

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan mencari hubungan *asosiatif* yang bersifat kausal. Menurut Sugiyono (2008:8), "metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafah *positivime*, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. *Filsafah positivime* memandang realitas, gejala atau fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap atau kongkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat".

Menurut Sugiyono (2008:36) menyatakan bahwa, "penelitian *assosiatif* adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi)".

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel inovasi produk, kualitas pelayanan dan faktor psikologis terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknis analisis regresi linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan antara variabel independen yaitu inovasi produk (X1), kualitas pelayanan (X2), faktor psikologis (X3), dan terhadap regresi dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

3.2 Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah CV. Meubel Lumajang Sari Sofa, adapun pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti memilih lokasi di CV. Meubel Lumajang Sari Sofa adalah :

- a. Lokasi obyek penelitian yang berada tidak jauh dari di pusat kota Lumajang memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.
- b. Kemudahan dalam mendapatkan izin dan informasi.
- c. Ketersediaan waktu yang dimiliki dan biaya yang tidak begitu besar dalam pelaksanaan proses penelitian.

Adapun sebagai obyek penelitian adalah variabel independen adalah inovasi produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), faktor psikologis (X_3), terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

3.3 Sumber dan Jenis Data

3.3.1 Sumber Data

Menurut Istijanto (2009:35), “data adalah informasi yang dihasilkan oleh riset pemasaran yang merupakan hasil akhir proses pengolahan selama berlangsung riset. Informasi pada dasarnya berujung awal dari bahan mentah yang disebut data sehingga sering juga disebut sebagai data mentah (*raw data*)”.

3.3.1.1 Data Internal

Menurut Umar (2011:42), ” data internal merupakan data yang didapat dari dalam perusahaan atau organisasi dimana riset dilakukan”. Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari CV. Meubel Lumajang Sari Sofa yaitu surat izin dan profil CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

3.3.1.2 Data Eksternal

Menurut Umar (2011:42), “data eksternal merupakan data yang berasal dari luar organisasi tersebut”. Data eksternal dalam penelitian ini adalah data tentang kondisi persaingan usaha sejenis khususnya di Kabupaten Lumajang. Dalam penelitian ini tidak kami cantumkan.

3.3.2 Jenis Data

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

3.3.2.1 Data Primer

Menurut Umar (2011:42), “data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil dari kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti”. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen CV. Meubel Lumajang Sari Sofa dan hasil wawancara dengan pemilik dan konsumen CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

3.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sunyoto (2012:134), “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Dalam penelitian ini populasinya adalah semua konsumen yang telah membeli produk pada CV. Meubel Lumajang Sari Sofa. Menurut data yang diberikan dari pihak CV. Meubel Lumajang Sari Sofa di peroleh jumlah seluruh konsumen CV. Meubel Lumajang Sari Sofa terhitung mulai tahun 2016.

3.5 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2009:118), “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, yang akan digunakan untuk menduga karakteristik populasi”. Sampel dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang telah membeli produk-produk pada CV. Meubel Lumajang Sari Sofa pada tahun 2016 di Kecamatan Lumajang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling (Random Sampling)* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau 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; 2009:129), 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 berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 (sepuluh) kali dari jumlah variabel yang diteliti, termasuk di dalamnya adalah jumlah variabel independen dan dependen.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

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

3.5.1 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2008:142), “kuesioner adalah merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawabnya”.

Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada konsumen yang datang membeli produk kepada CV. Meubel Lumajang Sari Sofa, dengan jumlah responden sebanyak 40 orang konsumen. Tujuannya untuk menjangring pendapat responden tentang inovasi produk, kualitas pelayanan dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen.

Pengukuran data untuk variabel inovasi produk dan kualitas pelayanan serta faktor psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen, dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dari kuesioner. Untuk mengukur sikap dalam penelitian ini digunakan skala *likert*. Adapun bentuk skala *likert* menurut Jonathan Sarwono (2008:96) sebagai berikut :

- | | |
|--|---|
| a. Sangat setuju (SS) diberi skor | 5 |
| b. Setuju (ST) diberi skor | 4 |
| c. Ragu- ragu (RG) diberi skor | 3 |
| d. Tidak setuju (TS) diberi skor | 2 |
| e. Sangat tidak setuju (STS) diberi skor | 1 |

3.5.2 Wawancara

Menurut Sugiyono (2008:92), “wawancara atau *interview* adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden”. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pemilik dan konsumen CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

3.5.3 Observasi

Menurut Sugiyono (2008:93), “observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti mengamati secara langsung obyek penelitian, guna menambah data dan informasi yang diperlukan”. Observasi yang dilakukan peneliti adalah datang dan mengamati secara langsung obyek penelitian yaitu dengan mengamati perilaku pembeli CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

3.5.4 Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2008:92), “pengumpulan data dengan menggunakan dokumen-dokumen, buku atau arsip yang ada di perusahaan yang telah dipublikasikan dan dikaitkan dengan penelitian”. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa data-data perijinan CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

3.5.5 Studi Pustaka

Menurut Sugiyono (2008:93), “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 kepustakaan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

3.6 Variabel Penelitian

3.6.1 Identifikasi Variabel

Menurut Sugiyono (2009:58-59) mengemukakan bahwa, “variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulan”. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 4

(empat) variabel yaitu 3 (tiga) variabel independen/bebas dan 1 (satu) variabel dependen/terikat.

3.6.1.1 Variabel Independen

Menurut Indriantoro dan Supomo (2013:27), “variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain, sering disebut dengan variabel yang mendahului”.

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya adalah :

- a. Inovasi produk (X_1)
- b. Kualitas pelayanan (X_2)
- c. Faktor psikologis (X_3)

3.6.1.2 Variabel Dependen

Menurut Indriantoro dan Supomo (2013:37) “variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen dan sering disebut sebagai variabel konsekuensi”. Hakekat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas dari atau atas faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti. Variabel ini sering disebut sebagai variabel *output*, *kriteria*, *konsekuensi*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependennya adalah keputusan pembelian (Y).

3.6.2 Definisi Konseptual Variabel

Variabel independen dalam penelitian ini adalah inovasi produk (X_1), kualitas pelayanan (X_2), faktor psikologis (X_3), terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian CV. Meubel Lumajang Sari Sofa. Teori yang mendasari

konsep inovasi produk kualitas pelayanan dan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian CV. Meubel Lumajang Sari Sofa dalam penelitian ini adalah literatur-literatur yang berhubungan dengan ketiga variabel penelitian tersebut.

3.6.2.1 Inovasi produk (X_1)

Menurut Setiadi (2008:322), “sebuah inovasi dapat didefinisikan dengan bermacam cara”. Definisi yang paling lazim diterima ialah bahwa inovasi, yaitu suatu ide atau produk apapun yang dirasakan oleh calon adopter sebagai sesuatu yang baru.

3.6.2.2 Kualitas Pelayanan (X_2)

Menurut *American Society for Quality Control* (dalam Ratnasari, 2011: 103-104), “kualitas adalah keseluruhan dan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten, dan dengan kata lain kualitas suatu produk/jasa adalah sejauh mana produk/jasa memenuhi spesifikasi-spesifikasinya”.

3.6.2.3 Faktor Psikologis (X_3)

Menurut Adisaputro (2010:81), “faktor psikologis adalah faktor yang ada pada diri sendiri”.

3.6.2.4 Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler dan Keller (2008:240), “keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek–merek yang ada didalam kumpulan pilihan”.

3.6.3 Definisi Operasional

3.6.3.1 Inovasi Produk (X_1)

Menurut Setiadi (2008:322), “sebuah inovasi dapat didefinisikan dengan bermacam cara”. Definisi yang paling lazim diterima ialah bahwa inovasi, yaitu suatu ide atau produk apapun yang dirasakan oleh calon adopter sebagai sesuatu yang baru.

Menurut Kotler (2007:37) inovasi produk memiliki indikator-indikator sebagai berikut :

- a. Produk baru bagi dunia
- b. Lini produk baru
- c. Tambahan pada lini produk yang telah ada
- d. Perbaikan dan revisi produk yang telah ada
- e. Penentuan kembali
- f. Pengurangan biaya

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

- a. Saya tertarik akan desain kursi dan sofa yang ada pada CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.
- b. CV. Meubel Lumajang Sari Sofa memberikan pilihan macam aneka model kursi dan sofa.
- c. CV. Meubel Lumajang Sari Sofa melengkapi produksi sehingga produk menjadi lebih beragam, sehingga saya memiliki banyak pilihan.
- d. CV. Meubel Lumajang Sari Sofa selalu melakukan perbaikan produk supaya lebih baik dan berkualitas.

- e. CV. Meubel Lumajang Sari Sofa berupaya mengembangkan pasar baru.
- f. CV. Meubel Lumajang Sari Sofa menciptakan produk dengan harga murah dan berkualitas.

3.6.3.2 Kualitas Pelayanan (X_2)

Menurut Lupiyoadi (2001:148), “yang dimaksud kualitas pelayanan dalam penelitian adalah bagaimana sang penjual atau karyawan berpenampilan dan membantu melayani para konsumen dalam memilih barang atau produk yang ditawarkan”. Indikator dari variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini berdasarkan dimensi SERVQUAL diantaranya adalah:

- a. *Tangibles* (Bukti Fisik)
- b. *Reability* (Kehandalan)
- c. *Responsibility* (Ketanggapan)
- d. *Empathy* (empati)
- e. *Assurance* (jaminan dan kepastian)

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

- a. Saya menyukai pelayanan karyawan CV. Meubel Lumajang Sari Sofa yang sangat ramah.
- b. Saya menyukai pelayanan yang diberikan para karyawan CV. Meubel Lumajang Sari Sofa sangat cepat.
- c. Saya menyukai pelayanan karyawan CV. Meubel Lumajang Sari Sofa sangat tanggap.
- d. Karyawan CV. Meubel Lumajang Sari Sofa sopan santun.

3.6.3.3 Faktor Psikologis (X₃)

Menurut Adisaputro (2010:81), “faktor psikologis adalah faktor yang ada pada diri sendiri”.

Menurut Kotler (2008:173-176) indikator-indikator faktor psikologis yaitu sebagai berikut :

- a. Motivasi
- b. Persepsi
- c. Pembelajaran
- d. Keyakinan
- e. Sikap

Berdasarkan indikator tentang tempat dan lokasi tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala *likert* sebagai berikut:

- a. Saya termotivasi dengan karya-karya produk yang ada pada CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.
- b. Saya yakin produk yang ada pada CV. Meubel Lumajang Sari Sofa memiliki kualitas yang bagus.
- c. Saya mencari informasi mengenai produk yang sama sebelum saya melakukan pembelian pada CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.
- d. Saya melakukan perbandingan antara kualitas produk yang ada pada CV. Meubel Lumajang Sari Sofa dengan kualitas produk lain.
- e. Saya akan membeli produk yang ada pada CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

3.6.3.4 Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Philip Kotler dan Keller (2008:240), “yang dimaksudkan keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek – merek yang ada didalam kumpulan pilihan”.

Menurut Cannon, dkk (2008:70) adapun indikator yang digunakan untuk keputusan pembelian ini merujuk pada tahapan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen yaitu :

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

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

- a. Saya akan membeli produk di CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.
- b. Saya mencari informasi sebelum saya memutuskan membeli di CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.
- c. Saya membandingkan dengan mebel lain sebelum saya membeli di CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.
- d. Saya pasti melakukan pembelian produk di CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.
- e. Setelah melakukan pembelian produk di CV. Meubel Lumajang Sari Sofa, saya akan membeli lagi produk di CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

3.7 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2009:146), “pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam, oleh karena itu ada alat ukur yang baik”. Alat ukur dalam penelitian dinamakan instrumen penelitian yaitu suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang sedang diamati, secara spesifik fenomena ini disebut dengan variabel penelitian. Jumlah instrumen yang digunakan dalam penelitian tergantung jumlah variabel yang diteliti. Instrumen penelitian sudah ada yang dibakukan tetapi masih ada yang harus dibuat peneliti sendiri. Karena instrumen penelitian akan digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala pengukuran.

Menurut Sugiyono (2009:131), “Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif”.

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

Tabel 3.1

Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala
1	Inovasi produk (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk baru bagi dunia 2. Lini produk baru 3. Tambahannya pada lini produk yang telah ada 4. Perbaikan dan revisi produk yang telah ada 5. Penentuan kembali 6. Pengurangan biaya 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain kursi dan sofa CV. Meubel Lumajang Sari Sofa mempunyai ciri khas yang berbeda dengan mebel lainnya. 2. CV. Meubel Lumajang Sari Sofa memberikan pilihan pada konsumen untuk menentukan pilihan. 3. CV. Meubel Lumajang Sari Sofa menjadikan kerajinan kursi dan sofa menjadi produk yang lebih beragam sehingga memunculkan banyak pilihan. 4. CV. Meubel Lumajang Sari Sofa selalu melakukan perbaikan supaya menghasilkan produk yang baik dan berkualitas. 5. CV. Meubel Lumajang Sari Sofa berupaya untuk mengembangkan pasar baru. 6. CV. Meubel Lumajang Sari Sofa menciptakan produk dengan harga murah dengan kualitas yang baik. 	Ordinal
2	Kualitas Pelayanan (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangibles</i> (bukti fisik) 2. <i>Reliability</i> (kehandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (ketanggapan) 4. <i>Assurance</i> (jaminan dan kepastian) 5. <i>Empathy</i> (empati) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keadaan fisik (Kondisi kursi sofa dll) di CV. Meubel Lumajang Sari Sofa dalam keadaan baik. 2. Pelayanan karyawan pada CV. Meubel Lumajang Sari Sofa dapat dipercaya, ramah, tepat waktu dan dapat diandalkan. 3. Pelayanan dalam penyampaian informasi tentang produk pada CV. Meubel Lumajang Sari Sofa jelas dalam mengatasi keluhan konsumen. 4. Pengetahuan dan keterampilan karyawan pada CV. Meubel Lumajang Sari Sofa dalam menjalankan tugasnya. 5. Karyawan pada CV. Meubel Lumajang Sari Sofa dapat memahami keinginan konsumen dan dapat menjaga hubungan baik dengan pelanggan. 	Ordinal

3	Faktor Psikologis (X3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Motivasi 2. Persepsi 3. Pembelajaran 4. Sikap konsumen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen termotivasi membeli produk CV. Meubel Lumajang Sari Sofa. 2. Konsumen CV. Meubel Lumajang Sari Sofa memiliki persepsi akan penilaian produk sebelum melakukan pembelian. 3. Sebelum melakukan pembelian pada CV. Meubel Lumajang Sari Sofa konsumen belajar dari pengalaman. 4. Konsumen memiliki sikap untuk melakukan pembelian pada CV. Meubel Lumajang Sari Sofa. 	Ordinal
4	Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen CV. Meubel Lumajang Sari Sofa mencari permasalahan apa sebelum melakukan keputusan pembelian produk. 2. Kecenderungan konsumen CV. Meubel Lumajang Sari Sofa untuk membeli produk terlebih dahulu mencari informasi. 3. Kecenderungan konsumen CV. Meubel Lumajang Sari Sofa untuk mengevaluasi produk terlebih dahulu. 4. Konsumen CV. Meubel Lumajang Sari Sofa memiliki referensi untuk berkeputusan membeli produk. 5. Konsumen CV. Meubel Lumajang Sari Sofa akan memutuskan untuk membeli kembali setelah melakukan pembelian. 	Ordinal

Sumber Data : Erna Ferrinadewi (2008:118), Drs. Gunawan Adisaputro, M.B.A (2010:81), Prof. Dr. Ir. H. Musa Hubeis, MS, Dipl. Ing, DEA (2012:67), Kotler (2007:37).

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2008:35), “Sesuai dengan hipotesis dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan bentuk hubungan asosiatif kausal, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini”.

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolinearity*) dan Heteroskedastisitas.

3.8.1 Pengujian Instrumen

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

3.8.1.1 Pengujian Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan. Seperti dikatakan oleh Mudrajad Kuncoro (2013:172), “bahwa suatu pengukuran disebut valid apabila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur”.

Untuk menguji validitas data yang digunakan dalam penelitian ini, digunakan pengolahan data melalui SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* (Husein Umar, 2003:84) sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n(\sum x^2 - (\sum x)^2/n)(\sum y^2 - (\sum y)^2/n)}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

n = jumlah observasi/ responden

X = Skor pertanyaan

Y = Skor total

Menurut Sugiyono (2008 :134), “syarat minimum untuk suatu data kualitatif dianggap memenuhi syarat validitas apabila r minimal bernilai 0,3. Jadi jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid”.

3.8.1.2 Pengujian Reabilitas

Menurut Sugiyono (2008:137), “reliabilitas atau keandalan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda. Jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama pada waktu yang berlainan. Suatu kuesioner disebut mempunyai reliabilitas atau dapat dipercaya, jika kuesioner itu stabil dan dapat diandalkan sehingga karena penggunaan kuesioner tersebut berkali-kali akan memberikan hasil serupa.

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

Tabel 3.2
Indeks Kriteria Reliabilitas

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

Sumber: Yohanes Anton Nugroho (2011:33)

Instruman dikatakan reliabel jika koefisien reliabilitasnya diatas 0.60.

3.8.2 Pengujian Asumsi Dasar 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 (bias). Menurut Lukas Setia 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*".

Karena jenis data dalam penelitian ini bukan data time series, maka asumsi dasar regresi linier berganda yang harus dipenuhi dalam penelitian ini adalah data harus berdistribusi normal, bebas multikolinieritas dan heterokedastisitas.

3.8.2.1 Pengujian Normalitas Data

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

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

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

Selanjutnya nilai Z dihitung, dibandingkan dengan nilai Z tabel tanpa memperhatikan tandanya. Jika nilai Z hitung lebih kecil dari nilai Z tabel, maka asumsi normalitas terpenuhi atau data berada dalam distribusi normal.

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

3.8.2.2 Pengujian Multikolonieritas

Menurut Mudrajad Kuncoro (2007:98), multikolinieritas menunjukkan adanya hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel. Multikolinieritas juga berarti antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain saling berkorelasi linier. Berarti multikolinieritas dapat dikatakan sebagai suatu keadaan dimana variabel-variabel independen dalam suatu persamaan mempunyai hubungan yang kuat. Biasanya korelasinya mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan satu).

Ada beberapa cara untuk mengetahui adanya multikolinieritas yaitu:

- a. Menganalisis koefisien korelasi antara variabel bebas. Jika diantara dua variabel bebas memiliki koefisien korelasi spesifik seperti koefisien korelasi yang tinggi antara variabel bebas tersebut atau tanda koefisien variabel bebas yang berbeda dengan tanda koefisien regresinya, maka dalam model regresi yang bersangkutan terdapat multikolinieritas.

- b. Membuat persamaan regresi antara variabel bebas. Jika persamaan regresi tersebut koefisien regresinya signifikan, maka model regresi tersebut mengandung multikolinieritas.
- c. Menganalisis nilai r^2 , F ratio tinggi sedangkan t_0 sangat rendah yang berarti sebagian besar atau bahkan seluruh koefisien regresi tidak signifikan, maka ada kemungkinan dalam model regresi yang bersangkutan terdapat multikolinieritas.

Menurut Sugiyono (2009:139), “untuk mengetahui apakah data memenuhi syarat atau tidak multikolinieritas adalah dengan melihat out put SPSS pada *table coefficients* jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dibawah angka 10 ($VIF < 10$) berarti tidak terjadi multikolinieritas”.

3.8.2.3 Pengujian Heterokedastisitas

Model regresi yang baik adalah tidak terdapat Heterokedastisitas. Menurut Mudrajad Kuncoro (2007 : 96), “eterokedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya”. Gejala heterokedastisitas lebih sering dijumpai dalam data silang tempat dari pada runtuh 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 pola yang jelas serta titik yang melebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Mudrajad Kuncoro (2007;77), “analisis regresi Berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terdapat variabel dependen (Y)”.

Formula untuk regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X₁ = Variabel Inovasi Produk

X₂ = Variabel Kualitas Pelayanan

X₃ = Variabel Faktor Psikologis

b₁ = Koefisien Regresi Variabel Inovasi Produk

b₂ = Koefisien Regresi Variabel Kualitas Pelayanan

b₃ = Koefisien Regresi Variabel Faktor Psikologis

e = Error

Dengan analisis regresi berganda ini juga dapat diketahui variabel mana di antara variabel independen yaitu harga dari promosi yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan masing – masing independen terhadap variabel independen lainnya

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

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (X₁, X₂, X₃) terhadap variabel dependen (Y), baik secara parsial maupun simultan.

3.8.4.1 Uji T (Uji Parsial)

Menurut Kuncoro (2007:81), “uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu inovasi produk, kualitas pelayanan dan faktor psikologis terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian pada CV. Meubel Lumajang Sari Sofa secara parsial diuji dengan cara signifikansi?”. Adapun langkah – langkah pengujian sebagai berikut :

1. Merumuskan hipotesis :
 - a. Hipotesis Pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh inovasi produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

H_a : Terdapat pengaruh inovasi produk secara signifikan terhadap keputusan pembelian CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

b. Hipotesis Kedua

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap keputusan pembelian CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara signifikan terhadap keputusan pembelian CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

c. Hipotesis Ketiga

H_0 : Tidak terdapat pengaruh faktor psikologis secara signifikan terhadap keputusan pembelian CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

H_a : Terdapat pengaruh faktor psikologis secara signifikan terhadap keputusan pembelian CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

d. Hipotesis Keempat

H_0 : Tidak terdapat pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan dan faktor psikologis secara signifikan terhadap keputusan pembelian CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

H_a : Terdapat pengaruh inovasi produk, kualitas pelayanan dan faktor psikologis secara signifikan terhadap keputusan pembelian CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

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 :

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\text{Koefisien}\beta}{\text{StandarError}}$$

5. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t hitung dengan t table.

3.8.4.2 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Kuncoro (2007:82), “uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu inovasi produk kualitas pelayanan dan faktor psikologis terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian CV. Meubel Lumajang Sari Sofa yang di uji secara signifikan”, dengan hipotesis:

H₀ : Tidak terdapat pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan serta faktor psikologis yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

H_a : Terdapat pengaruh inovasi produk dan kualitas pelayanan serta faktor psikologis yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian CV. Meubel Lumajang Sari Sofa.

Adapun kriteria pengujiannya adalah :

Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H₀ ditolak dan H_a diterima

Jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$, maka H₀ diterima dan H_a ditolak.

3.8.5 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R²) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu).

Menurut Singgih Santoso (2012:355), “untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai R Square. Dari koefisien determinasi (R²) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam presentase”.