

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *explanatory* atau uji hipotesa. Penelitian *explanatory* ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya (Singarimbun dan Effendi, Ed. 2006:5)

Sesuai dengan penjelasan di atas tentang landasan penelitian ini, maka alasan dipilihnya penelitian jenis *explanatory* karena jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian yang paling ideal untuk menguji dan menganalisa hubungan dan pengaruh antara variabel-variabel atribut produk terhadap keputusan konsumen. Serta dari hasil penelitian jenis ini maka akan dapat diketahui variabel yang paling dominan dari variabel-variabel atribut produk yang diteliti.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi dari penelitian ini adalah di Monopoli Resto & Cafe jalan Merbabu no.12 Kota Malang. Alasan memilih lokasi tersebut dengan pertimbangan bahwa kawasan tersebut mudah dijangkau oleh peneliti dan efisien, serta di kawasan tersebut terdapat sampel yang tepat untuk mewakili penelitian.

C. Konsep, Variabel, dan Skala Pengukuran.

1. Konsep

Dalam Singarimbun dan Effendi (Ed. 2006:34) berpendapat dalam sebuah penelitian diperlukan istilah khusus untuk menggambarkan secara tepat fenomena yang hendak ditelitinya. Inilah yang disebut konsep yaitu abstraksi mengenai sejumlah fenomena yang dirumuskan atas dasar generalisasi dan sejumlah karakteristik kejadian, keadaan kelompok atau individu tertentu, sehingga, dapat diartikan bahwa konsep merupakan definisi yang abstrak.

Berangkat dari judul pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian, dapat ditarik dua konsep sebagai berikut:

a. Atribut Produk

Atribut produk adalah suatu komponen yang merupakan sifat-sifat produk yang menjamin agar produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh pembeli. Dengan kata lain atribut produk merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Atribut produk yang akan diteliti disini adalah Fisik Produk, Produk Psikologis, Produk Pelayanan Pelanggan pada Monopoli Resto & Cafe.

b. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah sikap dari konsumen dalam menentukan arah dan tujuan akhir dalam proses pembelian suatu produk, jika produk yang dipilihnya memuaskan maka umpan balik yang diberikan oleh konsumen pun terhadap produk tersebut akan positif namun jika produk

yang dipilihnya itu tidak memuaskan maka umpan balik yang diberikan konsumen itu akan negatif.

2. Variabel

Istilah variabel dipakai oleh para ilmuwan dan peneliti sebagai sinonim untuk konstruk atau hal sedang diteliti. Dalam konteks ini, suatu variabel merupakan simbol yang diberi angka atau nilai (Cooper dan Emory, 1996:38). Agar suatu konsep dapat diteliti, maka harus dioperasionalkan dengan cara mengubahnya dan menjabarkannya menjadi variabel-variabel. Menurut Sugiyono (2008:58), 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.

Variabel penelitian yang digunakan dapat dikelompokkan menjadi yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

a. variabel Bebas (X) terdiri dari:

- 1) Fisik Produk (X_1) adalah atribut produk yang mencakup aspek-aspek yang berhubungan dengan fisik.
- 2) Produk Psikologis (X_2) adalah atribut produk yang mencakup aspek-aspek yang berhubungan dengan kejiwaan konsumen.
- 3) Produk Pelayanan Pelanggan (X_3) permohonan untuk spesifikasi produk-produk seperti data kinerja, permohonan untuk rincian, pemrosesan pesanan pembelian, penyelidikan status pesanan, dan layanan garansi

b. Variabel Terikat (Y): Pembelian Produk.

Suatu keadaan yang terjadi kepada konsumen dalam memilih dengan berbagai alternatif yang ada untuk memenuhi kebutuhannya.

Agar memperjelas konsep, variabel, indikator dan *item* dijelaskan pada gambar tabel berikut.

Tabel 3: Konsep dan Indikator

Konsep	Variabel	Indikator	<i>Item</i>
1. Atribut Produk	Fisik Produk	Penampilan Fisik Restoran	1. Menu utama yang disediakan bervariasi 2. Terdapat <i>appetizer</i> (hidangan pembuka) yang bervariasi 3. Terdapat <i>dessert</i> (hidangan penutup) yang bervariasi 4. Desain dan dekorasi 5. Pencahayaan yang tepat 6. Penataan meja dan kursi 7. Keamanan tempat parkir 8. Pegawai parkir yang mampu mengatur parkir dengan baik
	Produk Psikologis	<i>sensual benefit</i>	1. Suasana yang menyenangkan 2. Hiburan 3. Fasilitas restoran
		<i>sense of side</i>	1. Kebersihan karyawan 2. Kerapihan karyawan 3. Kesopanan karyawan
		<i>sense of listening</i>	1. Adanya musik di restoran 2. Musik yang dialunkan enak di dengar 3. Volume musik
		Kelezatan makanan dan minuman	1. Rasa makanan dan minuman. 2. Kesegaran makanan dan minuman. 3. Temperature makanan dan minuman yang disajikan.
	Produk Pelayanan Pelanggan	Kualitas pelayanan	1. Kemampuan karyawan memberikan pelayanan terhadap konsumen 2. Keinginan karyawan membantu dan menyediakan pelayanan yang tepat. 3. Pengetahuan, keramahan serta kemampuan karyawan 4. Perhatian dari karyawan untuk memahami keinginan konsumen

Konsep	Variabel	Indikator	Item
2. Keputusan Pembelian	Pembelian produk	Proses keputusan pembelian	1. Monopoli Resto & Cafe sesuai dengan kebutuhan 2. Mencari informasi tentang Monopoli Resto & Cafe 3. Memilih Monopoli Resto & Cafe dari lternatif sejenis 4. Monopoli Resto & Cafe pilihan yang tepat dan terbaik dari alternatif sejenis 5. Mengevaluasi setelah melakukan pembelian

4. Skala Pengukuran

Sugiyono (2008:131) menyatakan bahwa “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.”

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Malhotra (2009:298), skala Likert adalah skala yang digunakan secara luas yang meminta responden menandai drajat persetujuan atau ketidak setujuan terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai objek stimulus.

Umumnya, masing-masing *item scale* mempunyai lima kategori yang berkisar antara sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Sugiyono (2008:93) skala Likert digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun *item* instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Responden diminta untuk memberikan tanggapan pada setiap pertanyaan dengan memilih dari lima pilihan jawaban. Pemberian nilai jawaban. Pemberian nilai jawaban antara 1 sampai dengan 5 dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 4. Skala Pengukuran Variabel Penelitian

Kriteria jawaban	Nilai jawaban
a. Sangat setuju	5
b. Setuju	4
c. Ragu- ragu	3
d. Tidak setuju	2
e. Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sugiyono (2008:132)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2008:115) menjelaskan bahwa 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. Malhotra (2009:364) menambahkan populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki gabungan karakteristik serupa yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Monopoli Resto & Cafe jalan Merbabu Kota Malang. Dengan target usia konsumen

yang menjadi penelitian adalah minimal usia 18 tahun dengan pertimbangan pada usia tersebut seseorang diasumsikan sudah mampu menjawab serangkaian pertanyaan yang diajukan penulis berkaitan dengan atribut produk. Tidak ada perbedaan gender dalam penelitian ini sehingga melibatkan baik laki-laki maupun perempuan.

2. Sampel

Supranto (1992:3), mendefinisikan sampling ialah cara pengumpulan data atau penelitian kalau hanya elemen sampel (sebagian dari elemen populasi) yang diteliti, hasilnya merupakan data perkiraan (*estimatee*).

Arikunto (2009:174) yang menyatakan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Terdapat empat faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan besarnya sampel dari suatu penelitian menurut Mantra dan Kasto dalam Singarimbun dan Effendi (Ed. 2006:106-108), sebagai berikut:

- a. Derajat keseragaman dari populasi. Makin seragam populasi itu, makin kecil sampel yang dapat diambil.
- b. Presisi yang dikehendaki dari penelitian. Makin tinggi tingkat presisi yang dikehendaki, makin besar sampel yang harus diambil.
- c. Rencana analisa. Adakalanya besarnya sampel sudah mencukupi sesuai presisi yang dikehendaki, tetapi kalau dikaitkan dengan kebutuhan analisa, maka jumlah sampel tersebut kurang mencukupi.
- d. Tenaga, biaya, dan waktu. Kalau menginginkan presisi yang tinggi maka jumlah sampel harus besar. Tetapi apabila dana, tenaga, dan waktu terbatas, maka tidaklah mungkin untuk mengambil sampel yang besar, dan ini berarti presisinya akan menurun.

Pada penelitian ini, untuk menentukan besarnya sampel yang akan diteliti, dengan jumlah populasi yang tidak diketahui maka

menghitung dengan menggunakan rumus Snedecor GW dan Cochran WG (1967) dalam Budiarto (2004:48)

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 pq}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z_{α} = simpangan rata-rata distribusi normal standar pada derajat kemaknaan α

p = proporsi

q = 1-p

d = limit dari error atau presisi absolute

Jika ditetapkan $\alpha = 0,05$ atau $Z_{1-\alpha/2} = 1,96$ atau $Z^2_{1-\alpha/2} = 1,96^2$ atau dibulatkan menjadi 4, maka rumus untuk besar N yang diketahui kadang-kadang diubah menjadi:

$$n = \frac{1,96^2 pq}{d^2}$$

Karena proporsi (p) tidak diketahui, maka proporsinya (p) adalah 50% ini berarti nilai p = 0,5 dan nilai q = 1 – p. dengan limit error (d) ditetapkan 0,1 dan nilai $\alpha = 0,05$ maka jumlah sampel yang dibutuhkan sebesar:

$$n = \frac{1,96^2 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

= 96 orang (angka minimal) peneliti menggunakan 100 orang

3. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* (sampling insidental). Sugiyono (2008:85) mendefinisikan “sampling *acidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara

kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.”

E. Teknik Pengumpulan data

1. Sumber data

Menurut Kuncoro (2006:157), bahwa data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu. Data primer dalam penelitian ini berupa jawaban para responden dari hasil penyebaran kuesioner.

2. Metode Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto (2009:100), bahwa metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah survey dengan menggunakan kuesner. Lebih lanjut Arikunto (2009:194) menyatakan bahwa “kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui”. Responden yang dibagikan kuesioner dalam penelitian ini adalah dewasa yang telah ditetapkan sebagai sampel dengan maksud untuk memperoleh data atau informasi secara tertulis dari responden tersebut. Kuesioner yang akan disebar, terlebih dahulu dilakukan pengujian, diantaranya uji validitas dan uji reliabilitas.

Pada prakteknya, pengumpulan data didukung dengan adanya instrument pengumpulan data. Menurut Arikunto (2009:101), bahwa

instrument pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Pada pengumpulan data melalui kuesioner, instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah pedoman kuesioner. Instrumen ini berisikan daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis dan struktur, selanjutnya akan diberikan kepada responden untuk diisi.

F. Validitas dan Reliabilitas

Tingkat reliabilitas (*reliability*) dan validitas (*validity*) menunjukkan mutu seluruh proses pengumpulan data dalam suatu penelitian, mulai dari penjabaran konsep-konsep sampai pada saat data siap untuk dianalisa.

1. Validitas

Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2008:121).

Menguji validitas dalam penulisan ini adalah dengan menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total menggunakan korelasi *product moment*. Valid tidaknya suatu item, diketahui dengan membandingkan indeks koefisien korelasi *product moment* (r hitung) dengan nilai kritisnya, dimana r hitung dapat diperoleh dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2008:183)

Keterangan: r = korelasi *product moment* X dan Y

n = banyaknya populasi / sampel

X = nilai variabel X

Y = nilai variabel Y

Menurut Masrun dalam Sugiyono (2008:183).“ Jika didapat koefisien korelasi $\geq 0,3$ dengan tingkat signifikan probabilitas r hitung $(P) \leq 0,05$ berarti item tersebut valid”.

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya dan diandalkan menurut Ancok dalam (Singarimbun dan Effendi, Ed. 2006:140). Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan mengkorelasikan skor antar item dengan instrumen penelitian tersebut. Suatu instrument sudah *reliabel* sebagai alat pengumpul data apabila memberikan hasil ukuran yang sama terhadap suatu gejala pada waktu yang berlainan.

Menguji tingkat reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Alpha Cronbach yang dikutip dari Arikunto (2009:192), sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan: r = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

σ_t^2 = total varians

Suatu instrument dikatakan andal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar $\geq 0,6$.

3. Rekapitulasi Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Fisik Produk (X_1)

Tabel 5. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Fisik Produk (X_1)

Variabel	Hubungan	Koefisien korelasi	Signifikansi	Keterangan
X_1	$X_{1.1.1}-X_1$	0,576	0,000	Valid
	$X_{1.1.2}-X_1$	0,614	0,000	Valid
	$X_{1.1.3}-X_1$	0,571	0,000	Valid
	$X_{1.1.4}-X_1$	0,664	0,000	Valid
	$X_{1.1.5}-X_1$	0,638	0,000	Valid
	$X_{1.1.6}-X_1$	0,694	0,000	Valid
	$X_{1.1.7}-X_1$	0,634	0,000	Valid
	$X_{1.1.8}-X_1$	0,612	0,000	Valid
$\text{Alpha Chronbach} = 0,775$ $N = 100$				Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2012

Keterangan

$X_{1.1.1}$ = Menu utama yang disediakan bervariasi

$X_{1.1.2}$ = Terdapat *appetizer* (hidangan pembuka) yang bervariasi

$X_{1.1.3}$ = Terdapat *dessert* (hidangan penutup) yang bervariasi

$X_{1.2.1}$ = Desain dan dekorasi

$X_{1.2.2}$ = Pencahayaan yang tepat

$X_{1.2.3}$ = Penataan meja dan kursi

$X_{1.3.1}$ = Keamanan tempat parkir

$X_{1.3.2}$ = Pegawai parkir yang mampu mengatur parkir

Berdasarkan Tabel 5 maka dapat diketahui bahwa seluruh *item* pada variabel Fisik Produk (X_1) adalah valid karena mempunyai koefisien korelasi di atas 0,3 (30%), signifikansi di bawah 0,05 (5%), sedangkan hasil uji reliabilitas menunjukkan Alpha Chronbach sebesar 0,775 sehingga dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6.

b. Produk Psikologis (X_2)**Tabel 6. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Produk Psikologis (X_2)**

Variabel	Hubungan	Koefisien korelasi	Signifikasi	Keterangan
X_2	$X_{2.1.1}-X_2$	0,607	0,000	Valid
	$X_{2.1.2}-X_2$	0,567	0,000	Valid
	$X_{2.1.3}-X_2$	0,558	0,000	Valid
	$X_{2.2.1}-X_2$	0,641	0,000	Valid
	$X_{2.2.2}-X_2$	0,646	0,000	Valid
	$X_{2.2.3}-X_2$	0,701	0,000	Valid
	$X_{2.3.1}-X_2$	0,652	0,000	Valid
	$X_{2.3.2}-X_2$	0,726	0,000	Valid
	$X_{2.3.3}-X_2$	0,666	0,000	Valid
	$X_{2.4.1}-X_2$	0,769	0,000	Valid
	$X_{2.4.2}-X_2$	0,690	0,000	Valid
	$X_{2.4.3}-X_2$	0,506	0,000	Valid
Alpha Chronbach =0,870 N= 100				Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2012**Keterangan** $X_{2.1.1}$ =Suasana yang menyenangkan $X_{2.1.2}$ =Hiburan $X_{2.1.3}$ =Fasilitas restoran $X_{2.2.1}$ =Kebersihan karyawan $X_{2.2.2}$ =Kerapihan karyawan $X_{2.2.3}$ =Kesopanan karyawan $X_{2.3.1}$ =Adanya musik di restoran $X_{2.3.2}$ =Musik yang dialunkan enak di dengar $X_{2.3.3}$ =Volume music $X_{2.4.1}$ =Rasa makanan dan minuman. $X_{2.4.2}$ =Bau atau aroma makanan dan minuman. $X_{2.4.3}$ =Ukuran atau porsi makanan dan minuman yang disajikan.

Berdasarkan Tabel 6 maka dapat diketahui bahwa seluruh *item* pada variabel Produk Psikologis (X_2) adalah valid karena mempunyai koefisien korelasi di atas 0,3 (30%), signifikasi di bawah 0,05 (5%), sedangkan hasil uji reliabilitas menunjukkan Alpha Chronbach sebesar 0,870 sehingga dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6.

c. Produk Pelayanan Pelanggan (X_3)**Tabel 7. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Produk Pelayanan Pelanggan (X_3)**

Variabel	Hubungan	Koefisien korelasi	Signifikasi	Keterangan
X_3	$X_{3.1.1}-X_3$	0,710	0,000	Valid
	$X_{3.1.2}-X_3$	0,758	0,000	Valid
	$X_{3.1.3}-X_3$	0,765	0,000	Valid
	$X_{3.1.4}-X_3$	0,860	0,000	Valid
$Alpha\ Chronbach = 0,778$ N= 100				Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2012

Keterangan $X_{3.1.1}$ =Kemampuan karyawan memberikan pelayanan terhadap konsumen $X_{3.1.2}$ =Keinginan karyawan membantu dan menyediakan pelayanan yang tepat. $X_{3.1.3}$ =Pengetahuan, keramahan serta kemampuan karyawan $X_{3.1.4}$ =Perhatian dari karyawan untuk memahami keinginan konsumen

Berdasarkan Tabel 7 maka dapat diketahui bahwa seluruh *item* pada variabel Produk Pelayanan Pelanggan (X_3) adalah valid karena mempunyai koefisien korelasi di atas 0,3 (30%), signifikasi di bawah 0,05 (5%), sedangkan hasil uji reliabilitas menunjukkan Alpha Chronbach sebesar 0,778 sehingga dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6.

d. Pembelian Produk (Y)

Tabel 8. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pembelian Produk (Y)

Variabel	Hubungan	Koefisien korelasi	Signifikasi	Keterangan
Y	$Y_{1.1}-X_3$	0,681	0,000	Valid
	$Y_{1.2}-X_3$	0,592	0,000	Valid
	$Y_{1.3}-X_3$	0,733	0,000	Valid
	$Y_{1.4}-X_3$	0,800	0,000	Valid
	$Y_{1.5}-X_3$	0,694	0,000	Valid
$Alpha\ Chronbach = 0,739$ N=100				Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2012

Keterangan $X_{3.1.1}$ =Kemampuan karyawan memberikan pelayanan terhadap konsumen

X_{3.1.2} = Keinginan karyawan membantu dan menyediakan pelayanan yang tepat.

X_{3.1.3} = Pengetahuan, keramahan serta kemampuan karyawan

X_{3.1.4} = Perhatian dari karyawan untuk memahami keinginan konsumen

Berdasarkan Tabel 8 maka dapat diketahui bahwa seluruh *item* pada variabel Pembelian Produk (Y) adalah valid karena mempunyai koefisien

korelasi diatas 0,3 (30%), signifikasi di bawah 0,05 (5%), sedangkan hasil uji reliabilitas menunjukkan Alpha Chronbach sebesar 0,739 sehingga dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6.

G. Analisis data

Analisis data merupakan bagian yang sangat penting dengan metode ilmiah karena dengan analisa, data tersebut dapat diberi arti dan maka yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Effendi dan Manning dalam Singarimbun dan Effendy (Ed. 2006:263), yang menyatakan bahwa analisis data merupakan proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik penelitian dengan menggambarkan obyek penelitian yang terdiri dari daerah penelitian, keadaan responden, serta indikator yang didistribusikan dari masing- masing variabel. Analisis 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 untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2008 :

147). Data yang dikumpulkan, diolah, dan ditabulasikan dalam tabel, kemudian pembahasan data diperoleh disajikan dalam bentuk angka dan persentase.

2. Pengujian Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini untuk mengelolah hasil penelitian yang didapat dengan menggunakan analisis inferensial (kuantitatif). Dianalisis tersebut menggunakan SPSS. Analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik dibutuhkan untuk mengukur adanya indikasi, ada tidaknya penyimpangan data melalui hasil distribusi, kolerasi, item dari indikator-indikator dari variabel. Pada analisis regresi linear berganda memerlukan beberapa asumsi agar model tersebut layak dipergunakan dalam penelitian ini adalah uji Normalitas, uji Autokorelasi, uji Multikolinearitas, uji Heterokedastisitas.

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2009:114) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, dependent variabel dan independent variabel keduanya memiliki distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Syarat untuk mengambil keputusan apakah sebuah distribusi data mengikuti distribusi normal adalah:

- 1) Jika nilai signifikan atau nilai probabilitas lebih kecil dari 5% maka distribusi adalah tidak normal.
- 2) Jika nilai signifikan atau nilai probabilitas lebih besar dari 5% maka distribusi adalah normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah situasi adanya korelasi variabel-variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2009:95). Menurut Triton (2006:154) apabila pada regresi terdeteksi adanya kasus multikoliniearitas, maka dapat terjadi perubahan tanda koefisien regresi dari positif pada saat diuji dengan regresi sederhana, menjadi negatif pada saat diuji dengan regresi berganda, atau sebaliknya. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS.16. pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini menggunakan *variance inflation faktor* (VIF). Adapun menurut Hair dalam Purwoto (2007:97), jika nilai VIF masih kurang dari 10, multikoliniearitas tidak terjadi.

c. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas muncul apabila kesalahan residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari suatu observasi lainnya, artinya setiap observasi memiliki reliabilitas yang berbeda akibat perubahan dalam kondisi yang melatarbelakangi tidak terangkum dalam spesifikasi model (Hanke & Reitsch dalam Kuncoro, 2004:96). Gangguan heterokedastisitas akan tampak dengan adanya pola tertentu pada grafik SRESID dan ZPRED.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan apabila variabel bebas berjumlah dua atau lebih. Menurut Hasan (2010:269) dalam analisis regresi linier

berganda dilakukan pengujian hipotesis terlebih dahulu yang bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel bebas yang digunakan memiliki pengaruh yang nyata atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

a) Uji hipotesis pertama

Pengujian hipotesis pertama atau analisis secara bersama-sama menggunakan analisis koefisien korelasi berganda (R) dan koefisien determinasi berganda (R^2). Koefisien tersebut digunakan untuk mengetahui kekuatan pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas dan variabel terikat. Menurut Sudjana (2002:107), pengujian hipotesis yang memiliki pengaruh secara bersama-sama dapat menggunakan analisis korelasi berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$R = \sqrt{\frac{JK_{reg}}{JK_{tot}}}$$

Keterangan:

R = koefisien korelasi berganda
 JK_{reg} = jumlah kuadrat regresi
 JK_{tot} = jumlah kuadrat total

Koefisien korelasi berganda yang telah diperoleh dapat diketahui taraf signifikannya melalui uji F dengan rumus seperti yang dikutip oleh Sudjana (2002:108), sebagai berikut:

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

Keterangan:

F_{hitung} = rasio hitung
 R = koefisien korelasi berganda
 k = banyaknya peubah bebas
 n = sampel

Hasil dari analisis korelasi berganda tersebut, selanjutnya dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikatnya dengan melihat koefisien determinasi berganda (R^2) *adjusted* (yang disesuaikan) sekaligus menunjukkan kontribusi dari variabel bebas tersebut, berdasarkan pada koefisien elemen (determinan berganda) atau kuadrat dari korelasi berganda dengan rumus yang dikutip dari Sudjana (2002:108) sebagai berikut:

$$R^2_{adj} = \left[1 - \frac{n-1}{n-k-1} (1 - R^2) \right]$$

Keterangan:

R^2 = hasil perhitungan R dikuadratkan

k = jumlah variabel bebas

n = banyak sampel

Hasil dari perhitungan tersebut akan dapat diketahui bahwa semakin besar koefisien determinasi terkoreksi, maka suatu model regresi yang didapatkan semakin baik.

Setelah diketahui variabel-variabel bebas yang digunakan memiliki pengaruh yang nyata atau tidak terhadap variabel terikat maka didapat persamaan regresi linier berganda. Hasan (2010:255) menyatakan bahwa secara umum persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

$\hat{Y}$ = Pembelian Produk

a = konstanta

b_{1-k} = koefisien regresi

X_1 = Fisik Produk

X_2 = Produk Psikologis

X_3 = Produk Pelayanan Pelanggan
 e = kesalahan pengganggu

Dengan hipotesis statistik yang dirumuskan sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas yaitu Fisik Produk (X_1), Produk Psikologis (X_2), Produk Pelayanan Pelanggan (X_3) secara bersama-sama terhadap terhadap Pembelian Produk (Y).

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$, Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas yaitu Fisik Produk (X_1), Produk Psikologis (X_2), Produk Pelayanan Pelanggan (X_3) secara bersama-sama terhadap terhadap Pembelian Produk (Y).

Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan probabilitas F_{hitung} dengan tingkat kepercayaan besar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$), untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis dengan ketentuan sebagai berikut:

H_0 diterima dan H_a ditolak apabila probabilitas $F_{hitung} > \alpha = 0,05$, artinya semua variabel bebas secara bersama-sama bukan merupakan variabel penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

H_0 ditolak dan H_a diterima apabila probabilitas $F_{hitung} \leq \alpha = 0,05$, artinya semua variabel bebas secara bersama-sama merupakan variabel penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

b) Uji hipotesis kedua

Pengujian hipotesis kedua atau analisis secara parsial menggunakan analisis regresi linier berganda yang ditujukan untuk menunjukkan setiap variabel.

Pengujian hipotesis kedua dapat dilanjutkan dengan melakukan uji t untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikatnya. Rumus uji t dituliskan Hasan (2010:267) sebagai berikut:

$$tb_i = \frac{b_i - B_i}{Sb_i}$$

Keterangan:

- b_i = koefisien regresi setiap variabel bebas
- B_i = koefisien regresi untuk populasi
- Sb_i = *standart error* bagi b_i

Hipotesis pengujian signifikasi dirumuskan sebagai berikut:

$H_0 : \beta_0 = 0$, Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas yaitu Fisik Produk (X_1), Produk Psikologis (X_2), Produk Pelayanan Pelanggan (X_3) secara parsial terhadap terhadap Pembelian Produk (Y).

$H_a : \beta_1 \neq 0$, Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas yaitu Fisik Produk (X_1), Produk Psikologis (X_2), Produk Pelayanan Pelanggan (X_3) secara parsial terhadap terhadap Pembelian Produk (Y).

Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan probabilitas t_{hitung} dengan tingkat kepercayaan besar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$), untuk menentukan diterima atau ditolakanya hipotesis dengan ketentuan sebagai berikut:

1) Apabila probabilitas $t_{hitung} > \alpha = 0,05$, maka H_0 diterima atau H_a

ditolak yang berarti bahwa variabel-variabel bebas yang diuji tidak

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya.

2) Apabila probabilitas $t_{hitung} \leq \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak atau H_a

diterima yang berarti bahwa variabel-variabel bebas yang diuji

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya.

Semua perhitungan dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan komputer dengan program SPSS.6.0.

