

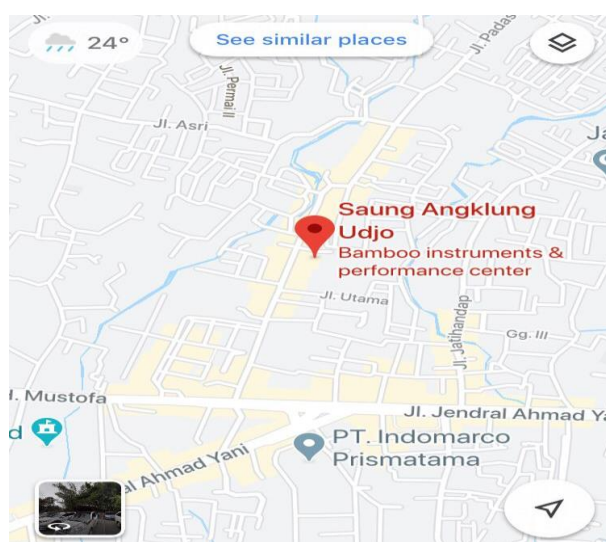
BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Saung Angklung Udjo di Kota Bandung yang terletak di Jl. Padasuka No.118, Pasirlayang, Kec. Cibeunying Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat.

Gambar 3. 1 Letak Saung Angklung Udjo



Sumber : Google Maps

Saung Angklung Udjo terbentuk atas dasar cita-cita bapak Udjo Ngalagena (alm) dan istrinya ibu Uum Sumiati (alm) pada tahun 1958 untuk ikut melestarikan kesenian khas daerah Jawa Barat dengan mengandalkan semangat gotong royong antar sesama warga desa yang bertujuan pula untuk ikut melestarikan alam dan lingkungan. Saung Angklung Udjo sejak awal berdiri di lokasi ini sudah memberdayakan masyarakat sekitar untuk ikut berpartisipasi dalam berdirinya Saung Angklung Udjo seperti mencari sumber daya manusia untuk di pekerjaan dari mulai membuat angklung sampai di bidang operasional lainnya.

Salah satu ciri khas lain dari Saung Angklung Udjo adalah nuansa dan atmosfer ke-Sundaanya yaitu rimbun pepohonan dan angin semilir dengan sambutan pemain kecapi dan suling yang melantunkan kawih-kawih Cianjuran

yang menggambarkan adanya harmonisasi alam dan manusia, membuat suasana “Lembur Panineungan”. Maka dari itu Saung Angklung Udjo bisa membuat siapapun pengunjungnya dalam maupun luar negeri merasa sangat nyaman saat menghabiskan waktu luangnya untuk mengunjungi Saung Angklung Udjo.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan analisis data deskriptif dan verifikatif, dimana data kuantitatif yang telah diolah secara statistik kemudian akan dideskripsikan dan diverifikasi. Hal itu merupakan tahapan yang penulis lakukan dan juga di dukung oleh metode Kuantitatif.

“Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan” Sugiyono, 2014. Pengumpulan data penelitian kuantitatif merupakan upaya penelitian untuk mengumpulkan data yang bersifat angka, atau bisa juga data yang bukan angka, namun bisa dikuantifikasikan.

C. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data-data tersebut mencakup :

1. Data primer

“Data yang berbentuk verbal atau kata – kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek penelitian atau informan yang berkenaan dengan variabel yang akan diteliti atau data yang didapat dari responden secara langsung” Arikunto, 2011.

2. Data Sekunder

“Data sekunder adalah data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data yang dapat menunjang data primer. Data tersebut diperoleh dari studi literatur baik diperoleh secara manual atau *online*. Data yang diperoleh berupa artikel ilmiah terkait, dokumen terkait, foto, maupun

laporan yang diperoleh dari pengelola terkait. Data online diperoleh dari situs-situs penyedia informasi yang sesuai” Arikunto, 2011.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dititik kesimpulannya” Sugiyono, 2011. Dalam penelitian ini, populasi yang akan diteliti ialah wisatawan yang berkunjung dan hanya melakukan transaksi ke Saung Angklung Udjo yang jumlahnya 63.301 pengunjung.

2. Sampel

“Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan *peneliti* tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili)” Sugiyono, 2013.

Pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin untuk menemukan jumlah sampel, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = besaran sampel

N = besaran populasi

e = nilai kritis

Sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan Metode *non probability sampling*, Sedangkan jenis *non probability sampling* yang

digunakan adalah *incidental sampling*, yaitu teknik sampling berdasarkan kebetulan. Siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang tersebut dipandang cocok menjadi sumber data.

Kriteria responden di penelitian ini adalah wisatawan yang pernah membeli *souvenir* di Saung Angklung Udjo. Jadi dalam penelitian ini yang dijadikan sampel yaitu wisatawan Saung Angklung Udjo yang membeli *souvenir* di Saung Angklung Udjo yang berjumlah 99,8 orang yang dibulatkan menjadi 100 orang berdasarkan hasil penghitungan menggunakan Slovin.

E. Operasional Variabel

“Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan” Sugiyono, 2011. Operasional variabel menjelaskan tentang indikator-indikator atribut produk dan keputusan pembelian.

Berdasarkan rumusan masalah, variabel yang diteliti dalam penelitian ini dioperasionalkan ke dalam dua variabel utama. Berikut penjabaran kedua variabel tersebut:

1. Variabel Bebas (Independent Variabel)

Atribut Produk merupakan variabel bebas. Sub variabel yang digunakan adalah empat faktor utama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk *souvenir*, dimana produk di penelitian ini menggambarkan atribut produk *souvenir*.

2. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Keputusan Pembelian produk *souvenir* merupakan variabel terikat. Operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Operasional Variabel (X)

Variabel (X)	Sub Variabel	Indikator	Skala	No. Item	
Indikator atribut produk menurut Robert C. Mill (2008)	Waktu	Pembeli menghabiskan waktu berbelanja sekitar 30 menit – 1 jam di toko <i>souvenir</i>	Ordinal	1	
		Proses transaksi yang dirasa tidak terlalu lama	Ordinal	2	
		<i>Souvenir</i> yang dijual dirasa awet dan tahan untuk waktu yang lama	Ordinal	3	
	Tata Ruang	Tata Ruang	Penataan <i>souvenir</i> yang sesuai dengan kategori disetiap barisannya	Ordinal	4
			Terdapat informasi harga di setiap produk <i>souvenir</i>	Ordinal	5
			Desain interior toko mendukung <i>souvenir</i> yang dijual sehingga menarik untuk dibeli	Ordinal	6
			Penempatan tanda-tanda informasi material produk yang efektif	Ordinal	7
	Zona Transisi	Zona Transisi	Kesan pertama pengunjung memasuki toko	Ordinal	8
			Lingkup zona transisi tidak lebih besar dari zona penjualan	Ordinal	9
			Meminimalisir tindak kejahatan di toko	Ordinal	10
	Penempatan Keranjang	Penempatan Keranjang	Lokasi keranjang mudah untuk dijangkau	Ordinal	11
			Jumlah keranjang belanja memadai	Ordinal	12
			Keranjang belanja masih layak untuk dipakai	Ordinal	13

Sumber: Diolah oleh peneliti (2020)

Tabel 3. 2
Operasional Variabel (Y)

Variabel (Y)	Sub Variabel	Indikator	Skala	No. Item
“Proses keputusan pembelian konsumen yaitu proses	Pemilihan Produk	Memilih produk berdasarkan kualitas produk	Ordinal	14
	Pemilihan Merek	Memilih Produk Berdasarkan Reputasi Merek	Ordinal	15

Sumber: Diolah oleh peneliti (2020)

<p>pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku, dan memilih salah satu diantaranya”. Kotler dan Keller (2012)</p>	Pilihan Penyalur	Memilih penyalur berdasarkan ketersediaan produk	Ordinal	16
	Jumlah Pembelian	Jumlah barang yang dibeli berdasarkan sesuai kebutuhan	Ordinal	17
	Metode Pembayaran	Memtuskan bertransaksi dengan metode pembayaran secara tunai	Ordinal	18
Memtuskan bertransaksi dengan metode pembayaran kartu debit/kredit		Ordinal	19	

3. Uji Validitas

“Validitas adalah suatu ukuran yang digunakan untuk menunjukkan tingkat kesahihan suatu tes. Suatu tes dikatakan valid apabila tes tersebut mampu mengukur apa yang hendak diukur. Tes memiliki validitas yang tinggi jika hasilnya sesuai dengan kriteria, dalam arti memiliki kesejajaran antara tes dan kriteria” Arikunto, 1999.

Uji validitas yang digunakan ialah jenis validitas konstruk (*construct validity*). Bertujuan untuk menguji seberapa jauh butir tes mampu mengukur apa yang hendak diukur sesuai dengan definisi yang telah ditetapkan. Pengujian validitas konstruk dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor total.

Kriteria uji jika r hitung lebih besar ($>$) dari r tabel sebab itu dapat dikatakan valid. Terlihat dimana skor r tabel yang merupakan syarat terendah atau minimum yaitu jika $r = 0,361$. Apabila instrumen penelitian telah valid, maka berikut merupakan macam-macam penafsiran mengenai indeks korelasinya (r):

Tabel 3. 2
Koefisien Korelasi Nilai

Tingkatan Hubungan	Interval Koefisien
--------------------	--------------------

Sangat Kuat	0,800 – 1,000
Kuat	0,600 – 0,799
Cukup Kuat	0,400 – 0,599
Rendah	0,200 – 0,399
Sangat Rendah	0,000 – 0,199

Sumber : Sugiyono (2013)

Validitas responden diuji dengan menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

- Butir pertanyaan yang diteliti dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$
- Butir pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$

Berikut hasil uji validitas dari setiap variabel yang dibantu oleh *software IBM SPSS Statistics 25 for Windows*. Nilai r_{tabel} diperoleh menggunakan rumus $df = n - 1$ dengan signifikansi 5%. Sampel yang digunakan untuk uji validitas ini sebanyak 100 responden, sehingga didapat nilai $df = 100 - 1 = 99$. Selanjutnya dengan melihat tabel $r_{product\ moment}$ pada signifikansi 5% didapat nilai $r_{tabel} = 0.361$.

Tabel 3. 4
Hasil Uji Validitas Variabel Pengaruh Atribut Produk (X)

Sub Variabel	No.	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil	Tingkat Korelasi
Waktu	1	Pembeli menghabiskan waktu berbelanja sekitar 30 menit – 1 jam di toko <i>souvenir</i>	0,357	0,349	Valid	Rendah
	2	Proses transaksi yang dirasa tidak terlalu lama	0,812	0,349	Valid	Sangat Kuat
	3	<i>Souvenir</i> yang dijual dirasa awet dan tahan untuk waktu yang lama	0,533	0,349	Valid	Cukup Kuat
Tata Ruang	4	Penataan <i>souvenir</i> yang sesuai dengan kategori disetiap barisannya	0,607	0,349	Valid	Kuat
	5	Terdapat informasi harga di setiap produk <i>souvenir</i>	0,642	0,349	Valid	Kuat
	6	Desain interior toko mendukung <i>souvenir</i> yang dijual sehingga menarik untuk dibeli	0,677	0,349	Valid	Kuat

	7	Penempatan tanda-tanda informasi material produk yang efektif	0,762	0,349	Valid	Kuat
Zona Transisi	8	Kesan pertama pengunjung memasuki toko	0,739	0,349	Valid	Kuat
	9	Lingkup zona transisi tidak lebih besar dari zona penjualan	0,726	0,349	Valid	Kuat
	10	Meminimalisir tindak kejahatan di toko	0,812	0,349	Valid	Sangat Kuat
Penempatan Keranjang	11	Lokasi keranjang mudah untuk dijangkau	0,631	0,349	Valid	Kuat
	12	Jumlah keranjang belanja memadai	0,710	0,349	Valid	Kuat
	13	Keranjang belanja masih layak untuk dipakai	0,720	0,349	Valid	Kuat

Sumber: Diolah oleh peneliti (2020)

Maka dapat ditinjau setelah melakukan uji validitas menggunakan bantuan *IBM SPSS Statistic 25 for windows* dan *Microsoft Excel* kepada 100 orang responden dengan r tabel sebesar 0,349, maka seluruh pernyataan yang bersangkutan paut dengan kepuasan wisatawan memiliki r hitung $> 0,812$ yang artinya valid. Dengan dinyatakan validnya data tersebut maka sudah layak dijadikan instrumen penelitian .

Tabel 3. 5
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Sub Variabel	No.	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Hasil	Tingkat Korelasi
Pemilihan Produk	15	Memilih produk berdasarkan kualitas produk	0,799	0,349	Valid	Kuat
Pemilihan Merk	16	Memilih produk berdasarkan reputasi merek	0,357	0,349	Valid	Rendah
Pemilihan Penyalur	17	Memilih penyalur berdasarkan ketersediaan produk	0,683	0,349	Valid	Kuat
Jumlah Pembelian	18	Jumlah pembelian berdasarkan sesuai kebutuhan	0,516	0,349	Valid	Cukup Kuat
Metode Pembayaran	19	Memtuskan membeli dengan metode pembayaran tunai	0,799	0,349	Valid	Kuat
	20	Memtuskan membeli dengan metode	0,534	0,349	Valid	Cukup Kuat

		pembayaran kartu debit/kredit				
--	--	-------------------------------	--	--	--	--

Sumber: Diolah oleh peneliti (2020)

Dari tabel 3.5 setelah dilakukan uji validitas mengenai keputusan pembelian produk *souvenir* di Saung Angklung Udjo yang menggunakan bantuan *IBM SPSS Statistic 25 for windows* dan *Microsoft Excel* kepada 100 responden dengan r tabel sebesar 0,349, semua pernyataan mengenai kepuasan pengunjung memiliki r hitung $> 0,799$ yang artinya valid. Selanjutnya data tersebut akan dibuat menjadi instrumen penelitian.

4. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability*. Menurut Walizer, 1987, “reliabilitas disebut juga sebagai keajegan pengukuran”. “Jika instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya dilapangan maka dapat dianggap reliabel” Sugiharto, 2006. Pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut dapat dipercaya dan sudah dianggap baik Arikunto, 2011.

Keputusan uji reliabilitas ditentukan sebagai berikut:

- Apabila koefisien internal seluruh item $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5 % maka item pertanyaan tersebut dinyatakan telah reliabel.
- Apabila koefisien internal seluruh item $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5 % maka item pertanyaan tersebut tidak dinyatakan reliabel.

“Kelompok item dalam suatu dimensi dinyatakan reliabelnya suatu kelompok item dalam suatu dimensi jika koefisien reabilitasnya tidak lebih rendah dari 0,70” Kaplan, 1993. Berikut kriteria dalam menentukan keeratan hubungan Koefisien Korelasi nilai r :

Tabel 3. 6
Tabel Koefisien Korelasi nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1,00	Hubungan yang sempurna

0,90 - < 1,00	Hubungan yang sangat erat
0,70 - < 0,90	Hubungan yang erat (reliabel)
0,40 - < 0,70	Hubungan yang cukup erat
0,20 - < 0,40	Hubungan yang kecil (tidak erat)
Kurang dari 0,20	Hubungan yang sangat kecil dan bisa diabaikan

Sumber : diolah oleh peneliti (2020)

Berikut hasil uji reliabilitasnya :

Tabel 3. 7
Hasil Uji Realibilitas dalam Instrumen Penelitian

No	Variabel Penelitian	Nilai Reliabel	Keterangan
1	Atribut Produk (X)	0,886	Reliable
2	Keputusan Pembelian produk <i>souvenir</i> (Y)	0,821	Tidak Reliable

Sumber : diolah oleh peneliti (2020)

Diatas merupakan hasil dari pengujian reliabilitas instrumen dengan *SPSS Statistic 25 for Windows*, menunjukkan nilai reliabel lebih dari 0,70 yang dapat disebut Hubungan yang erat. Dengan demikian penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya dan sudah layak untuk dijadikan instrument penelitian.

5. Instrumen Penelitian

Alat yang digunakan oleh peneliti dalam mendukung maupun membantu proses pengumpulan data agar lebih sistematis dan mudah disebut instrumen penelitian. Didalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian. Kuesioner ini dipergunakan untuk memperoleh data mengenai pengaruh atribut produk dan keutusan pembelian produk *souvenir* terhadap wisatawan yang berkunjung Saung Angklung Udjo Bandung. Kuesioner penelitian ini terbagi menjadi 3 bagian.

Bagian pertama, meliputi pertanyaan-pertanyaan untuk mengidentifikasi karakteristik dari responden. Pertanyaan-pertanyaan yang termasuk di dalamnya adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan perbulan, sumber informasi intensitas berkunjung. Bagian kedua, mengukur pengaruh atribut produk. Berisi 13 pernyataan mengenai Faktor yang mempengaruhi atribut produk menurut Mill, 2008 Bagian ketiga, mengukur

keputusan pembelian. Bagian ini berisi pernyataan untuk mengukur tingkat keputusan pembelian sebanyak 6 pernyataan berdasarkan karakteristik Keputusan Pembelian pelanggan yang dikembangkan oleh Molan, 2012.

F. Alat Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Daftar pertanyaan atau pernyataan yang akan disebarakan kepada responden yang kemudian diisi oleh responden. Skala yang digunakan yaitu skala Likert. “Skala liker adalah alat pengukuran sikap dari yang sangat positif ke jenjang yang sangat negatif sehingga akan menunjukkan sejauh manakah tingkat persetujuan dan ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan yang diajukan oleh peneliti” Kusmayadi, 2000.

2. Wawancara

Peneliti berbincang dengan pengelola atau responden yang berkaitan dengan penelitian, bertujuan mendapatkan informasi yang tepat. Peneliti mewawancarai perwakilan dari Saung Angklung Udjo khususnya Departemen Marketing dan perwakilan dari wisatawan.

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Pengumpulan Literatur

Sebelum mengumpulkan data dari responden, hal pertama yang dilakukan adalah mencari literatur dari berbagai sumber buku dan internet yang berkaitan dengan semua aspek atau variabel yang berhubungan dan berguna untuk penelitian.

2. Membuat Kuesioner

Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner langsung dan tertutup. Responden hanya perlu memberi sebuah tanda pada jawaban yang mereka anggap benar atau sesuai. Kuesioner dibuat menggunakan *Microsoft Word* yang kemudian disebarakan kepada responden. Untuk mengukur skala, digunakan skala likert dengan hasil data ordinal. “Skala likert dipergunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau sebuah gejala sosial” (Sudaryono, 2014).

Tabel 3. 8
Tolak Ukur Skala Likert

No.	Pernyataan	Tolak Ukur
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Diolah oleh peneliti (2020)

3. Menyebar Kuesioner

Teknik menyebarkan kuesioner didalam penelitian ini secara langsung. Peneliti akan menyebarkan kuesioner langsung kepada wisatawan yang membeli *souvenir* di Saung Angklun Udjo.

4. Menganalisis Data Kuesioner

Hasil dari kuesioner yang telah diisi oleh responden diolah untuk mendapatkan presentase. Langkah-langkah menyebarkan kuesioner sebagai berikut :

- a. Pertanyaan dalam sebuah kuesioner di klasifikasikan
- b. Menghitung data
- c. Membuat tabulasi
- d. Menganalisis hasil dengan SPSS

H. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu.

1. Analisis deskriptif

Bertujuan untuk mendeskripsikan setiap variabel penelitian dalam bentuk jumlah, angka ataupun rata-rata persentase serta karakteristik dan gambaran umum objek penelitian. Berdasarkan skor yang telah diperoleh dari masing-masing item variabel tersebut lalu di analisis untuk mengungkapkan permasalahan yang ada disetiap variabel sesuai masukan dan informasi yang peneliti dapatkan.

Pada penelitian kali ini dilakukan pembahasan mengenai pengaruh Atribut Produk terhadap keputusan pembelian produk *souvenir* di Saung Angklung Udjo, berikut analisis data deskriptif untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitudiantaranya adalah:

- a. Analisis deskriptif mengenai Atribut Produk di Saung Angklung Udjo
- b. Analisis deskriptif mengenai Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Souvenir* di Saung Angklung Udjo

2. Teknik Analisis Data Verifikatif

a. Garis Kontinum

Skala *Likert* ini digunakan dalam mencari data yang menghasilkan data ordinal dan untuk menganalisis setiap pernyataan atau indikator. Setelah setiap indikator dijumlahkan, kemudian dibuatlah menjadi garis kontinum.

Kategori kontinum dibagi menjadi lima tingkatan, contohnya sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah dengan langkah langkah sebagai berikut:

$$\text{Tinggi} = \text{ST} \times \text{JB} \times \text{JR}$$

$$\text{Rendah} = \text{SR} \times \text{JB} \times \text{JR}$$

Keterangan :

ST = Skor Tertinggi

SR = Skor Terendah

JB = Jumlah Butir

JR = jumlah responden

Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan rumus:

$$\mathcal{R} = \text{skor kontinum tinggi} - \text{skor kontinum rendah}$$

5

Lalu menentukan dimana kategori tinggi, sedang, rendah dengan menambahkan selisih (R) dari mulai kontinum yang tinggi sampai yang rendah.

Tabel 3. 9
Garis Kontinum Variabel X dan Y

Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi
---------------	--------	--------	--------	---------------

Sumber: (Sugiyono, 2013)

I. Uji Asumsi Klasik

“Model regresi yang diajukan harus memenuhi persyaratan uji normalitas, uji asumsi *heteroskedastisitas*, uji asumsi linearitas, dan uji hipotesis” Sulaiman, 2004.

1. Uji Normalitas

“Sampel hendaknya memenuhi prasyarat distribusi normal. Data yang mengandung data ekstrim biasanya tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika sebaran normal, maka populasi dari mana data diambil berdistribusi normal dan akan dianalisis menggunakan analisis parametrik. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansinya lebih besar dari 0,05 dan jika lebih kecil dari 0,05 maka data residual terdistribusi tidak normal” Triton, 2005. Uji distribusi data *Kolmogrov – Smirnov* digunakan di penelitian ini. Uji *Kolmogrof – Smirnov* berlandaskan pada kriteria berikut:

- 1) Apabila nilai probabilitasnya $> 0,05$ maka dinyatakan data tersebut berdistribusi normal.
- 2) Apabila nilai probabilitas $< 0,05$ maka dinyatakan data tersebut berdistribusi tidak normal.

Tabel 3. 10
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,34339292
Most Extreme Differences	Absolute	,072
	Positive	,072

	Negative	-,067
Test Statistic		,072
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Sumber : diolah oleh peneliti (2020)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,200 atau 20%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal dikarenakan nilai asyp. Sig >0.05 $0,200 > 0.05$.

2. Uji Linearitas

“Hubungan antara variabel *independen* dan variabel *dependen* harus saling linear” Ashari, 2005. Dasar-dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah:

- 1) Apabila nilai probabilitasnya $< 0,05$ maka hubungan antara variabel X dan Y dianggap linear.
- 2) Apabila nilai probabilitasnya $>0,05$ maka hubungan antara variabel X dan Y dianggap tidak”linear.

Tabel 3. 11
Hasil Uji Linearitas

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	167,652	1	167,652	30,221	,000 ^b
	Residual	543,658	98	5,548		
	Total	711,310	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian produk *souvenir*

b. Predictors: (Constant), Atribut Produk

Sumber : diolah oleh peneliti (2020)

Tabel 3.11 menunjukkan bahwa hasil uji linearitas yang didapat yaitu 0,000. Maka dapat diartikan nilai tersebut masuk dalam syarat nilai linear yaitu $< 0,05$. Kesimpulannya, dalam penelitian ini variabel (X) dan (Y) mempunyai pengaruh yang signifikan atau linear.

3. Uji Heteroskedestisitas

Jika dalam hasil pengujian ini dinyatakan homoskedastisitas atau homogenya maka itu adalah model regresi yang baik. Uji Gletser digunakan untuk menguji heterokedestisitasnya. Hasil dari uji Gletser di penelitian ini dapat dilihat melalui tabel di bawah ini.

Tabel 3. 12
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.195	1.686		7.829	.000
	Atribut Produk	.188	.034	.485	5.497	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Wisatawan

Sumber : diolah oleh peneliti (2020)

Dapat diketahui hasil dari uji gletser menunjukkan nilai signifikansi Keputusan Pembelian produk *souvenir* sebesar 0.000, hasil tersebut menunjukkan bahwa pada penelitian ini terjadi gejala heteroskedastisitas dikarenakan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05.

J. Uji Regresi Linear Sederhana

“Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui” Ghozali, 2013. Uji ini digunakan untuk meramalkan atau memprediksikan variabel bebas (X) Atribut Produk dan adapun variabel terikat dalam penelitian ini (Y) Keputusan Pembelian produk *souvenir*.

Tabel 3. 13
Uji Regresi Linear Sederhana

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	167.652	1	167.652	30.221	.000 ^b
	Residual	543.658	98	5.548		
	Total	711.310	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian produk *souvenir*

b. Predictors: (Constant), Atribut Produk

Sumber : Diolah oleh peneliti (2020)

Uji ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh satu variabel bebas, data yang diuji adalah data kuantitatif. Bentuk umum dari persamaan regresi yaitu data kuantitatif, bentuk umum dari persamaan regresi linear sederhana, variabel bebas ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel Atribut Produk

X = Variabel Keputusan Pembelian Produk *Souvenir*

a = Nilai Y bila X = 0 (harga konstanta)

b = Angka arah, yang menunjukkan peningkatan atau pun penurunan variabel dependen. Jika b (+) maka naik, dan bila b (-) maka terjadi penurunan.

K. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besaran persentase kontribusi variabel Pengaruh Atribut Atribut Produk (X) terhadap Keputusan Pembelian produk *souvenir* (Y). Rumus koefisien determinasi (kd) yaitu:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Dimana apabila:

- 1) Kd = 0, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, lemah.
- 2) Kd = 1, Berarti pengaruh variabel x terhadap variabel y, kuat.

Berikut adalah tabel pedoman koefisien determinasi:

Tabel 3. 14
Pedoman Koefisien Determinasi

Interval Koefisien	Tingkat Pengaruh
0% - 19,99%	Sangat Lemah
20% - 39,99%	Lemah
40% - 59,99%	Sedang
60% - 79,99%	Kuat
80% - 100%	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono 2012