

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (variabel yang dipengaruhi) menurut Sugiyono (2008:37).

Penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan assosiatif yang bersifat hubungan kausal. Penelitian assosiatif adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara sebab akibat menurut Sugiyono (2008:36).

Untuk menganalisis variabel independen (X), yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan 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 kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

3.2. Objek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah variabel independen berupa kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap variabel independen keputusan pembelian.

Penelitian ini yang dipilih adalah Rocket Chicken 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. Adapun obyek dalam penelitian ini adalah variabel independen (X) berupa kualitas pelayanan dan kepercayaan 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

Data primer adalah data yang secara khusus dikumpulkan untuk kebutuhan riset yang sedang berjalan. Tujuan utama dari pengumpulan data primer adalah untuk keperluan riset yang sedang berlangsung. Dalam proses pengumpulannya data primer seringkali sulit dilakukan dibanding data sekunder yang prosesnya cepat mudah. Untuk memperoleh data primer, penelitian perlu menyediakan biaya dan waktu yang banyak dibandingkan dengan apabila peneliti mencoba memperoleh data sekunder (Amirullah, 2013:116).

Data primer dalam penelitian ini adalah dari hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu pelanggan Rocket Chicken Lumajang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan tidak hanya untuk keperluan riset tertentu saja (Amirullah, 2013: 16).

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 kualitas pelayanan, kepercayaan dan keputusan pembelian.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa sumber data internal Sumber data internal adalah data yang berasal dari dalam organisasi tersebut (Kuncoro,2013:148).

a. Data Internal

Data internal merupakan data yang berasal dari dalam organisasi perusahaan yang bersangkutan (Istijanto, 2009:41). Data internal dalam perusahaan ini diperoleh dari Rocket Chicken Lumajang.

b. Data Eksternal

Sesuai dengan kata eksternal yang berarti dari luar, data eksternal merupakan data dari luar perusahaan” (Istijanto, 2010:35). Sumber data penelitian ini adalah eksternal. Data eksternal dalam penelitian ini adalah pelanggan Rocket Chicken Lumajang melalui kuesioner.

3.4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008:80). Misalnya akan melakukan penelitian di lembaga X, maka lembaga X ini

merupakan populasi. Lembaga X mempunyai sejumlah orang atau subyek dan obyek yang lain. Hal ini berarti populasi dalam arti jumlah atau kuantitas. Tetapi lembaga X juga mempunyai karakteristik orang-orangnya, misalnya motivasi kerja, disiplin kerjanya, kepemimpinannya, iklim organisasinya dan lain-lain dan juga mempunyai karakteristik obyek yang lain, misalnya kebijakan, prosedur kerja, tata ruang kantor, produktifitas yang dihasilkan dan lain-lain. Yang terakhir berarti populasi dalam arti karakteristik(Sugiyono, 2008:80).

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli di Rocket Chicken Lumajang.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. (Sugiyono,2008:81).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kita memilih orang sebagai sampel dengan memilih orang yang benar-benar mengetahui akan memiliki kompetensi dengan topik penelitian kita (Nanang Martono, 2010:70).

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 :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian ini adalah antara 30 sampai 500
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel minimal 30.
3. Bila penelitian ini akan melakukan analisis 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.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri 2 (dua) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil minimal = 15×3 variabel = 45 anggota sampel

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1 Identifikasi Variabel

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 kesimpulannya (Sugiyono,2008:38). Sedangkan menurut Kerlinger (1973) dalam Sugiyono (2008:38) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari. Dalam penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel terdiri dari 2 (dua)

variabel independen yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan dan 1 (satu) variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

a. Variabel Independen

Variabel independen menurut Sugiyono (2008:39) sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, 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 (terikat).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen 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 (Sugiyono, 2008:39). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

3.5.2 Definisi Operasional Variabel

a) Kualitas pelayanan (X1)

Menurut Parasuraman dalam Lupioadi (2013:216), mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Indikator Kualitas Pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Berwujud (*tangible*)
2. Reliabilitas

3. Ketanggapan (*responsiveness*)
4. Jaminan dan kepastian (*assurance*)
5. Empati (*empathy*)

Untuk menjangkau pendapat responden tentang variabel kualitas pelayanan maka dibuat dan disebarluaskan kuesioner yang disusun dalam skala likert sebagai berikut :

1. Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada konsumen agar tertarik membeli produk di Rocket Chicken.
2. Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan kepada konsumen secara akurat dan terpercaya.
3. Karyawan membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan memberikan informasi yang jelas.
4. Kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. Karyawan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

b) Kepercayaan (X2)

Rofiq (2007) menyatakan bahwa kepercayaan (*trust*) adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan.

Indikator kepercayaan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Kepuasan

Kepuasan merupakan sikap terhadap hasil transaksi dan akan mempengaruhi perilaku selanjutnya dari konsumen, serta mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen (Oliver, 1981). Organisasi bisnis perlu berupaya untuk memberikan yang terbaik bagi konsumennya agar apa yang diharapkan oleh konsumen sesuai dengan kenyataan yang mereka rasakan, sehingga konsumen puas dan akan membentuk pengalaman konsumsi yang positif. Kepuasan konsumen merupakan variabel mediator yang menghubungkan kualitas layanan, kepercayaan dan kesetiaan konsumen.

2. Skala interpersonal (*Interpersonal Scale*)

Merupakan ukuran untuk mengukur kepercayaan seseorang pada pihak lain yang dilakukan pertama kali oleh Rotter's (1971). Dalam skala interpersonal diukur mengenai hubungan interpersonal, yaitu hubungan satu individu dengan individu lain yang ada dilingkungannya dengan baik. Hubungan interpersonal juga dapat dipahami sebagai hubungan baik antara organisasi bisnis dengan konsumen.

3. Terpercaya (*Trustworthiness*)

Terpercaya berkenaan dengan kepercayaan konsumen pada kebaikan, kemampuan, kejujuran, integritas, keandalan, dan ketulusan dalam pelayanan yang diberikan.

4. Hasil Kepercayaan (*Out Comes of Trust*)

Kepercayaan berkaitan dengan tindakan, bukan hanya berhubungan dengan kognitif maupun afektif konsumen. Kepercayaan harus menimbulkan perilaku loyalitas konsumen sehingga terus menerus pembelian ulang. Lau dan Lee (1999) menyatakan bahwa tiga faktor yang mempengaruhi kepercayaan terhadap merek, yaitu merek itu sendiri, organisasi bisnis pembuat merek dan konsumen. Kepercayaan terhadap merek akan menimbulkan loyalitas merek.

Untuk menjaring pendapat responden tentang variabel kepercayaan maka dibuat dan disebarakan kuesioner yang disusun dalam skala likert sebagai berikut :

1. Sikap karyawan dalam berupaya untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya agar apa yang diharapkan konsumen sesuai dengan kenyataan yang mereka rasakan.
2. Hubungan yang baik antara organisasi dengan konsumen untuk mengukur kepercayaan seseorang.
3. Kepercayaan konsumen pada kebaikan, kemampuan, kejujuran, integritas, keandalan, dan ketulusan dalam pelayanan yang diberikan.
4. Karyawan memberikan kontribusi terhadap organisasi yang berkaitan dengan kepercayaan konsumen.

c) Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler dan Keller (2009:184) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi,

penilaian sumber-sumber dan seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut :

1. Pengenalan Kebutuhan
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Keputusan Pembelian
5. Konsumsi Pasca Pembelian dan Evaluasi.

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

1. Seorang karyawan mengenali suatu masalah atau kebutuhan yang diinginkan konsumen.
2. Seorang konsumen yang tergerak oleh stimulus akan berusaha untuk mencari lebih banyak informasi tentang produk yang akan dibelinya.
3. Seorang konsumen akan meninjau kembali tentang produk yang akan dibelinya.
4. Seorang calon pembeli harus memilih salah satu produk yang benar-benar diinginkannya.
5. Konsumen akan merasakan kepuasan atau ketidakpuasan produk yang sudah dibelinya.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview atau wawancara, kuesioner atau angket, observasi atau pengamatan, dan gabungan ketiganya. (Sugiyono,2008:137). Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan beberapa cara atau teknik, sebagai berikut :

3.6.1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2008:137) digunakan sampai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.

Wawancara yang dilakukan adalah secara terstruktur dengan menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan yang alternatif jawabannyapun telah disiapkan (Sugiyono,2008;138).

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpulan data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpulan data, telah menyiapkan instrument penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpulan data mencatatnya(Sugiyono,2008:138).

3.6.2. Kuesioner

Penelitian ini menggunakan kuesioner berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup yang diberikan kepada responden secara langsung. Dalam pertanyaan tertutup, responden diberi alternatif jawaban dan cukup memilih jawaban yang dianggap paling cocok dengan pendapatnya. Dalam pertanyaan tertutup, jawaban responden cenderung singkat, sebab responden cukup memilih alternatif yang tersedia. (Istijanto,2010:63)

Menurut Sugiyono (2008:142). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Menurut Sugiyono (2008:93) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif

sampai sangat negatif. (Sugiyono,2008:93) mengemukakan bahwa untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawab itu dapat diberi skor, misalnya :

SS = Sangat Setuju diberi skor 5

ST = Setuju diberi skor 4

RG = Ragu-ragu diberi skor 3

TS = Tidak Setuju diberi skor 2

STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

3.6.3. Observasi

Sugiyono (2008:145) menyatakan bahwa observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Jika wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. 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.

Penelitian ini menggunakan observasi terstruktur yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati, kapan dan dimana tempatnya. Jadi observasi terstruktur dilakukan apabila peneliti telah tahu dengan pasti tentang variabel apa yang akan diamati. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan datang langsung ke Rocket Chicken Lumajang tempat konsumen yang membeli makanan dan minuman.

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 kepustakaan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian.

3.7. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2014:147) teknik analisis data diartikan sebagai seluruh kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data terkumpul. Kegiatan tersebut berupa pengelompokan data yang berasal dari data sebuah variabel dari seluruh responden yang kemudian dilakukan perhitungan untuk menjawab setiap rumusan masalah serta untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.7.1. Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian hipotesis dapat dilanjutkan ketika pengujian validitas dan pengujian reabilitas pada kuesioner sudah dilakukan yaitu dengan mengevaluasi data – data responden yang diperoleh karena kuesioner harus valid dan dapat dibuktikan kebenaran datanya.

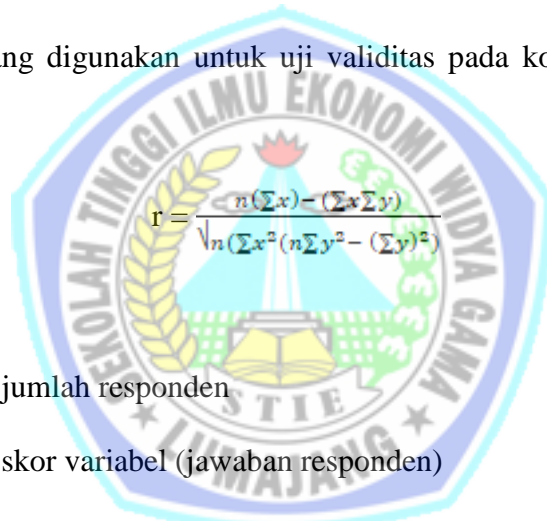
a. Pengujian Validitas

Kuesioner yang sudah disebar dan akan diajukan perlu dilakukan uji validitas agar mengetahui adanya kesalahan atau tidak untuk memperoleh informasi dari kuesioner tersebut. Syofian Siregar (2013:46) mengatakan

validitas merupakan alat ukur untuk menentukan benar tidaknya apa yang akan diukur. Pengujian pada kuesioner memiliki beberapa kriteria untuk mengukurnya yaitu :

- 1) Apabila koefisien korelasi berada pada *product moment* diatas 0,3 (Azwar, 1992 dalam Syofian Siregar, 2013)
- 2) Apabila koefisien korelasi pada *product moment* lebih besar dari r-tabel ($\alpha ; n-2$) = jumlah sampel
- 3) Nilai Sig. lebih kecil dari α

Rumus yang digunakan untuk uji validitas pada korelasi *product moment* yaitu:


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

Keterangan :

- n : jumlah responden
- x : skor variabel (jawaban responden)
- y : skor total dari variabel (jawaban responden)

b. Pengujian Reliabilitas

Menurut Sofyan Siregar (2013: 55) reabilitas merupakan suatu cara untuk mengukur dengan melakukan pengukuran dua kali atau pun lebih pada gejala yang sama dengan pengukuran yang sama agar diketahui hasil pengukuran tersebut konsisten atau tidak. Pengujian reabilitas pada penelitian ini adalah menggunakan teknik pada aplikasi SPSS versi 16 menggunakan teknik *Apha Cronbach*. Teknik ini bertujuan untuk menentukan instrumen penelitian memiliki hasil yang reliabel atau tidak. Nugroho (2011: 33) menyebutkan uji reliabilitas

dilakukan dengan melihat koefisien pada *Alpha Cronbach* yang dapat ditentukan dari indeks kriteria reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 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)

3.7.2. Uji Asumsi Klasik

Albert Kurniawan (2014) menyatakan uji asumsi klasik merupakan pengujian yang dilakukan pada penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Alat uji yang dilakukan pada uji asumsi klasik adalah normalitas data, multikolinearitas data, uji heteroskedastisitas.

a. Pengujian Normalitas Data

Husein 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. Apabila *skweness* memiliki nilai positif sebaran yang dihasilkan menceng ke kiri, apabila *skweness* memiliki nilai negatif sebaran yang dihasilkan menceng ke kanan.

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

- 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 letanya disekitar garis lurus maka normalitasnya terpenuhi.

b. Pengujian Multikolinieritas

Husein 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

Husein 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 *homoskedastisitas*, apabila varians residualnya berbeda dinamakan *heteroskedastisitas*. Model regresi yang bagus yaitu yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengambilan keputusan memiliki dasar pengambilan yang akan menentukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas menurut 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

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).

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

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : variabel dependen

β_0 : konstanta

β_1 & X_1 : Koefisien regresi variabel independen

X_1 : Kualitas Pelayanan

X_2 : Kepercayaan

Analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan dengan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian serta untuk mengetahui hubungan yang terjadi.

3.7.4. Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linier berganda sudah dilakukan maka langkah selanjutnya adalah pengajuan hipotesis untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun signifikan antara variabel independen yaitu X_1 dan X_2 terhadap variabel dependen yaitu Y.

a. Uji t (Uji Parsial)

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 kualitas pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Rocket Chicken Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Rocket Chicken Lumajang.

Hipotesis Kedua

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kepercayaan yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Rocket Chicken Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh kepercayaan yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Rocket Chicken Lumajang.

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

- 3) Menentukan kriteria pengujian:

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

Apabila $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

- 4) Menemukan nilai t hitung dengan rumus:

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

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

b. Uji F (Uji Simultan)

Widarjono (2015:19) menyatakan uji F berfungsi untuk melakukan evaluasi pada pengaruhnya variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F dijelaskan dengan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA). Hipotesis ketiga adalah sebagai berikut :

1) Merumuskan hipotesis

Hipotesis Keempat

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan yang simultan signifikan terhadap keputusan pembelian di Rocket Chicken Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan yang simultan signifikan terhadap keputusan pembelian di Rocket Chicken Lumajang.

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

3) Menentukan kriteria pengujian :

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

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

4) Menentukan F hitung dengan rumus :

Mencari nilai F hitung dari nilai F kritis dari tabel distribusi F . Nilai F kritis berdasarkan besarnya a dan df dimana besarnya ditentukan oleh numerator ($k-1$) dan df untuk denominator ($n-k$). Nilai F hitung dicari dengan formula sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)} = F_{(k-1)(n-k)}$$

Dimana : R^2 adalah koefisien determinasi; n = jumlah observasi dan k = jumlah parameter estimasi termasuk konstanta (intersep).

5) Keputusan menolak atau gagal menolak H_0 sebagai berikut :

Jika F hitung $> F$ kritis, maka kita menolak H_0 berarti secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sebaliknya jika F hitung $< F$ kritis maka gagal menolak H_0 yang berarti secara bersama-sama semua variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen. Kita bisa menolak hipotesis H_0 uji F ini dengan melihat nilai probabilitasnya. Jika nilai F hitung lebih kecil dari nilai probabilitasnya maka menolak H_0 sedangkan sebaliknya jika F hitung lebih besar dari nilai probabilitasnya maka akan gagal menolak H_0 .

3.7.5. Koefisien Determinasi (R^2)

Anwar 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 kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen Rocket Chicken di Lumajang).