

IV. METODE PENELITIAN

4.1. Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode *purposive* yaitu penentuan lokasi dilakukan secara sengaja. Lokasi penelitian dilakukan di pusat oleh-oleh keripik pisang A.J Bandar Lampung yang beralamatkan Jl. Pagar Alam, Segalamider, Kedaton, Bandar Lampung. Penelitian dilakukan pada bulan Juni dan Juli 2017.

4.2. Metode Penentuan Sampel

Penentuan sampel atau responden dalam penelitian ini ditujukan kepada konsumen keripik pisang A.J. Teknik penarikan sampel menggunakan *accidental sampling*, menurut Sugiyono (2002) teknik pengambilan sampel *accidental sampling* atau metode pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja responden yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan pada saat peneliti menyebarkan kuisioner maka dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang ditemui sesuai dengan sumber data penelitian. Dalam pengambilan sampel pada konsumen keripik pisang A.J jumlah populasi yang akan diteliti tidak terhingga, maka dikarenakan alasan tersebut peneliti menggunakan metode perhitungan sampel yang dikembangkan oleh Roscoe yang dikutip dalam (Wibisono, 2000), yaitu jika dalam penelitian akan menggunakan analisis multivariate seperti korelasi atau regresi berganda atau pada penelitian yang memiliki banyak faktor, maka ukuran sampel yang digunakan minimal 10 kali dari banyak faktor yang ada. Dalam hal ini faktor yang dimaksud adalah indikator penelitian.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis *multivariate* (regresi linier berganda). Variabel yang digunakan terdiri dari 7 (tujuh) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, dan menggunakan 13 indikator penelitian. Maka besarnya sampel yang diambil yaitu;

$$n = 10 \times 13 = 130$$

keterangan: n = Jumlah sampel yang akan digunakan

Jadi, jumlah sampel yang diperlukan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini sebanyak 130 responden.

4.3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh peneliti guna mendapatkan hasil yang diinginkan. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data diperoleh dengan cara observasi yang dilakukan dengan bertemu langsung dengan responden. Pengumpulan data ini didapat dari kuesioner yang diberikan peneliti kepada responden yang merupakan konsumen keripik pisang A.J. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung oleh peneliti kepada konsumen yang ada di lokasi penelitian. Kuesioner yang digunakan adalah model kuesioner tertutup karena jawaban untuk kuesioner telah disediakan dan pengukuran menggunakan skala *likert* (1-5).

2. Data Sekunder

Pengumpulan data dilakukan dengan pencarian data melalui literatur (studi pustaka) yang mendukung penelitian sebagai dasar teoritis dalam pembahasan.

4.4. Metode Analisi Data

Analisis data sangat diperlukan dalam melakukan penelitian guna mendapatkan hasil yang diinginkan dan benar serta dapat dipertanggungjawabkan. Adapun bentuk analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Analisis Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan keterangan-keterangan mengenai suatu data atau keadaan seperti lokasi penelitian, responden yang diteliti serta digunakan dalam pemecahan masalah. Dengan kata lain analisis ini berfungsi menerangkan keadaan, gejala atau persoalan. Selain itu, dalam penelitian ini analisis deskriptif akan digunakan untuk mendeskripsikan secara detail mengenai bauran pemasaran, serta bagaimana pengaruhnya terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis data dan keterangan berupa angka kemudian dilakukan pembahasan secara

deskriptif. Analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan metode analisis regresi berganda menggunakan *software* SPSS versi 16.0. Data yang digunakan berasal dari kuesioner yang diisi oleh konsumen. Dilakukannya analisis kuantitatif terhadap data kuesioner yang didapat dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* (bauran pemasaran) terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk keripik pisang.

4.4.1. Uji Instrumen

Sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh, maka perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap alat pengukur data berupa kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Pengumpulan data menggunakan kuesioner tanpa mengetahui bagaimana tingkat kevalidan dan tingkat reliabel suatu instrumen penelitian (kuesioner), maka tingkat kepercayaan akan data yang dikumpulkan atau diperoleh akan sangat kecil sekali. Oleh karena itu, asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis. Pengujian instrumen ini dilakukan menggunakan *software* SPSS versi 16.0

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kestabilan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Dengan kata lain, mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti (Irsad, 2010). Dalam penelitian ini, uji tingkat validitas instrumen penelitian dapat dilakukan dengan rumus korelasi *product moment* disebutkan oleh Sudarmanto (2005) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N\sum X^2) - (\sum X)^2] [(N\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*
- N = Jumlah subyek
- X = Skor responden untuk tiap item
- Y = Total skor tiap responden dari seluruh item
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing skor X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing skor Y

Kevalidan data dinyatakan apabila nilai probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 5% ($\alpha < 0,05$) maka data dapat dinyatakan valid. Namun, apabila nilai probabilitas hasil korelasi lebih besar dari 5% ($\alpha > 0,05$) maka data tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Selain aspek validitas yang harus dipenuhi dalam suatu instrumen penelitian, tingkat reliabilitas suatu instrumen harus pula dipenuhi. Reliabilitas merupakan derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran (Umar, 2005b). Suatu alat ukur dapat dikatakan reliabel atau dapat dipercaya, apabila hasil pengujian menggambarkan bahwa alat ukur yang digunakan tersebut stabil atau tidak berubah-ubah. Reliabilitas dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \alpha_b^2}{\alpha_t^2} \right]$$

Keterangan : r_{11} = Reliabilitas instrumen
 k = Banyaknya butir pertanyaan
 $\Sigma \alpha_b^2$ = Jumlah varian butir
 α_t^2 = Varian total

Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu instrumen, dapat dilakukan dengan melihat nilai reliabilitas (*coefficient reliability*). Menurut Arikunto (1998) Nilai koefisien reliabilitas berkisar antara 0 sampai 1. Apabila nilai *Alpha Cronbach* $> 0,6$ dan nilai koefisien tersebut mendekati 1 atau bernilai 1 maka instrumen tersebut semakin reliabel.

Menurut Nugroho (2011) (*dalam* Budiwati, 2012) uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Dimana indeks kriteria reliabilitas dibedakan oleh beberapa interval dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	Tingkat Reliabilitas
1.	0,000 – 0,20	Kurang Reliabel
2.	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3.	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4.	0,601 – 0,80	Reliabel
5.	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho, Yohanes Anton (2011)

4.4.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini merupakan uji persyaratan yang harus terpenuhi sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Apabila uji asumsi klasik atau uji persyaratan ini tidak dapat terpenuhi, maka analisis dengan regresi linier berganda tidak dapat digunakan. Pengujian ini digunakan pada model regresi linier berganda agar persamaan yang dihasilkan tidak bias atau tidak menyimpang. Uji asumsi klasik atau uji persyaratan yang digunakan adalah uji normalitas data, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Normalitas Data

Pengujian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui apakah data yang digunakan baik variabel independen maupun variabel dependen mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Dengan kata lain, uji normalitas adalah pengujian yang tentang kenormalan distribusi data. Model yang baik adalah jika data memiliki distribusi normal atau mendekati normal.

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan melihat *normal probability plot* pada output SPSS, jika nilai sebaran data terletak disekitar garis lurus diagonal maka persyaratan normalitas terpenuhi (Santoso, 2012).

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Gujarati (1993), uji multikolinieritas merupakan pengujian yang menunjukkan ada atau tidak hubungan linier yang “sempurna” atau pasti di antara beberapa atau semua variabel bebas yang menjelaskan dari model regresi. Dengan kata lain, uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi yang digunakan ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Apabila terjadi korelasi antar variabel independen, maka model tersebut terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki multikolinieritas. Menurut Sudarmanto (2005) apabila memiliki multikolinieritas atau ada hubungan yang linier antar variabel independen akan menimbulkan kesulitan dalam memisahkan pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Untuk mengetahui apakah data yang digunakan terdapat korelasi atau memiliki multikolinieritas, dapat digunakan output SPSS untuk mengetahui hal tersebut. Ciri suatu model regresi yang bebas multikol adalah sebagai berikut:

- Memiliki angka toleransi 0,1 (>10%)
- Memiliki nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 (< 10).

Besarnya VIF dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{(1 - R^2_{xt})}$$

Keterangan : VIF = *Variance Inflation Factor*
 R^2 = Koefisien determinasi

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Sudarmanto (2005) uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas menurut Widayat (2004) adalah dengan melakukan pendekatan uji korelasi Rank Spearman, pengujian menggunakan tingkat signifikansi lebih dari 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika korelasi antar variabel independen dengan variabel absolut residual didapat nilai signifikansi > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data yang digunakan tidak memiliki masalah heteroskedastisitas, rumus yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$R_1 = 1 - 6 \left[\frac{\sum d_i^2}{N(N^2 - 1)} \right]$$

Keterangan :

d_i = Perbedaan dalam rank yang ditetapkan untuk dua karakteristik yang berbeda dari individu atau fenomena ke i

N = Banyaknya individual atau fenomena yang di rank.

4.4.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antar variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Analisis regresi berganda ini dilakukan apabila uji persyaratan regresi linier berganda telah terpenuhi. Menurut Gujarati (1993) Persamaan model analisis regresi berganda dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian
- X₁ = Variabel Produk (*Product*)
- X₂ = Variabel Harga (*Price*)
- X₃ = Variabel Saluran Distribusi (*Place*)
- X₄ = Variabel Promosi (*Promotion*)
- X₅ = Variabel Orang (*People*)
- X₆ = Variabel Proses (*Process*)
- X₇ = Variabel Bukti Fisik (*Physical Evidence*)
- α = Konstanta dari persamaan regresi
- β₁₋₇ = Koefisien Regresi
- e = Standar Error

4.4.4. Uji Hipotesisi

a. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas/independen (produk (*product*), harga (*price*), saluran distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*)) secara keseluruhan atau simultan terhadap variabel terikat/dependen yang merupakan variabel keputusan pembelian yang diuji secara signifikan. Menurut Rangkuti (2001), pengujian regresi linier berganda dengan uji F pada tingkat signifikansi 0,05 dirumuskan sebagai berikut:

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

- Dimana:
- R² = Koefisien korelasi
 - k = Jumlah variabel independen (X)
 - n = Jumlah sampel
 - F = F_{hitung} yang selanjutnya akan dibandingkan dengan F_{tabel}

Dengan hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

H₀ : b = 0; berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (produk (*product*), harga (*price*), saluran distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*)) secara simultan dengan variabel dependen (keputusan pembelian).

H_a : b ≠ 0; berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen ((produk (*product*), harga (*price*), saluran distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik

(*physical evidence*)) secara simultan dengan variabel dependen (keputusan pembelian (Y)).

Jika didapat probabilitas $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dimana secara simultan variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan jika didapat probabilitas $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dimana secara simultan tidak satu pun variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang merupakan variabel keputusan pembelian secara parsial atau secara individual. Menurut Sugiyono (2002), taraf signifikan atau taraf nyata dilambangkan dengan α (alpha) merupakan ukuran tingkat kesalahan dalam penelitian, dimana untuk bidang ekonomi batas toleransi yang digunakan adalah 5% atau $\alpha = 0,05$. Sedangkan 95% sisanya adalah taraf kepercayaan yang dilambangkan r (koefisien korelasi) atau ρ (rho).

Untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel terikat, digunakan uji t. Gujarati (1993) merumuskannya sebagai berikut:

$$t = \frac{b_i}{Sb_1}$$

Dimana : b_i = Koefisien regresi

Sb_i = Standar *error* koefisien regresi

Dengan hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ untuk tiap variabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ tiap variabel bebas, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

$H_0 : b = 0$; berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (produk (*product*), harga (*price*), saluran distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*)) secara parsial dengan variabel dependen (keputusan pembelian (Y)).

$H_1 : b \neq 0$; berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (produk (*product*), harga (*price*), saluran distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik

(*physical evidence*)) secara parsial atau secara individu dengan variabel dependen (keputusan pembelian (Y)).

Uji variabel dominan digunakan untuk mengetahui variabel bebas/independen manakah yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel terikat/dependen dalam hal ini yaitu keputusan pembelian. Menurut Sudibia (2012) pengaruh dominan variabel bebas/independen terhadap variabel terikat/dependen dapat diketahui dengan uji regresi yang dapat dilihat pada tabel *Standardized Coefficient Beta*. Variabel dominan ditentukan apabila nilai *Standardized Coefficient Beta* pada suatu variabel bebas/independen memiliki nilai paling besar dibandingkan dengan variabel bebas lainnya.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi atau *R square* (R^2) digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam regresi, serta mengetahui besarnya kontribusi dari keseluruhan variabel independen dan bagaimana pengaruhnya terhadap variabel dependen. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel independen yang tidak dimasukkan dalam model (Santoso, 2012).

Menurut Sudarmanto (2005) Nilai koefisien R^2 dalam analisis regresi dapat digunakan sebagai ukuran untuk menyatakan garis regresi yang diperoleh. Adapun bentuk persamaan R^2 secara umum dapat dirumuskan:

$$R^2 = \frac{b_1 \Sigma Y X_1 + b_2 \Sigma Y X_2 + \dots + b_k \Sigma Y X_k}{\Sigma Y^2}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

b = Koefisien regresi variabel independen

Y = Variabel keputusan pembelian

X = Variabel *marketing mix*