independen 3

E : eror

Analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel independen yaitu budaya, pribadi dan sosial dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian serta untuk mengetahui hubungan yang terjadi.

3.7.4 Pengujian Hipotesis

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

a. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Widarjono (2015:22) menyatakan bahwa uji t berfungsi untuk memberikan bukti terhadap variabel independen secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Peneliti mengajukan dua hipotesis yaitu hipotesis nol H_0 dan hipotesis alternatif H_a . Hipotesis nol disebutkan dengan anggapan benar yang kemudian akan dibuktikan salah dengan sampel yang ada. Sedangkan hipotesis alternatif disebutkan harus memiliki kebenaran ketika hipotesis nol dibuktikan salah. Langkah – langkah pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

1) Merumuskan hipotesis.

Hipotesis Pertama

H_0 :Tidak terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket Mikro mart di Lumajang

H_a :Terdapat pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket Mikro mart di Lumajang

Hipotesis kedua

H_0 :Tidak terdapat pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket Mikro mart di Lumajang

H_a :Terdapat pengaruh kualitas produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket Mikro mart di Lumajang

Hipotesis Ketiga

H_0 :Tidak terdapat pengaruh pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket Mikro mart di Lumajang

H_a :Terdapat pengaruh pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket Mikro mart di Lumajang

2) Menentukan level signifikansi $\alpha=5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian:

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

Apabila $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

- 4) Menemukan nilai t hitung dengan rumus:

$$t \text{ hitung} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standar error}}$$

- 5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t hitung dengan t tabel.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen atau merupakan uji signifikansi model regresi. Uji F ini bisa dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA). Widarjono (2015 : 19).

Langkah-langkahnya sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh harga, kualitas produk dan pelayanan yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk ponds pada minimarket Mikro mart.

H_a : Terdapat pengaruh harga, keputusan pembelian dan pelayanan yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk ponds pada minimarket Mikro mart.

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

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

3.7.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sanusi (2012:136) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) sama dengan koefisien majemuk yang hampir sama dengan r^2 . R serupa dengan

r akan tetapi memiliki perbedaan fungsi (kecuali regresi linier sederhana) pada regresi linier berganda yaitu menggunakan nilai *R-Square*.

Koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini adalah untuk mencari besarnya pengaruh antara variabel independen yaitu harga, kualitas produk dan pelayann terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen minimarket Mikro mart di Lumajang).

