

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Menurut sumber data atau informasi yang diperoleh dalam kegiatan penelitian, peneliti melakukan observasi langsung atau disebut juga dengan *field research* ke objek penelitian. penelitian yang dilakukan dengan sasarannya masyarakat, baik masyarakat secara umum maupun secara khusus.¹ Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh harga, kualitas, dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian produk ritsteling pada konsumen KSU Padurenan Jaya Kudus.

Sedangkan pendekatan penelitian yang dilakukan adalah dengan pendekatan kuantitatif. Yang lebih menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Penelitian-penelitian dengan pendekatan deduktif yang bertujuan untuk menguji hipotesis merupakan contoh tipe penelitian yang menggunakan penelitian kuantitatif.²

B. Setting Penelitian

Penentuan lokasi ini dimaksudkan untuk mempermudah dan memperjelas obyek yang menjadi sasaran penelitian. Tempat ini dipilih karena adanya ketersediaan penuh dari pihak manajemen untuk bekerjasama dan membantu penulis dalam memberikan data dan informasi yang dibutuhkan. Lokasi penelitian ini dilakukan di kota Kudus tepatnya di desa Padurenan Gebog, khususnya di Koperasi Serba Usaha (KSU) Padurenan Jaya Kudus. Yang beralamat di Jalan Kyai Hasyim Gang 1 Nomor 4 Padurenan Gebog Kudus 59354.

¹ Toto Syatori dan Nanang Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 55.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Ke 11, (Bandung: Alfabeta, 2008), 402.

C. Sumber Data Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah, maka sumber data dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber.³ Dalam penelitian ini data yang diperoleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh peneliti. Responden yang menjawab daftar kuesioner tersebut adalah konsumen yang melaksanakan transaksi di KSU Padurenan Jaya Kudus.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dapat dicari dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, dan lain sebagainya.⁴ Data sekunder ini penulis peroleh dari dokumentasi, pengamatan di KSU Padurenan Jaya, arsip, buku-buku literatur dan media alternatif lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵ Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli ritsleting di KSU Padurenan Jaya. Oleh karena itu populasi ini merupakan populasi yang tak terbatas karena

³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis&Ekonomi*, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015), 89

⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis&Ekonomi*, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015), 89

⁵ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Cetakan Pertama (Kudus: Media Ilmu, 2015), 80.

tidak dapat diketahui secara pasti jumlah sebenarnya dari konsumen yang datang untuk membeli di KSU Padurenan Jaya Jl. Kyai Hasyim Gang 1 No. 4 Padurenan Gebog Kudus 59354.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁶ Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli produk ritsleting dengan menggunakan kriteria sedang atau telah membeli produk ritsleting di KSU Padurenan Jaya Kudus dan pernah membeli ritsleting minimal 3 kali. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan *nonprobability sampling*, yakni teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁷ Dengan menggunakan teknik *Insidental sampling* yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁸

Jika jumlah populasi dalam penelitian besar, maka dapat menggunakan rumus Cochran. Untuk penarikan sampel dengan pendekatan proporsi seperti dibawah ini.

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n_0 = Jumlah sampel yang diperlukan

Z^2 = Harga dalam kurva normal untuk simpangan dimisalkan 5% dengan nilai misalnya sebesar 95% atau 1,96%

p = Proporsi yang diestimasi suatu atribut yang ada dalam suatu populasi, misalnya Peluang benar 50% = 0,5

⁶ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 80.

⁷ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 83.

⁸ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Cetakan ke 5 (Bandung: Alfabeta, 2003), 60.

- q = 1-p, dimisalkan Peluang salah 50% = 0,5
 e = Tingkat kepercayaan yang diinginkan, atau Tingkat kesalahan sampel (*Sampling error*) dimisalkan = 10%.

Sehingga penghitungannya dapat dilakukan seperti dibawah ini:

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{10\%^2} \\ &= \frac{3,8416 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{10\%^2} \\ &= \frac{0,9604}{0,01} = 96,04^9 \end{aligned}$$

Sehingga dalam penelitian ini memerlukan 100 responden untuk mendapatkan sebuah data yang mana nantinya akan peneliti dapatkan dengan cara memberikan kuesioner kepada pelanggan yang sedang membeli produk *ritsleting* di KSU Padurenan Jaya Kudus.

E. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.¹⁰ Variabel penelitian dalam penelitian ini adalah:

Variabel bebas (*Independent variable*) merupakan variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas merupakan variabel yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi.

Variabel tergantung (*Dependent variabel*) adalah variabel yang memberikan reaksi atau respons jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel tergantung adalah variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas.¹¹

⁹ Jonathan Sarwono, *Mixed Method: Cara Menggabung Riset Kuantitatif dan Riset Kualitatif Secara Benar*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2011), 87.

¹⁰ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 76.

¹¹ Jonathan Sarwono dan Tutty Martodiredjo, *Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan*, Edisi 1 (Yogyakarta: ANDI, 2008), 107.

Identifikasi variabel dalam penelitian ini ada dua jenis antara lain; variabel independen yang merupakan variabel bebas dalam penelitian ini meliputi: Harga, Kualitas Produk dan Saluran Distribusi. Sedangkan variabel dependen yang merupakan variabel terikat pada penelitian ini meliputi: keputusan pembelian. Yangmana kedua variabel tersebut akan diuji hasilnya dalam beberapa teknik analisis data.

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati.¹² Dan definisi operasional dalam penelitian ini antara lain:

1. Harga (X_1)

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi. Secara sederhana, istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.¹³ Penetapan Harga merupakan dimensi yang digunakan untuk menentukan harga, sedangkan skala yang digunakan adalah Skala *Likert*. Indikator yang digunakan antara lain:

- a) Harga barang terjangkau
- b) Harga dapat bersaing
- c) Harga sesuai dengan manfaat
- d) Kesesuaian harga dengan kualitasnya.¹⁴

¹² Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 78.

¹³ Fandy Tjiptono, dkk, *Pemasaran Strategik*, Edisi 1, (Yogyakarta: ANDI, 2008), 465.

¹⁴ Fanny Puspita Sari dan Tri Yuniati, "Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5, no 6 (2016): 2.

2. Kualitas Produk (X_2)

Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Suatu produk lazimnya memiliki dua jenis manfaat, yakni manfaat fungsional dan manfaat psikologis.¹⁵ Adapun skala yang dipilih adalah Skala *Likert*. dimensi yang digunakan antara lain: Performa (*performance*), Keistimewaan (*features*), Keandalan (*reliability*), Konformansi (*conformance*), Daya tahan (*durability*), Kemampuan pelayanan (*service ability*), Estetika (*aesthetics*), dan Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*). Sedangkan indikator yang digunakan antara lain:

- a) Bahan untuk membuat produk berkualitas
- b) Produk kualitasnya tahan lama jika dibandingkan dengan produk merek lain (*Durability* atau daya tahan)
- c) Bentuk atau kemasan produk lebih menarik (*Aesthetics*) atau estetika.¹⁶

3. Saluran Distribusi (X_3)

Saluran distribusi adalah himpunan organisasi yang paling bergantung yang terlibat dalam proses untuk membuat produk atau jasa siap untuk dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen atau pengguna industrial.¹⁷ Skala yang digunakan adalah Skala *Likert*, sedangkan indikator yang digunakan antara lain:

- a) Ketersediaan produk
- b) Upaya promosi
- c) Pelayanan konsumen

¹⁵ Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), 77.

¹⁶ Amrullah Pamasang S, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda", *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 13 no 2, (2016): 105.

¹⁷ Ruslina Yulaika, "Pengaruh Atribut Produk, Iklan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian *Shooping Goods* Melalui Media Online", *Jurnal Ilmiah STKIP PGRI Ngawi* 11, no 1 (2013): 80.

d) Informasi pasar dan efektifitas biaya.¹⁸

4. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang dibuat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan cara mengevaluasi lebih dari satu alternatif yang dipengaruhi oleh alasan utama melakukan pembelian yang meliputi cara pembelian, produk, dan situasi.¹⁹ Skala yang digunakan adalah Skala *Likert*, sedangkan indikator yang digunakan antara lain:

- a) Pengenalan masalah
- b) Pencarian informasi
- c) Evaluasi alternative
- d) Keputusan membeli
- e) Perilaku sesudah membeli.²⁰

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data atau bisa juga diartikan sebagai instrument penelitian disini dapat didefinisikan bahwa instrument pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Pembuatan instrument harus mengacu pada variabel penelitian, definisi operasional, dan skala pengukurannya.²¹ Sehingga yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah meliputi:

1. Metode Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data primer menggunakan sejumlah item pertanyaan atau pernyataan dengan format tertentu. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang paling umum digunakan

¹⁸ Ruslina Yulaika, "Pengaruh Atribut Produk, Iklan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian *Shooping Goods* Melalui Media *Online*": 82.

¹⁹ Imam Heryanto, "Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan", *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* 9, no 2 (2015): 85.

²⁰ Ruslina Yulaika, "Pengaruh Atribut Produk, Iklan Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian *Shooping Goods* Melalui Media *Online*" *Jurnal Ilmiah STKIP PGRI Ngawi* 11, no 1 (2013): 82.

²¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis&Ekonomi*, 97.

dalam studi lapangan atau survei. Kuesioner memiliki keunggulan karena memuat informasi yang efektif dan efisien sesuai dengan tujuan penelitian.²²

Dalam pengukuran data, peneliti menggunakan instrument penelitian skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan seseorang spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

No.	Pernyataan	Simbol	Skala Likert
1.	Sangat Setuju	SS	(5)
2.	Setuju	S	(4)
3.	Ragu-ragu	R	(3)
4.	Tidak Setuju	TS	(2)
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	(1)

Instrument penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda penelitian ini menggunakan teknik kuesioner dengan cara mengumpulkan berbagai macam data yang diperlukan untuk mendukung penelitian.²³

²² Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 52.

²³ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 93-94.

2. Pengumpulan Data dengan Observasi Langsung

Pengumpulan data observasi langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan standar lain untuk keperluan tersebut. Pengamatan data secara langsung dilaksanakan terhadap subjek sebagaimana adanya dilapangan. Dengan cara pengamatan, data yang langsung mengenai perilaku yang tipikal dari objek dapat dicatat segera, dan tidak menggantungkan data dari ingatan seseorang.²⁴

Metode observasi langsung ini digunakan untuk memperoleh data mengenai keadaan situasi umum pada konsumen KSU Padurenan Jaya Kudus dalam pengambilan keputusan pembelian.

H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.²⁵ Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisis ini merupakan suatu analisis yang menguraikan data hasil penelitian tanpa melakukan pengujian. Mengenai gambaran lokasi, keadaan

²⁴ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), 175-176

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Cetakan ke-17 (Bandung: Alfabeta, 2013), 207.

responden yang diteliti, serta item yang didistribusikan dari masing-masing variabel.²⁶

2. Uji Prasyarat

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengkaji data variabel bebas (X) dan data variabel (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, yaitu berdistribusi normal dan berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik apabila mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sekali, untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak, dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.
- 2) Dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.²⁷

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika diantara variabel independen (bebas) saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance*

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 206.

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: BP Undip, 2006), 147.

Inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.²⁸

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem *autokoreksi*. Autokoreksi muncul karena observasi berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.²⁹

Dalam penelitian ini autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Uji Durbin Watson digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen. Hipotesis yang di uji adalah:

$H_0 =$ Tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

$H_a =$ Ada autokorelasi ($r \neq 0$)

Kriteria pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut.³⁰

Tabel 3.1
Keputusan Autokorelasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi	No decision	$dl \leq d \leq du$

²⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 95-96.

²⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 99.

³⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 100.

positif		
Tidak ada korelasi negative	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak ada korelasi negative	No decision	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
Tidak ada korelasi	Tidak ditolak	$d_u < d < 4 - d_u$

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah distudentized. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam suatu model regresi.³¹

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Alat analisis yang digunakan adalah “Analisis Regresi Linear Berganda”. Analisis regresi bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X_1, \dots, X_n) terhadap variabel terikat atau tidak terikat bebas (Y). Persamaan variabel yang diperoleh dari proses perhitungan regresi,

³¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 125-126.

harus diuji secara sistematis nilai koefisien regresinya.³²
Berikut ini persamaan regresi berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Kinerja
 a = Konstanta regresi berganda
 b₁ - b₃ = Koefisien regresi
 X₁ = Variabel harga
 X₂ = Variabel kualitas produk
 X₃ = Variabel saluran distribusi
 e = *Standart Error* (Variabel Pengganggu)³³

4. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

a. Uji Validitas Instrument

Validitas adalah alat ukur yang mengacu pada ketepatan pengukuran didasarkan pada isi instrument untuk memastikan bahwa item skala yang digunakan sudah sesuai. Uji validitas dilakukan dengan metode *Pearson Correlation*. Pernyataan dikatakan valid jika nilai signifikansi dari korelasinya $\leq 0,05$ atau 5%.³⁴ Atau bisa juga diartikan Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.³⁵ Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikan yang membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = n-k.

³² Amrullah Pamasang S, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda", *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 13, no 2 (2016): 107.

³³ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan keempat (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 135.

³⁴ Edo Praditya Denniswara, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Intensi Membeli Ulang Produk My Ideas", *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 1, no 4 (2016): 483.

³⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*, 52.

Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.³⁶

b. Uji Realibilitas Instrument

Uji realibitas adalah uji untuk mengetahui konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur yang mengandung kecermatan pengukuran. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu.³⁷ Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai yang di dapat dalam proses pengujian dengan uji statistik Cronbach's Alpha $> 0,60$ dan sebaliknya jika Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka dikatakan tidak reliabel.³⁸

Menurut Sugiyono, jika nilai koefisien reliabilitas yang baik adalah di atas 0,7 (cukup baik), di atas 0,8 (baik). Dengan demikian, pengukuran validitas dan reliabilitas mutlak dilakukan karena jika instrument yang digunakan tidak valid dan reliable, hasil penelitiannya pun tidak akan valid dan reliabel. Dalam bukunya Sugiyono juga menjelaskan perbedaan antar penelitian yang valid dan reliabel dan instrument yang valid dan reliabel sebagai berikut:

- 1) Penelitian yang valid, yaitu terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dan data yang terjadi pada objek yang diteliti. Artinya, jika objek berwarna merah, sedangkan data yang terkumpul berwarna putih, hasil penelitian tidak valid.
- 2) Penelitian yang reliabel, yaitu terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Jika dalam objek kemarin berwarna merah,

³⁶ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 100.

³⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*,

47.

³⁸ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 98.

sekarang dan besok tetap berwarna merah, hasil penelitian disebut reliabel.³⁹

5. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individu dalam menerangkan variasi variabel terikat.⁴⁰ Atau dapat juga diartikan uji t ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen yaitu harga, kualitas produk, dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian ritsleting YKK di KSU Padurenan Jaya Kudus.

Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{bi}{Sbi}$$

Keterangan:

bi = Koefisien regresi variabel

Sbi = Standart *error* variabel

Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan jika menggunakan nilai probabilitas signifikan, antara lain:

- 1) Jika tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
- 2) Jika tingkat signifikan lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.
- 3) Dengan membandingkan t hitung dengan t tabel, dengan cara: Jika t hitung \leq t tabel, maka

³⁹ Yaya Suryana, *Metode Penelitian Manajemen Pendidikan*, Cetakan Ke-1 (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 235-236.

⁴⁰ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Cetakan Pertama, Edisi Pertama (Yogyakarta, Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN, 2001), 97.

H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak. Dan jika t hitung $\geq t$ tabel, maka H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.⁴¹

Hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut:

- 1) $H_{a1}: \beta_1 \geq 0$, artinya terdapat pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian.
- 2) $H_{a2}: \beta_2 \geq 0$, artinya terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
- 3) $H_{a3}: \beta_3 \geq 0$, artinya terdapat pengaruh positif saluran distribusi terhadap keputusan pembelian.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.⁴² Atau dapat juga diartikan bahwa, apakah harga, kualitas produk, dan saluran distribusi itu berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian ritsteling YKK di KSU Padurenan Jaya Kudus.

F hitung dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

K = Jumlah variabel independen

n = Banyaknya sampel

R = Koefisien deteminasi

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan

⁴¹ Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta: PT Buku Seru, 2010), 69.

⁴² Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, 98.

nol atau $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ artinya adalah harga, kualitas produk, dan saluran distribusi secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hipotesis alternatif (H_a), ada pengaruh harga, kualitas produk, dan saluran distribusi terhadap Keputusan pembelian.

a) Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikan

1) Jika nilai signifikan lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.

2) Jika tingkat signifikan lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.

b) Dengan membandingkan F hitung dengan F tabel

1) Jika F hitung \leq F tabel maka H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.

2) Jika F hitung $>$ F tabel maka H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.⁴³

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir sama dengan koefisien r^2 . R juga hampir serupa dengan r , tetapi keduanya berbeda dalam fungsi (kecuali regresi linear sederhana). R^2 menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel: $X_i; i = 1, 2, 3, 4, \dots, k$) secara bersama-sama. Sementara itu, r^2 mengukur kebaikan sesuai (*goodness of fit*) dari persamaan regresi, yaitu memberikan presentasi variasi total dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh hanya satu variabel bebas (X). lebih lanjut, r adalah koefisien korelasi yang menjelaskan keeratan hubungan linear

⁴³ Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 67

diantara dua variabel, nilainya dapat negatif dan positif. Sementara itu, R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat (Y) dengan semua variabel bebas yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif.⁴⁴



⁴⁴ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 136.