

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan *ex post facto* dan *survey*. Metode deskriptif adalah suatu metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (*independen*) tanpa membuat atau menghubungkan dengan variabel lain. Tujuan penelitian verifikatif yaitu untuk menentukan tingkat pengaruh variabel-variabel dalam suatu populasi.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berdasarkan data yang ada di tempat penelitian sehingga menggunakan pendekatan *ex post facto* dan *survey*. Penelitian dengan pendekatan *ex post facto* merupakan penelitian yang meneliti peristiwa yang telah terjadi dengan merunut ke belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut (Sugiyono, 2004:7). Pendekatan *survey* yaitu penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang intitusi sosial, ekonomi atau politik dari suatu kelompok ataupun suatu daerah (Nazir, 2003:56).

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2004: 72). Sebuah Populasi dengan jumlah individu tertentu dinamakan populasi finit, sedangkan jika jumlah individu dalam kelompok tidak mempunyai jumlah yang tetap, ataupun jumlahnya tidak terhingga, disebut populasi infinit (Nazir, 1999 : 325). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen minimarket Alfamart di Wates. Dari penelitian pendahuluan diperoleh informasi bahwa rata-rata konsumen yang berbelanja di minimarket Alfamart Raya Wates setiap harinya sebanyak 783 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian populasi yang dipilih dengan teknik tertentu untuk mewakili populasi. Menurut Sugiyono (2010: 118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pengambilan sampel ini dilakukan dengan cara memperoleh sampel dari sekumpulan populasi. Menurut Suharsimi Arikunto (2006; 134) jika subyek penelitiannya kurang dari 100 lebih baik diambil semua. Jika lebih dari 100 untuk memperoleh sampel dapat menggunakan presentase 10% - 15% atau 20% - 25% dari jumlah populasi.

Jumlah populasi dalam penelitian ini sebesar 783, sehingga untuk menentukan jumlah sampel dari populasi penulis menggunakan persentase 15 % dengan hasilnya sebagai berikut.

$15\% \times 783 = 117,45$ dibulatkan = 117 responden

Teknik pengambilan sampel adalah *non probability* sampel dengan menggunakan teknik *insidental sampling*. 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 (sugiyono, 2009:122).

Adapun kriteria sampel yang diambil yaitu orang dewasa minimal berumur 17 tahun, dalam kondisi yang sehat dan sadar, telah berbelanja di minimarket Alfamart Raya Wates lebih dari satu kali.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:60). Variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Variabel independen atau variabel bebas

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu harga jual (X_1) dan *retail service quality*(X_2) sebagai variabel bebas.

2. Variabel dependen atau variabel terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lainnya (variabel bebas) atau variabel yang kemunculannya diasumsi disebabkan oleh

variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian konsumen (Y).

D. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

1. Definisi Konseptual Variabel :

1. Harga Jual (X_1)

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Amstrong, 2001: 439).

2. *Retail Service Quality* (X_2)

Retail Service Quality adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Produksi jasa dapat terikat atau tidak terikat pada suatu produk fisik (Kotler and Keller, 2006 : 372).

3. Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Tindakan yang dilakukan orang dalam pembelian dan pemanfaatan suatu produk (Mahmud Machfoedz 2005: 37).

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara melihat pada dimensi tingkah laku atau properti yang ditunjukkan

oleh konsep dan mengkategorikan hal tersebut menjadi elemen yang dapat diamati dan diukur (Basrowi dan Akhmad kasinu, 2007: 179).

Agar penelitian ini dapat terarah dengan baik sesuai dengan sasaran tujuan yang ditetapkan sehingga dapat diukur, dicapai dengan melihat pada dimensi tingkah laku atau properti yang ditunjukkan oleh konsep, dan mengkategorikan hal tersebut menjadi elemen yang dapat diamati dan dapat diukur, maka variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini sebagai berikut.

Tabel 6. Indikator dan Sub Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala Pengukuran
Harga Jual (X₁)	a.harga relatif b.harga paket c.harga konsistensi	<ul style="list-style-type: none"> ● Harga rendah ● Harga biasa ● Harga tinggi ● Harga Promo yang ditawarkan ● Persamaan harga antara <i>label price</i> dan mesin kasir 	Interval
Retail Service Quality (X₂)	1. Tangibels 2. Emphaty	<ul style="list-style-type: none"> ● Kelengkapan produk ● Kebersihan Tempat ● Karyawan berpakaian dan berpenampilan rapi ● Penataan atau layout tata letak ● Perhatian Khusus karyawan kepada konsumen ● Perhatian terhadap keluhan konsumen ● Perhatian terhadap 	Interval

	<p>3. Reability</p> <p>4. Responsiveness</p> <p>5. Assurance</p>	<p>kebutuhan konsumen</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pelayanan kepada semua konsumen tanpa melihat status sosial ● Ketepatan dalam prosedur penerimaan konsumen ● Prosedur pemberian pelayanan ● Ketepatan jadwal pelayanan ● Kecakapan karyawan dalam membantu konsumen ● Tindakan karyawan yang cepat dan memuaskan atas keluhan kosumen ● Kejelasan karyawan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan konsumen ● Pengetahuan karyawan untuk menjawab pertanyaan konsumen ● Jaminan keamanan pelayanan dan kepercayaan terhadap konsumen ● Kesopanan dan Keramahan pegawai 	
<p>Keputusan Pembelian Konsumen (Y)</p>	<p>a. Perilaku pembelian (<i>purchase</i>)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Pemilihan tempat belanja yang cocok ● Memilih produk yang akan dibeli ● Membayar produk yang dibeli dikasir ● Melakukan pembelian ulang jika merasa puas 	<p>Interval</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan informasi kepada orang lain 	
--	--	--	--

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah, dan bukan sekedar perkiraan (Budi Koestoro dan Basrowi, 2006: 142).

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap subjek yang diteliti yaitu dengan observasi terbuka.

3. Kuesioner

Kuesioner atau sering disebut angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2004: 135). Sasaran dari angket dalam penelitian ini adalah konsumen minimarket Alfamart . Teknik angket digunakan untuk memperoleh data mengenai harga jual produk, promosi dan retail service quality terhadap perilaku konsumen. Dalam penelitian ini digunakan kuesioner tertutup, yaitu dengan cara menyediakan sejumlah alternatif jawaban pada setiap pertanyaan.

4. Wawancara

Metode wawancara dalam penelitian ini hanya merupakan pelengkap, karena apabila responden dalam menjawab pertanyaan tidak jelas, maka perlu diminta penjelasan secara lisan dan langsung.

F. Uji Persyaratan Instrumen Penelitian

Untuk mendapatkan data-data yang lengkap, maka alat instrumen harus memenuhi syarat baik. Instrumen yang baik dalam suatu penelitian memenuhi syarat-syarat yaitu valid dan reliabel.

1. Uji Validitas Angket

Menurut Sugiono (2005:109) "instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur".

Uji validitas item soal pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* yaitu:

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

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y
- N = Jumlah sampel
- $\sum XY$ = Skor rata-rata dari X dan Y
- $\sum X$ = Jumlah skor item
- $\sum Y$ = Jumlah skor total seluruh item

Kriteria pengujian, apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item soal tersebut valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka alat pengukuran atau angket tersebut tidak valid (Suharsimi Arikunto, 2002:146).

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil uji coba angket pada variabel X₁, X₂ dan Y kepada 20 orang responden, kemudian dihitung menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil perhitungan kemudian dicocokkan dengan tabel r Product Moment dengan $\alpha = 0.05$ adalah 0.444 maka diketahui hasil perhitungan sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Perhitungan Uji Coba Validitas Variabel X₁

No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,465	0,444	Valid
2	0,508	0,444	Valid
3	0,546	0,444	Valid
4	0,589	0,444	Valid
5	0,453	0,444	Valid
6	0,660	0,444	Valid
7	0,594	0,444	Valid
8	0,691	0,444	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data tahun 2011

Kriteria yang digunakan adalah jika r hitung > r tabel, maka soal tersebut valid dan sebaliknya. Berdasarkan kriteria tersebut, maka dari 8 soal tersebut dinyatakan valid semua. Dengan demikian angket yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 8 soal.

Tabel 8. Hasil Perhitungan Validitas X₂

No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,654	0,444	Valid
2	0,515	0,444	Valid
3	0,559	0,444	Valid
4	0,734	0,444	Valid

5	0,183	0,444	Tidak Valid
6	0,475	0,444	Valid
7	0,663	0,444	Valid
8	0,612	0,444	Valid
9	0,646	0,444	Valid
10	0,588	0,444	Valid
11	0,071	0,444	Tidak Valid
12	0,620	0,444	Valid
13	0,618	0,444	Valid
14	0,482	0,444	Valid
15	0,544	0,444	Valid
16	0,665	0,444	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan data tahun 2011

Kriteria yang digunakan adalah jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka soal tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya. Berdasarkan kriteria tersebut, maka dari 16 soal tersebut terdapat 2 soal yang dinyatakan tidak valid dan soal tersebut di drop. Dengan demikian angket yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 14 soal.

Tabel 9. Hasil Perhitungan Validitas Y

No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,539	0,444	Valid
2	0,580	0,444	Valid
3	0,767	0,444	Valid
4	0,770	0,444	Valid
5	0,549	0,444	Valid
6	0,530	0,444	Valid

Sumber: Pengolahan data tahun 2011

Kriteria yang digunakan adalah jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka soal tersebut valid dan sebaliknya. Berdasarkan kriteria tersebut, maka dari 6 soal tersebut dinyatakan valid semua. Dengan demikian angket yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 6 soal.

2. Uji Reliabilitas Angket

Setelah dilakukan uji kesahihan dan didapatkan butir-butir sahih, selanjutnya terhadap butir-butir sahih tersebut diuji keandalannya (reliabilitas). Untuk mengetahui reliabilitas alat ukur menggunakan rumus alpha. *Alfa Cronbach* merupakan suatu koefisien reliabilitas yang mencerminkan seberapa baik item pada suatu rangkaian berhubungan secara positif satu dengan lainnya (Budi Koestoro dan Basrowi, 2006: 243).

Teknik penghitungan reliabilitas dengan koefisien alpha sebagai berikut.

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

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya soal

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

σ_t^2 = Varians total

(Suharsimi Arikunto, 2002: 171)

Kriteria pengujian, apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan taraf signifikansi 0,05 maka pengukuran tersebut reliabel, dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pengukuran tersebut tidak reliabel. Jika alat instrumen tersebut reliabel, maka dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasi (r) sebagai berikut.

0,800 sampai dengan 1,00	= sangat tinggi
0,600 sampai dengan 0,799	= tinggi
0,400 sampai dengan 0,599	= cukup
0,200 sampai dengan 0,399	= rendah
0,000 sampai dengan 0,199	= sangat rendah

G. Uji Persyaratan Stasistik Parametrik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah kelompok yang dijadikan sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Lilifors*. Hipotesis untuk uji normalitas adalah sebagai berikut.

H_0 = Sampel berdistribusi normal

H_1 = Sampel tidak berdistribusi normal

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut.

1. Tolak H_0 apabila nilai Signifikansi (Sig) < 0,05 berarti distribusi sampel tidak normal.
2. Terima H_0 apabila nilai Signifikansi (Sig) > 0,05 berarti distribusi sampel normal.

3. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi yang homogen atau tidak. Uji homogenitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji *Levene Statistic* dengan model *Anova*. Hipotesis untuk uji homogenitas adalah sebagai berikut.

H_0 = Varians sampel homogen

H_1 = Varians sampel tidak homogen

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut.

1. Tolak H_0 apabila nilai Signifikansi (Sig) < 0,05 berarti distribusi sampel tidak homogen.
2. Terima H_0 apabila nilai Signifikansi (Sig) > 0,05 berarti distribusi sampel homogen

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Kelinearan

Uji kelinearan regresi linier multiple dengan menggunakan statistik F dengan

rumus :

$$F = \frac{S^2TC}{S^2G}$$

Keterangan:

S^2TC = Varian Tuna Cocok

S^2G = Varian Galat

Kriteria uji, apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ditolak yang menyatakan linier dan

sebaliknya jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima yang menyatakan tidak linier.

Dengan taraf nyata 0,05, dk (k - 2) dengan dk penyebut (n - k).

Untuk mencari F hitung digunakan tabel ANAVA (Analisis Varians) sebagai berikut.

Tabel 10. Analisis Varians (ANAVA) untuk Uji Kelinearan Regresi

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Kuadrat Tengah (KT)	F_{hitung}
Tuna Cocok	k - 2	JK (TC)	$S^2TC = \frac{JK(TC)}{k-2}$	$\frac{S^2TC}{S^2G}$
Galat/kekeliruan	n	JK (G) = (T) - JK (a) - JK (b/a)	$S^2_{res} = \frac{JK(G)}{n-2}$	

Keterangan:

$$JK(a) = \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

$$JK(b/a) = b \left\{ \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n} \right\}$$

$$\begin{aligned}
 \text{JK (G)} &= \sum_i \left\{ \sum_j Y^2 - \frac{(\sum_j Y)^2}{n_1} \right\} \\
 \text{JK (T)} &= \text{JK (a)} - \text{JK (b/a)} \\
 \text{JK (T)} &= \sum_j Y^2 \\
 \text{JK (TC)} &= \text{JK (S)} - \text{JK (G)} \\
 S^2_{\text{reg}} &= \text{Varians Regresi} \\
 S^2_{\text{sis}} &= \text{Varians Sisa} \\
 n &= \text{Banyaknya Responden}
 \end{aligned}$$

Kriteria pengujian hipotesis :

1. Jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}} (1 - \alpha) (k - 2, n - k)$ maka regresi adalah linier dan sebaliknya jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}} (1 - \alpha) (k - 2, n - k)$ maka regresi adalah tidak linier.
2. Untuk distribusi F yang digunakan diambil dk pembilang = $(k - 2)$ dan dk penyebut = $(n - k)$, (Riduwan, 2004: 187).

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas merupakan bentuk pengujian untuk asumsi untuk membuktikan ada tidaknya hubungan yang linear antara variabel bebas satu dengan variabel bebas yang lainnya. Dalam analisis regresi linear berganda, maka akan terdapat dua atau lebih variabel bebas yang diduga akan mempengaruhi variabel terikatnya. Pendugaan tersebut akan dapat dipertanggungjawabkan apabila tidak terjadi adanya hubungan yang linear (multikolinearitas) di antara variabel-variabel independen. Adanya hubungan yang linear antar variabel bebasnya akan menimbulkan kesulitan dalam memisahkan pengaruh masing-masing variabel bebasnya terhadap variabel terikatnya.

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik

seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika terjadi hubungan yang linier (multikolinieritas) maka akan mengakibatkan (Sudarmanto, 2005:137):

1. Tingkat ketelitian koefisien regresi sebagai penduga sangat rendah, dengan demikian menjadi kurang akurat.
2. Koefisien regresi serta ragamnya akan bersifat tidak stabil, sehingga adanya sedikit perubahan pada data akan mengakibatkan ragamnya berubah sangat berarti.
3. Tidak dapat memisahkan pengaruh tiap-tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

Metode uji multikolinieritas yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu:

1. Menggunakan koefisien signifikansi dan kemudian membandingkan dengan tingkat alpha.
2. Menggunakan harga koefisien *Pearson Correlation* dengan penentuan harga koefisien sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

X = Skor butir soal

Y = Skor total

n = Jumlah sampel (Arikunto, 2007: 72).

Rumusan hipotesis yaitu:

H_0 : tidak terdapat hubungan antarvariabel independen.

H_i : terdapat hubungan antar variabel independen.

Kriteria pengujian sebagai berikut.

1. Apabila koefisien signifikansi $< \alpha$ maka terjadi multikolinearitas di antara variabel independennya.
2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan $dk = n$ dan $\alpha = 0.05$ maka H_0 ditolak sebaliknya jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 diterima.

3. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi di antara data pengamatan atau tidak. Adanya Autokorelasi dapat mengakibatkan penaksir mempunyai varians tidak minimum dan uji t tidak dapat digunakan, karena akan memberikan kesimpulan yang salah. Ada atau tidaknya autokorelasi dapat dideteksi dengan menggunakan uji Durbin Watson. Ukuran yang digunakan untuk menyatakan ada atau tidaknya autokorelasi, yaitu apabila nilai statistik *Durbin Waston* mendekati angka 2, maka dapat dinyatakan bahwa data pengamatan tidak memiliki autokorelasi (Sudarmanto, 2005: 143).

Tahap-tahap pengujian dengan uji *Durbin- Waston* sebagai berikut.

- i. Carilah nilai-nilai residu dengan OLS (*Ordinary Least Square*) dari persamaan yang akan diuji dan hitung statistik d dengan menggunakan persamaan $d = \frac{\sum_{t=2}^t (u_t - u_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^t u_t^2}$
- ii. Menentukan ukuran sampel dan jumlah variabel independen kemudian lihat Tabel Statistik Durbin-Waston untuk mendapatkan nilai-nilai kritis d yaitu nilai Durbin-Waston Upper, d_u dan nilai Durbin-Waston, d_l

iii. Dengan menggunakan terlebih dahulu Hipotesis Nol bahwa tidak ada autokorelasi positif dan Hipotesis Alternatif:

$H_0 : \rho \leq 0$ (tidak ada autokorelasi positif)

$H_a : \rho < 0$ (ada autokorelasi positif)

Dalam keadaan tertentu, terutama untuk mnguji persamaan beda pertama, uji d dua sisi akan lebih tepat. Langkah-langkah 1 dan 2 persis sama di atas sedangkan langkah 3 adalah menyusun hipotesis nol bahwa tidak ada otokorelasi.

$H_0 : \rho = 0$

$H_0 : \rho = 0$

Rumus hipotesis yaitu :

H_0 : tidak terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan.

H_1 : terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan

Kriteria pengujian:

Apabila nilai statistik Durbin-Waston berada diantara angka 2 atau mendekati angka 2 dapat dinyatakan data pengamatan tersebut tidak memiliki otokorelasi (Rietveld dan Sunariato dalam Sudarmanto, 2005 : 141).

4. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian rank korelasi spearman (spearman's rank correlation test) Koefisien korelasi rank dari spearman didefinisikan sebagai berikut :

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

Dimana d_i = perbedaan dalam rank yang diberikan kepada dua karakteristi yang berbeda dari individu atau fenomena ke i .

n = banyaknya individu atau fenomena yang diberi rank.

Koefisien korelasi rank tersebut dapat dipergunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas sebagai berikut: asumsikan

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + e_i$$

Langkah 1. cocokan regresi terhadap data mengenai Y dan X atau dapatkan residual e_i .

Langkah II. dengan mengabaikan tanda e_i , yaitu dengan mengambil nilai mutlaknya e_i , meranking baik harga mutlak $|e_i|$ dan X_i sesuai dengan urutan yang meningkat atau menurun dan menghitung koefisien rank korelasi spearman

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

Langkah III dengan mengasumsikan bahwa koefisien rank korelasi populasi ρ_s adalah 0 dan $N > 8$ tingkat penting (signifikan) dari r_s yang disempel depan diuji dengan pegujian t sebagai berikut:

$$t = \frac{r_s \sqrt{N-2}}{\sqrt{1-r_s^2}}$$

Dengan derajat kebebasan = $N-2$

I. Pengujian Hipotesis

Untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan juga untuk mengukur tingkat signifikan antara X dan Y digunakan analisis regresi.

1. Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : b_1 = 0$ (tidak ada pengaruh antara variabel X_1 terhadap Y)

$H_1 : b_1 > 0$ (ada pengaruh negatif antara variabel X_1 terhadap Y)

Untuk menyatakan pengaruh variabel harga jual (X_1) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) digunakan teknik analisis regresi linier sederhana yaitu:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Untuk nilai a dan b dicari dengan rumus:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X)^2 - (\sum X)(\sum Y)}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Keterangan:

\hat{Y} = Subyek dalam variabel yang diprediksikan

a = Nilai Intercept (konstanta) harga Y jika $X = 0$

b = Koefisien arah regresi penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan atau penurunan variabel Y

X = Subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu.

Untuk mengetahui taraf signifikan pengaruh antara variabel harga jual (X_1) terhadap variabel keputusan pembelian konsumen (Y) diuji dengan uji t sebagai berikut:

$$t_o = \frac{b}{Sb}$$

Keterangan:

t_o = Nilai teoritis observasi

b = Koefisien arah regresi

Sb = Standar deviasi

Kriteria pengujian hipotesis yaitu:

1. Jika $t_o > t_{tabel}$ maka H_o ditolak dan jika $t_o \leq t_{tabel}$ maka H_o diterima.
3. Jika $t_o < -t_{tabel}$ maka H_o ditolak dan jika $t_o \geq -t_{tabel}$ maka H_o diterima.
4. Jika $t_o < -t_{t/2}$ atau $t_o > t_{t/2}$ maka H_o ditolak dan jika $-t_{t/2} < t_o < t_{t/2}$ maka H_o diterima t_{tabel} diperoleh dari daftar distribusi dengan peluang $(1-\alpha)$ dan $dk = n-2$ (Sudjana, 2002: 325).

Koefisien korelasi variabel harga jual (X_1) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) dengan kriteria $t_{hitung} > t_{tabel}$ dinyatakan memiliki hubungan untuk menyatakan adanya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dilakukan analisis *korelasi product moment*.

2. Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : b_2 = 0$ (tidak ada pengaruh antara variabel X_2 terhadap Y)

$H_1 : b_2 < 0$ (ada pengaruh negatif antara variabel X_2 terhadap Y)

Untuk menyatakan pengaruh variabel *retail service quality* (X_2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) digunakan teknik analisis regresi linier sederhana yaitu:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Untuk nilai a dan b dicari dengan rumus:

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X)^2 - (\sum X)(\sum Y)}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Keterangan:

\hat{Y} = Subyek dalam variabel yang diprediksikan

a = Nilai Intercept (konstanta) harga Y jika $X = 0$

b = Koefisien arah regresi penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai

peningkatan atau penurunan variabel Y

X = Subyek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu.

Untuk mengetahui taraf signifikan pengaruh antara variabel *retail service*

quality (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian konsumen (Y) diuji

dengan uji t sebagai berikut:

$$t_o = \frac{b}{Sb}$$

Keterangan:

t_o = Nilai teoritis observasi

b = Koefisien arah regresi

Sb = Standar deviasi

Kriteria pengujian hipotesis yaitu:

1. Jika $t_o > t_{\text{tabel}}$ maka H_o ditolak dan jika $t_o \leq t_{\text{tabel}}$ maka H_o diterima.
3. Jika $t_o < -t_{\text{tabel}}$ maka H_o ditolak dan jika $t_o \geq -t_{\text{tabel}}$ maka H_o diterima.
4. Jika $t_o < -t_{\alpha/2}$ atau $t_o > t_{\alpha/2}$ maka H_o ditolak dan jika $-t_{\alpha/2} < t_o < t_{\alpha/2}$ maka H_o diterima t_{tabel} diperoleh dari daftar distribusi dengan peluang $(1-\alpha)$ dan $dk = n-2$ (Sudjana, 2002: 325).

Koefisien korelasi variabel *retail service quality* (X_2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) dengan kriteria $t_{hitung} > t_{tabel}$ dinyatakan memiliki hubungan untuk menyatakan adanya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dilakukan analisis *korelasi product moment*.

3 . Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah:

H_0 = Tidak ada pengaruh Harga Jual dan *Retail Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen minimarket Alfamart PT Sumber Alfaria Trijaya Branch Lampung.

H_1 = Ada pengaruh Harga Jual dan *Retail Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen minimarket Alfamart PT Sumber Alfaria Trijaya Branch Lampung.

Untuk mencari pengaruh variabel Harga Jual (X_1) dan *Retail Service Quality* (X_2), terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) pada minimarket Alfamart PT Sumber Alfaria Trijaya Branch Lampung, menggunakan model statistik regresi linier multiple, yaitu:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 \dots \dots \dots b_nX_n$$

Keterangan :

$$b_1 = \frac{(\sum X_2^2)(\sum X_1Y) - (\sum X_1X_2)(\sum X_2Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1X_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\sum X_1^2)(\sum X_2Y) - (\sum X_1X_2)(\sum X_1Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1X_2)^2}$$

\hat{Y} = Nilai ramalan untuk variabel Y

a = Nilai Intercept (konstanta)

$b_1 b_2$ = Koefisien arah regresi

$X_1 X_2$ = Variabel bebas

Kemudian dilanjutkan dengan uji F untuk melihat ada tidaknya pengaruh ganda antara X_1 , dan X_2 terhadap Y dengan rumus:

$$F = \frac{JK_{reg} / k}{JK_{res} / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

n = Banyaknya responden

k = Banyaknya kelompok

$JK_{(reg)}$ = $b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y$

$JK_{(res)}$ = $\sum Y^2 - JK_{(reg)}$