

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang artinya metode penelitian berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2009:13).

Untuk menganalisis variabel independent (X) yang terdiri dari variabel Promosi, Diversifikasi Produk dan Saluran Distribusi terhadap Penjualan Produk (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 Promosi (X_1), Diversifikasi produk (X_2), dan Saluran Distribusi (X_3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu Pembelian Produk pada Distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian.

3.2. Obyek Penelitian.

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah pelanggan mie Sedaap pada Distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian, dengan pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti memilih lokasi pelanggan mie Sedaap pada Distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian adalah:

- a) Lokasi obyek penelitian pelanggan mie Sedaap di area Pasirian.

- b) Perkembangan mie Sedaap di area Pasirian cukup pesat sehingga mampu bersaing dengan produk mie instan lainnya.
- c) Kemudahan dalam mendapatkan izin dan informasi
- d) Ketersediaan waktu yang dimiliki dan biaya yang tidak begitu besar dalam pelaksanaan proses penelitian.

3.3.Sumber dan Jenis Data

3.3.1.Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal dan data eksternal, sebagai berikut:

a. Data Internal

“Data ini bersifat intern atau dari dalam perusahaan yang bersangkutan” (Istijanto, 2010:34).Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari dan PT.Tekad Karya Putera Lumajang, data jumlah outlet, profil perusahaan, dasar hukum pendirian dan surat perijinan.

b. Data Eksternal

“Jenis data kedua yang telah tersedia karena dikumpulkan pihak lain” (Istijanto, 2010:35).Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini adalah data pelanggan mie Sedaap PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian.

3.3.2. Jenis Data

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

a. Data Primer

“Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus” (Istijanto, 2010:38).

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu pelanggan mie Sedaap di area Pasirandan hasil wawancara dengan pelanggan mie Sedaap PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian.

b. Data Sekunder

Sesuai dengan arti kata sekunder (bahasa Inggris “*secondary*”) yang berarti kedua (bukan secara langsung dari sumbernya) data sekunder dapat didefinisikan sebagai data yang telah dikumpulkan pihak lain, bukan oleh periset sendiri, untuk tujuan lain. Artinya, periset adalah tangan kedua” yang sekedar mencatat, mengakses atau meminta data tersebut (yang kadang sudah berwujud informasi) ke pihak lain yang telah mengumpulkannya dilapangan. Periset hanya memanfaatkan data yang ada untuk penelitiannya. Keberadaan data sekunder tidak dipengaruhi riset yang akan dijalankan peneliti, sebab data tersebut sudah disediakan pihak lain secara berkala atau pada waktu tertentu (Istijanto, 2010:33).

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari catatan dan dokumentasi lain yang berasal dari pelanggan mie Sedaap pada Distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai nilai dan karakter tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, lalu ditarik kesimpulan (Sugiyono 2015:148). Dalam penelitian ini populasinya sebanyak 180 responden adalah semua atlet mie Sedaap di area Pasirian.

3.4.2. Sampel

Sampel merupakan elemen dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2015:149). Ada dua teknik yang bisa dilakukan untuk pengambilan sampel yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk penelitian ini adalah *probability sampling* dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Random sampling merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara tidak beraturan tanpa memperhatikan tingkat yang ada dalam populasi itu. (Sugiyono 2015:152)

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017:137). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. *Simple random sampling* dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2017:140).

Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Teori *Roscoe* dalam buku *Research Method for Business* (1982:253) seperti yang dikutip dalam Sugiyono (2015:164) yang mengungkapkan untuk menentukan skala sampel penelitian bisa dilakukan dengan beberapa refensi yakni:

- 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 hari kategori minimal 30.
- c) Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi linier berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 4 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 4 = 40$.
- d) Ukuran penelitian eksperimen yang sederhana, yaitu menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 30.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis multivariate yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 3 (tiga) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil 15×4 variabel = 60 anggota sampel.

3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu sifat atau atribut dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2015:95).

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen terdiri dari 3 (tiga) variabel (X). Sedangkan variabel dependen ada 1 (satu) variabel (Y).

a) Variabel Independen

Variabel Independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono 2015:96). Variabel independen dilambangkan dengan (X) memiliki pengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen (Y). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu :

1. Promosi (X_1)
2. Diversifikasi Produk (X_2)
3. Saluran Distribusi (X_3)

b) Variabel Dependen

Variabel dependen kerap disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia kerap disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya

variabel bebas (Sugiyono 2015:97). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.5.2. Definisi Konseptual Variabel dan Operasional Variabel

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Promosi (X_1), Diversifikasi Produk (X_2), dan Saluran Distribusi (X_3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Pembelian. Teori-teori yang mendasari konsep Promosi, Diversifikasi Produk, dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian ini adalah literatur-literatur yang berhubungan dengan keempat variabel penelitian tersebut.

Pengambilan Keputusan ini adalah literatur-literatur yang berhubungan dengan keempat variabel penelitian tersebut.

1) Promosi

Menurut Alma (2011:180) "Promosi ialah usaha yang dilakukan oleh marketer, berkomunikasi dengan calon audien."

Komunikasi adalah sebuah proses membagi ide, informasi, atau perasaan audiens.

Ada 4 Indikator promosi, seperti diungkapkan Philip Kotler dan Gary Amstrong (dalam Alma 2011-181) yaitu :

- a. *Advertising*
- b. *Sales Promotion*
- c. *Public Relation*
- d. *Personal Selling*

Berdasarkan indikator tersebut maka disusun kuesioner dengan kalimat pernyataan dalam skala likert, sebagai berikut :

- a. Produk mie sedaap pada distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian selalu mengiklankan produknya di Media Sosial.
- b. Produk mie sedaap pada distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian melakukan penjualan secara langsung pada pelanggan.
- c. Produk mie sedaap pada distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian selalu melakukan promosi penjualan.
- d. Produk mie sedaap pada distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian melakukan komunikasi langsung dalam mempromosikan produknya dari mulut ke mulut antara *sales* dan pelanggan.

2) Diversifikasi Produk

Sugito (2008) dalam Tengku Putri Lindung Bulan menyatakan bahwa ada beberapa usaha atau cara yang dapat dilakukan pada strategi diversifikasi, yaitu:

- a) Pemisahan menambah lini produk baru, sehingga sama saja memperlebar bauran produk. Dengan cara ini lini baru akan dimanfaatkan kesempatan dari reputasi perusahaan.
- b) Memperpanjang lini yang ada sehingga menjadi suatu perusahaan dengan lini produk yang lebih lengkap.
- c) Perusahaan menambah atau mengurangi konsistensi lini produk, tergantung apakah perusahaan ingin meraih reputasi kuat pada suatu bidang saja atau melibatkan diri pada beberapa bidang.

Indikator Diversifikasi Produk sebagai berikut:

- a. Luas pemasaran
- b. Tingkat persaingan
- c. Kemampuan teknis

Berdasarkan indikator tersebut maka disusun kuesioner dengan kalimat pernyataan dalam skala likert, sebagai berikut :

- a. Produk mie sedaap pada distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian memiliki cakupan yang luas di area pasirian dalam pemasaran produknya.
- b. Produk mie sedaap pada distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian sangat bersaing dengan produk mie instan yang terdapat di pasaran.
- c. Produk mie sedaap pada distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian kualitas produknya terjamin.

3) Saluran Distribusi

Secara garis besar, saluran distribusi (*place*) mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha mempermudah penyampaian, penyerahan, atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga sesuai dengan yang diperlukan (Tjiptono, 2015:235).

Indikator untuk variabel saluran distribusi dalam penelitian ini adalah:

- a. Cakupan Pasar
- b. Lokasi Pembelian
- c. Kecukupan Produk

Berdasarkan indikator tersebut maka disusun kuesioner dengan kalimat pernyataan dalam skala likert, sebagai berikut :

- a. Pelanggan sangat mudah mendapatkan Produk mie sedaap pada distributorPT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian.
- b. Lokasi Produk mie sedaap pada distributorPT. Tekad Karya Putera Lumajang berada di tengah kota.
- c. Produk mie sedaap pada distributorPT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian yang ada lengkap dalam hal varian rasa.

4) Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller, (2008:184) adapun indikator variabel keputusan pembelian sebagai berikut:

- a. Pengenalan masalah
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi alternatif
- d. Keputusan pembelian
- e. Perilaku pasca pembelian

Untuk menjangkau pendapat responden mengenai keputusan pembelian, maka disusun kuisisioner dengan pernyataan sebagai berikut:

- a. Saya membeli produk karena sesuai dengan kebutuhan.
- b. Saya mencari informasi sebelum membeli produk mie sedaap.
- c. Mie sedaap menyediakan rasa yang bervariasi dan harganya murah.
- d. Melakukan perbandingan dan menyeleksi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli mie sedaap.

- e. Saya merasa cocok dengan produk mie sedaap sehingga akan membeli lagi di lain waktu.

3.6. Metode Pengumpulan Data

3.6.1. Observasi

Observasi sebagai metode pengumpulan data mempunyai ciri yang khas jika dibandingkan dengan metode yang lain, yaitu kuesioner dan wawancara. Kalau kuesioner dan wawancara selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak ada batasan pada orang tetapi juga objek–objek alam yang lain (Sugiyono 2015:234).

Observasi merupakan suatu cara yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang penting adalah proses–proses ingatan dan pengamatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan jika, penelitian berkaitan dengan sikap manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan jika responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono 2015:235). Observasi yang dilakukan peneliti adalah datang dan mengamati langsung terhadap responden yaitu pelanggan produk mie sedaap distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang di Area Pasirian.

3.6.2. Wawancara

“Interview is a data collection methods in which an interviewer (the researcher or someone working for the researcher) asks question of an interviewee (the research participant)”. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan

suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai” Cristensen (dalam Sugiyono, 2015:224).

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pelanggan mie Sedaap pada Distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian.

3.6.3.Kuesioner

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

Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada pelanggan mie Sedaap pada Distributor PT.Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian.Dengan menyebarkan kuesioner ini diharapkan akan mendapatkan data tentang Dampak Promosi, Diversifikasi Produk dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Produk mie Sedaap pada Distributor PT.Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian.

Pengukuran data untuk Dampak Promosi, Diversifikasi Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap pada Distributor PT.Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian. Dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pernyataan kuesioner.Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*. Adapun bentuk skala *likert* antara lain :

Tabel 3.1 Skala Likert

A	Setuju atau selalu atau sangat positif diberi skor	5
b	Setuju atau sering atau positif diberi skor	4
C	Ragu-ragu atau kadang-kadang atau netral diberi skor	3
D	Tidak setuju atau hampir tidak pernah atau negatif diberi skor	2
E	Sangat tidak setuju atau tidak pernah atau sangat negatif diberi skor	1

3.6.4. Dokumentasi

“Dokumen adalah ulasan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk gambar, tulisan atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono 2012:422). Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa gambaran umum dari data pelanggan mie sedaap pada Distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian.

3.6.5. Studi Pustaka

Menurut Afrizal (2016:122-123) menyatakan bahwa: Studi pustaka merupakan bagian dari sebuah proposal penelitian yang berisikan informasi-informasi yang diperoleh dari jurnal, buku dan kertas kerja (*working paper*). Ada beberapa tujuan menulis studi pustaka dalam sebuah proposal penelitian, yaitu:

- 1) Menginformasikan kepada diri peneliti sendiri dan pada pembaca hasil-hasil studi yang berkaitan erat dengan topik penelitiannya. Ini penting untuk menunjukkan kepada pembaca bahwa peneliti mengikuti perkembangan wacana tentang topik yang akan diteliti.
- 2) Menghubungkan studi yang akan dilakukan dengan studi-studi yang pernah dilakukan sebelumnya. Hal ini berguna bagi peneliti untuk menjelaskan kedudukan penelitiannya dalam kajian yang sama.
- 3) Menghubungkan studi yang akan dilakukan dengan topik yang lebih luas yang sedang dibicarakan. Bagian ini penting untuk menunjukkan kepada pembaca bahwa kajian ini bagian dari topik yang lebih besar yang merupakan bagian dari wacana disiplinnya atau persoalan yang lebih luas, dan demikian topik penelitiannya merupakan sebuah ilustrasi dari topik yang besar tersebut.

- 4) Menyediakan kerangka atau bingkai untuk penelitian. Dalam melakukan penelitian, para peneliti memerlukan alat-alat analisis. Alat-alat analisis tersebut berupa konsep, klasifikasi dan teori untuk menganalisis data. Dia juga memerlukan arahan mengenai informasi apa yang akan dikumpulkan dalam penelitian. Semua ini memerlukan studi pustaka dan isi studi pustaka perlu mencakup hal-hal tersebut.

Studi pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membaca literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, berupa teori-teori yang dikemukakan para ahli yang berhubungan dengan penelitian diperoleh dari buku, jurnal, skripsi, dan internet.

3.7. Teknik Analisi Data

Pada penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang dipakai sudah jelas yaitu dengan diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal (Sugiyono 2015:331).Sebelum dilakukannya analisis dan uji pengaruh, kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda dan menggunakan alat uji SPSS. Data harus berdistribusi normal, terbebas dari multikolinieritas (*multicolonearity*) dan heterokedastisitas (*heterokedasticity*).

3.7.1. Pengujian Instrumen

a. Pengujian Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang

dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono 2015:361).

Menurut Umar (2011:131) Pengujian validitas penelitian ini mempergunakan analisis korelasi *Product Moment*, dengan mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor item. Rumus korelasi *Product Moment* antara lain:

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah observasi / responden

X = Skor butir

Y = Skor total

Menurut Sugiyono (2012:178) 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

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *test-retest (stability)*, *equivalent* dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrumen diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan

teknik tertentu Sugiyono, (2015:213). 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 (Sugiyono 2015:362).

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

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4	0,601 – 0,80	Reliabel
5	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho (2011:33)

3.7.2. Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

Penelitian yang menggunakan alat analisis regresi dan korelasi berganda harus mengenali asumsi–asumsi yang mendasarinya. Apabila asumsi–asumsi dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin berbeda dari kenyataan (biasa).

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

- a. Variabel bebas dan variabel dependen memiliki hubungan yang linier (garis lurus).
- b. Variabel dependen harus kontinu dan setidaknya berupa skala interval. Variasi dari perbedaan antara aktual dan nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi Y . Artinya, nilai $(Y-Y')$ harus sama untuk semua nilai Y' . Jika hal ini terjadi, perbedaan menurut '*homoscedasticity*'. Selain itu, nilai residual atau $(Y-Y')$ harus terdistribusi secara normal dengan rata–rata nol.
- c. Nilai observasi yang berurutan dari variabel dependen harus tidak berhubungan (tidak berkorelasi). Pelanggaran terhadap asumsi disebut (*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 independen lain dalam model. Jika variabel–variabel independen berkorelasi tinggi (positif maupun negatif), disebut *multicollinearity*.

a. Pengujian Normalitas Data

Menurut Umar (2008:79) menyatakan bahwa uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data

melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Menurut Kuncoro (2007:94) Penggunaan model analisis pengaruh terikat dengan asumsi bahwa data harus berdistribusi normal agar diperoleh hasil yang tidak bias, pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah data berada dalam distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametik.

Normalitas dari distribusi dapat diuji dengan beberapa cara sebagai berikut :

- 1) Menggunakan pengukur bentuk (*Measure of shape*) distribusi yang normal mempunyai bentuk simetris dengan nilai mean, median, dan metode yang mengumpul di satu titik tengah.
- 2) Pengujian normalitas dapat juga dilakukan dengan rumus skwness. Untuk ini digunakan uji Z yang membutuhkan suatu nilai statistik yaitu nilai skwness sebagai ukuran kemencengan sebaran. Jika skwness bernilai positif berarti sebaran data menceng kekiri dan sebaliknya jika bernilai negatif berarti sebaran data menceng kekanan.

$$Z = \frac{\text{Skwness}}{\sqrt{6/N}}$$

- 3) Selanjutnya nilai Z dihitung, dibandingkan dengan nilai Z tabel tanpa memperhatikan datanya. Jika nilai Z dihitung lebih kecil dari nilai Z tabel, maka asumsi normalitas terpenuhi atau data berada pada dalam distribusi normal.
- 4) Pengujian normalitas dapat juga dihitung dengan menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*.

b. Pengujian Multikolinieritas

Menurut Umar (2008:82) menyatakan bahwa uji multikolinieritas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antarvariabel independen. Jika terjadi korelasi kuat, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi.

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

- 1) Korelasi yang tinggi memberikan petunjuk adanya kolinearitas, tetapi tidak sebaliknya yakni adanya kolinearitas mengakibatkan korelasi yang tinggi. Kolinearitas dapat saja ada waktu korelasi dalam keadaan rendah.
- 2) Dianjurkan untuk melihat koefisien korelasi parsial. Jika R^2 sangat tinggi tetapi masing-masing r^2 parsialnya rendah memberikan petunjuk bahwa 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 terjadi multikolinieritas.

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Menurut Umar (2008:84) menyatakan bahwa 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 model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik (point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika ada pola yang jelas serta titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Ananta (1998) dalam Kuncoro (2007:96).

3.7.3. Pengujian Regresi Linier Berganda

Menurut Kuncoro (2007:77) menyatakan bahwa Analisis regresi berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

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

Persamaan regresinya adalah:

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

Keterangan :

Y = variabel dependen yaitu keputusan pembelian

X = variabel independen

X₁ = variabel Promosi

X₂ = variabel Diversifikasi Produk

X_3 = variabel Saluran Distribusi

a = konstanta

β = koefisien regresi variabel independen

e = *error*

3.7.4. Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1, X_2, X_3) terhadap variabel dependen (Y) baik secara parsial maupun simultan.

a. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Widarjono (2015:22), Uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Ada dua hipotesis yang diajukan oleh setiap peneliti yaitu hipotesis nol H_0 dan hipotesis alternatif H_a . Hipotesis nol merupakan angka numerik dari nilai parameter populasi. Hipotesis nol ini dianggap benar sampai kemudian bisa dibuktikan salah berdasarkan data sampel yang ada. Sementara itu hipotesis alternatif merupakan lawan dari hipotesis nol. Hipotesis alternatif ini harus benar ketika hipotesis nol terbukti salah.

Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh promosi, diversifikasi produk, dan saluran distribusi secara parsial terhadap keputusan pembelian produk mie sedaap pada distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian.

Ha: Terdapat pengaruh promosi, diversifikasi produk, dan saluran distribusi secara parsial terhadap keputusan pembelian produk mie sedaap pada distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian.

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

1) 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

2) Menentukan nilai t hitung dengan rumus:

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

3) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t hitung dengan t tabel.

a. 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 promosi, diversifikasi produk, dan saluran distribusi secara parsial terhadap keputusan pembelian produk mie sedaap pada distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian.

Ha: Tidak terdapat pengaruh promosi, diversifikasi produk, dan saluran distribusi secara parsial terhadap keputusan pembelian produk mie sedaap pada distributor PT. Tekad Karya Putera Lumajang di area Pasirian.

Adapun kriteria pengujiannya adalah:

- a. Menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$)
 - a) Jika tingkat signifikansi lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
 - b) Jika tingkat signifikansi lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.
- b. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel:
 - a) Jika F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_a diterima.
 - b) Jika F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima dan sebaliknya H_a ditolak.
- c. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil F hitung dengan F tabel.

3.7.5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan 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). 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 (Santoso 2012:355).