

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Dalam suatu penelitian, rancangan penelitian berfungsi untuk mempermudah peneliti dalam menyelesaikan penelitiannya dengan cepat. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk data diskripsi dengan menggunakan angka statistik.<sup>1</sup>

Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang memiliki karakteristik tertentu dalam kehidupan manusia yang dinamakan sebagai variabel. Dalam pendekatan kuantitatif, hakikat hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.<sup>2</sup> Penelitian ini merupakan jenis penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas adalah penelitian hubungan yang bersifat sebab akibat. Dengan menggunakan penelitian kausalitas, peneliti mendapatkan bukti hubungan sebab akibat.<sup>3</sup>

#### **B. Definisi Operasional Variabel**

Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek, yang memiliki “variasi” antara satu dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain. Dinamakan variabel karena ada variasinya.

---

<sup>1</sup>Ibnu Hajar, *Dasar-Dasar Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan Metodologi* (Jakarta:PT Rajagrafindo Persada, 1996), 30.

<sup>2</sup>Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), 130.

<sup>3</sup>Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian* (Bandung:Alfabeta, 2012), 37.

Untuk dapat bervariasi, maka peneliti harus didasarkan pada sekelompok sumber data atau obyek yang bervariasi.

Menurut Kerlinger, bahwa variabel adalah konstruk (*constructs*) atau sifat yang akan dipelajari. Dibagian lain, Kerlinger juga menyatakan bahwa variabel dapat dikatakan sebagai suatu sifat yang diambil dari suatu nilai yang berbeda (*different values*). Jadi variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan dapat ditarik kesimpulannya.<sup>4</sup>

Dalam penelitian ini, variabel dibagi menjadi 2, yaitu:

#### 1. Variabel *Independent*

Variabel *independent* sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat).<sup>5</sup> Adapun variabel *independent* pada penelitian ini adalah Harga ( $X_1$ ) dan Variasi Produk ( $X_2$ ).

##### a. Harga ( $X_1$ )

Harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.<sup>6</sup> Harga merupakan senjata strategik untuk bersaing secara efektif dan dapat memainkan peran dalam pemasaran. Dapat disimpulkan bahwa harga merupakan sejumlah nilai uang yang telah

---

<sup>4</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung:Alfabeta, 2016), 38.

<sup>5</sup>Ibid, 39.

<sup>6</sup>Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*, 345.

ditentukan penjual, kemudian dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibutuhkan.

**Tabel 3.1**  
**Indikator Harga<sup>7</sup>**

Variabel	Indikator
Harga (X <sub>1</sub> )	Daftar harga
	Diskon
	Potongan harga
	Periode pembayaran
	Persyaratan kredit

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Dalam tabel 3.1 peneliti menggunakan tiga indikator yaitu daftar harga, diskon dan potongan harga. Periode pembayaran dan persyaratan kredit tidak digunakan sebagai indikator dalam penelitian ini karena Top Swalayan Pare tidak menerapkan strategi tersebut.

b. Variasi Produk (X<sub>2</sub>)

Keragaman produk atau variasi produk adalah banyaknya item pilihan dalam masing-masing kategori produk.<sup>8</sup> Variasi produk merupakan daya tarik tersendiri bagi sebuah perusahaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa variasi produk yaitu strategi perusahaan dengan menganeekaragaman produknya dengan tujuan agar konsumen mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkan.

<sup>7</sup>Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*, 62.

<sup>8</sup> Cristina Widya Utami, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, 116.

**Tabel 3.2**  
**Indikator Variasi Produk<sup>9</sup>**

Variabel	Indikator
Variasi Produk (X <sub>2</sub> )	Merk Produk
	Kelengkapan Produk
	Ukuran Produk
	Kualitas Produk

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Dalam tabel 3.2 terdapat beberapa indikator diantaranya merk produk, kelengkapan produk, ukuran produk, dan kualitas produk.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan empat indikator tersebut.

## 2. Variabel *Dependent*

Variabel *dependent* sering disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Adapun variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian minyak goreng (Y) di Top Swalayan Pare.

Keputusan pembelian merupakan keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.<sup>10</sup> Pengambilan keputusan dapat juga diartikan sebagai suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.<sup>11</sup>

<sup>9</sup>Cristina Widya Utami, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*, 166.

<sup>10</sup>Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*, 184.

<sup>11</sup> Kotler Dan Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Ke 9 Jilid 1*, 227.

**Tabel 3.3**  
**Indikator Keputusan Pembelian<sup>12</sup>**

Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan kebutuhan
	2. Pencarian informasi
	3. Evaluasi alternatif
	4. Keputusan pembelian
	5. Perilaku pasca pembelian

Sember: Data diolah oleh peneliti

Menurut Kotler dan Armstrong terdapat lima tahapan dalam proses keputusan pembelian, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan lima indikator tersebut sebagai kriteria penelitian.

### C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah terletak di Top Swalayan yang berada di Jl. Letjen Sutoyo no.60 Pare, kabupaten Kediri.

### D. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas.<sup>13</sup> Populasi juga dapat diartikan sebagai suatu kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda, atau ukuran ketertarikan dari suatu hal yang menjadi

<sup>12</sup>Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*, 179.

<sup>13</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 137.

perhatian.<sup>14</sup> Jadi dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan objek yang menjadi sasaran penelitian, yaitu konsumen muslim yang melakukan pembelian minyak goreng di Top Swalayan Pare dengan jumlah tak terhingga.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel juga dapat diartikan sebagai sebagian anggota populasi yang dipilih menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.<sup>15</sup> Untuk menentukan sampel dalam penelitian dapat menggunakan teknik sampling. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*.

*Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>16</sup> Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Random Sampling*. Pengambilan sampel ini dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.<sup>17</sup>

Jadi, penulis dapat memilih siapapun responden dimana dan kapan saja ditemui agar bisa dijadikan sebagai elemen-elemen sampel penelitian. Pertimbangan sampel didasarkan pada pertimbangan

---

<sup>14</sup>Zuraidah, *Statistika Deskriptif* (Kediri:STAIN Kediri Press, 2011), 26.

<sup>15</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 81.

<sup>16</sup>Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, 63.

<sup>17</sup>Ibid, 64.

bahwa responden adalah konsumen muslim Top Swalayan Pare. Mengingat jumlah konsumen muslim yang melakukan pembelian minyak goreng di Top Swalayan Pare tidak diketahui secara pasti (tidak terbatas), maka penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling sebagai berikut:<sup>18</sup>

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan:

n = ukuran sampel minimum

$Z_{\alpha/2}$  = nilai distribusi normal baku (tabel Z) pada  $\alpha$  tertentu

$\sigma$  = harga varian di populasi

e = kesalahan (absolut) yang dapat ditolerir.

Jika tidak diketahui nilai proporsi atau perbandingan dari populasi yang tak terhingga, maka digunakan  $\sigma = 0,25$ . Dalam penelitian ini, tingkat kepercayaan yang digunakan sebesar 95% dan tingkat kesalahan 5% sehingga nilai  $Z = 1,96$ . Penggunaan presentase tersebut diasumsikan telah mencerminkan sampel yang mewakili karakteristik populasi yang sebenarnya. Berdasarkan rumus di atas diperoleh ukuran sampel sebagai berikut:

$$n = \left( \frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 orang. Namun karena

---

<sup>18</sup> Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 255.

ada unsur pembulatan, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Data primer merupakan data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan pengisian kuesioner (daftar pernyataan) yang dijawab oleh responden. Pernyataan tersebut mengenai variabel  $X_1$  (harga),  $X_2$  (variasi produk) dan  $Y$  (keputusan pembelian).

### **2. Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner (angket) kepada responden (sumber data). Menurut Sugiyono, metode kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur.<sup>19</sup>

---

<sup>19</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 142.



## F. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati peneliti.<sup>20</sup> Instrumen di dalam penelitian ini adalah angket. Dalam penelitian ini akan digunakan daftar pernyataan (angket) yang berhubungan dengan harga, variasi produk, dan keputusan pembelian.

## G. Analisis data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.<sup>21</sup> Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Dalam prosedur analisis data, ada beberapa langkah pokok yang harus dilakukan yaitu:

1. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Sebelum pengumpulan data dilakukan, pewawancara sudah memberikan penjelasan tentang data yang diperlukan dalam praktiknya. Hasil kuesioner yang masuk dari responden juga diperiksa, apakah terdapat kekeliruan dalam pengisian, tidak lengkap, dan lain sebagainya.

2. *Coding and Categorizing*

Coding adalah pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. *Categorizing* merupakan penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan kedalam kategori

---

<sup>20</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 102.

<sup>21</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 147.

variabelnya masing-masing. Kode diberikan untuk semua kuesioner yang sama sehingga semua jawaban dapat dimasukkan dalam sejumlah kategori atau kelompok.

### 3. *Scoring*

Pemberian skor digunakan untuk mengungkapkan jawaban dari angket atau kuesioner yang disebar. Dalam penelitian ini pemberian skor adalah sebagai berikut:

- a. Sangat tidak setuju = 1
- b. Tidak setuju = 2
- c. Netral = 3
- d. Setuju = 4
- e. Sangat setuju = 5

### 4. Penyusunan Tabel (Tabulasi)

Tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya. Tabulasi merupakan yang harus dipertimbangkan sejak awal dalam urutan penelitian.

### 5. *Processing*

*Processing* adalah menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik. Teknik analisis dalam *processing* adalah sebagai berikut:

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Kuisisioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan atau pernyataan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut.<sup>22</sup> Uji validitas dilakukan dengan membandingkan  $r$  tabel untuk tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dalam uji validitas. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Begitu pula sebaliknya. Untuk mengetahui valid atau tidaknya butir item maka teknik yang digunakan adalah teknik analisa korelasi *pearson product moment* :<sup>23</sup>

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

$r$  = Koefisien korelasi *pearson product moment*

$x$  = Skor setiap pertanyaan atau item

$y$  = Skor total

$n$  = Jumlah responden

<sup>22</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 52.

<sup>23</sup> Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007), 136.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

- a) Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b) Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel atau  $r$  hitung negatif, maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

## 2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.<sup>24</sup> Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:<sup>25</sup>

- a) Nilai alpha 0,00-0,2 berarti kurang reliabel
- b) Nilai alpha 0,21-0,4 berarti agak reliabel
- c) Nilai alpha 0,41-0,6 berarti cukup reliabel
- d) Nilai alpha 0,61-0,8 berarti reliabel
- e) Nilai alpha 0,81-1,00 berarti sangat reliabel

## b. Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji  $t$  dan  $F$

---

<sup>24</sup>Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian.*, 365.

<sup>25</sup>Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik .*, 97.

mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.<sup>26</sup>

Dasar pengambilan keputusan untuk mendekati kenormalan adalah jika nilai mean dan median sama maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Cara melihat data terdistribusi normal maka dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya dengan melihat nilai skewness, jika nilai skewness 0 (nol)<sup>27</sup> maka berdistribusi normal. Dapat menggunakan cara lain, yaitu menghitungnya dengan rumus (rasio skewness=nilai skewness/std.Error skewness) dan rasio kurtosis dihitung dengan rumus (rasio kurtosis=nilai kurtosis/std.Error kurtosis)<sup>28</sup>, dan hasil dari koefisien rasio skewness dan kurtosis tidak melebihi angka 2 dapat dikatakan berdistribusi normal.

## 2) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel *independent*. Jika variabel *independent* saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel *orthogonal* adalah variabel *independent*

---

<sup>26</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis*, 160.

<sup>27</sup> Zuraidah, *Statistika Deskriptif*, 224.

<sup>28</sup> Hasyim Ali Imran, "Peran Sampling dan Distribusi Data Dalam Penelitian Komunikasi Pendekatan Kuantitatif", Vol. 21 No. 1, (Jakarta: PR, 2017), 123

yang nilai korelasi antar sesama variabel *independent* sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a) Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel *independent* banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel *dependent*.
- b) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel *independent*. Jika antar variabel *independent* ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikoloneiritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel *independent* tidak berarti bebas dari multikoloneiritas. Multikoloneiritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel *independent*.
- c) Multikoloneiritas dapat juga dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel *independent* menjadi variabel *dependent* (terikat) dan diregresi terhadap variabel *independent* lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel *independent* yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel *independent* lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/Tolerance$ ). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk

menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance*  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai *VIF*  $\geq 10$ . Setiap penelitian harus menentukan tingkat kolonieritas yang masih dapat ditolerir. Sebagai contoh nilai *tolerance* = 0,10 sama dengan tingkat kolonieritas 0,95. Walaupun multikolonieritas dapat dideteksi dengan nilai *tolerance* dan *VIF*, tetapi kita masih tetap tidak mengetahui variabel-variabel *independent* mana sajakah yang saling berkorelasi.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variansi dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Jika berbeda maka disebut Heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatter plot* sebagai berikut:

- a) Jika terdapat pola tertentu pada grafik *scatter plot*, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.

b) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titiknya menyebar, maka indikasinya tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>29</sup>

#### 4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya (t-1). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, maka nilai DW akan dibandingkan dengan DW tabel. Kriterianya adalah:<sup>30</sup>

- a) Jika  $DW < dL$  atau  $DW > 4-dL$ , berarti terdapat autokorelasi
- b) Jika DW terletak antara  $dU$  dan  $4-dU$ , berarti tidak ada autokorelasi
- c) Jika DW terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau diantara  $4-dU$  dan  $4-dL$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

---

<sup>29</sup> Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180.

<sup>30</sup> Dwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS* (Yogyakarta: C.V Andi, 2012), 93-94.



c. Uji Korelasi Berganda

Uji korelasi ganda berfungsi untuk mencari besarnya pengaruh atau hubungan antara dua variabel bebas (X) atau lebih secara simultan (bersama-sama) dengan variabel terikat (Y). Rumus yang digunakan adalah:<sup>31</sup>

$$R_{x_1x_2} = \sqrt{\frac{r^2_{x_1y} + r^2_{x_2y} - 2 \cdot r_{x_1y} \cdot r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

$R_{x_1x_2}$  = Korelasi ganda (*multiple correlate*)

$R_{x_1y}$  = Korelasi *Product Moment* antara  $X_1$  dan Y

$r_{x_2y}$  = Korelasi *Product Moment* antara  $X_2$  dan Y

$r_{x_2x_1}$  = Korelasi *Product Moment* antara  $X_1$  dan  $X_2$

$X_1$  = variabel bebas (harga)

$X_2$  = variabel bebas (variasi produk)

Y = variabel terikat (keputusan pembelian)

Dasar pengambilan keputusan yakni:

- 1) Jika nilai signifikansi F *change* < 0,05 maka berkorelasi.
- 2) Jika nilai signifikansi F *change* > 0,05 maka tidak berkorelasi.

Pedoman derajat hubungan :

- 1) Nilai *Pearson Correlation* 0,00 – 0,20 artinya tidak ada korelasi.
- 2) Nilai *Pearson Correlation* 0,21 – 0,40 artinya korelasi lemah.
- 3) Nilai *Pearson Correlation* 0,41 – 0,60 artinya korelasi sedang.
- 4) Nilai *Pearson Correlation* 0,61 – 0,80 artinya korelasi kuat.

---

<sup>31</sup>Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika*, 238.

5) Nilai *Pearson Correlation* 0,81 – 1,00 artinya korelasi sempurna.

d. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependent* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *independent* sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi, persamaan regresi untuk dua prediktor adalah:<sup>32</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

a = konstanta

b = koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Variabel bebas (harga)

X<sub>2</sub> = Variabel bebas (variasi produk)

e = nilai residu

e. Uji Hipotesis

1) Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Langkah-langkah pengujian:

---

<sup>32</sup> Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, 275.

## a. Menentukan Hipotesis

$H_a$  = artinya variabel harga dan variasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng.

$H_0$  = artinya variabel harga dan variasi produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng.

b. *Level of signification*  $\alpha = 0,05$ 

## c. Menentukan F hitung

## d. Menentukan F table

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$ , df

df pembilang  $k-1 = 3-1 = 2$  dan penyebut  $n-k$

## e. Kriteria dan aturan pengujian

$H_0$  diterima apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

$H_0$  ditolak apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$

## f. Membandingkan F hitung dengan F tabel

Membandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , maka dapat ditentukan apakah  $H_0$  diterima atau ditolak.<sup>33</sup>

## 2) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* secara parsial (individual) mempunyai pengaruh

---

<sup>33</sup> Damondar Gurajati, *Dasar-Dasar Ekonometrika* (Jakarta: Erlangga, 2006), 193

yang signifikan terhadap variabel *dependent*. Kriteria dalam uji t ini adalah:

1. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel *independent* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*.
2. Apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya variabel *independent* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*.

Uji Hipotesis berdasarkan Signifikansi

1. Jika angka sig.  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima
2. Jika angka sig.  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak

### 3) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.<sup>34</sup>

Dalam penelitian ini, perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel X (harga dan variasi produk) dalam menjelaskan variabel terikat Y (keputusan pembelian). Kriteria pengujian  $R^2 = 0$ , artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Jika  $R^2$  semakin mendekati 1, yang berarti 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.

---

<sup>34</sup> Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.