

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Bagian yang paling utama di dalam membuat suatu penelitian adalah bagaimana membuat rencana (rancangan penelitian). Menurut Babbie yang dimaksud dengan rencana penelitian adalah mencatat perencanaan dari cara berpikir dan merancang suatu strategi untuk menemukan sesuatu.¹

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metodologi penelitian kuantitatif adalah metode ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat menemukan, membuktikan dan mengembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah dalam bidang tertentu.²

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yaitu penelitian yang mencari hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuan utamanya adalah untuk mendapat bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi dan mana variabel yang dipengaruhi.³ Hal ini dikarenakan peneliti berusaha menjelaskan ada tidaknya

¹Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2005),53.

² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Bandung:Alfabeta, 2004), 12.

³ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), 37.

hubungan antara variabel bebas (X) yaitu kelompok referensi (X) dan variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil tempat di *Sub Bussines Center Sophie Paris* Ngadiluwih yang beralamat di Jl. Prof. Dr. Moestopo No. 84 RT/RW 02/03, Ngadiluwih, Kabupaten Kediri.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴ Variabel-variabel yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel bebas (X) (*Independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam hal ini variabel bebas (*Independent variable*) adalah kelompok referensi.
2. Variabel terikat (Y) (*Dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau disebabkan karena adanya variabel bebas.⁵ Dalam hal ini variabel terikat (*Dependent variable*) adalah keputusan pembelian.

⁴ Sugiyono, *Metode Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 60-62.

⁵ Muh. Fitrah dan Luthfiah, *Metodologi Penelitian* (Jawa Barat: CV. Jejak, 2017), 123-124.

D. Definisi Operasional

Dalam menjelaskan variabel-variabel yang sudah didefinisikan maka perlu definisi operasional dari masing-masing variabel sebagai upaya pemahaman dan penelitian. Definisi dari variabel-variabel yang diteliti adalah sebagai berikut:

1. Kelompok Referensi

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong, kelompok referensi adalah kelompok yang bertindak sebagai titik perbandingan langsung (tatap muka) atau tidak langsung atau referensi dalam pembentukan sikap atau perilaku seseorang.⁶

Peneliti menggunakan 3 indikator didalam kelompok referensi. Indikator-indikator tersebut adalah informasional, utilitarian (normatif) dan ekspresif nilai.⁷

2. Keputusan Pembelian

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan di mana konsumen benar-benar membeli produk.⁸

Menurut Philip Kotler, terdapat 5 indikator didalam pengambilan keputusan pembelian. Indikator-indikator tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian dan perilaku

⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Ed.3 jil. 1, 161.

⁷ J. Paul Peter Olson dan Jerry C. Olson, *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Jakarta:Erlangga, 2000), 105-106.

⁸ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip*, 177.

pasca pembelian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 5 indikator tersebut sebagai kriteria penelitian.⁹

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁰ Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli tas dan tergabung dalam member Sophie Paris *Sub Bussines Center* Titien R. Ngadiluwih tahun 2017-2018. Jumlah member yang membeli tas Sophie Paris di *Sub Bussines Center* Titien R. Ngadiluwih adalah 110.

2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian atau keseluruhan populasi yang dapat mempresensikan populasi secara menyeluruh.¹¹ Berkaitan dengan ukuran sampel, Keppel & Wickens dan Howell mengungkapkan bahwa bagaimanapun bentuk distribusi data di populasinya, semakin besar sampel semakin normal distribusi mean sampelnya. Distribusi terlihat cukup normal ketika sampel berisi sekitar 30 orang.¹² Hal ini diperkuat juga oleh Siegel yang mengatakan bahwa tidak ada batasan mengenai jumlah sampel ideal

⁹Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip.*, 173-178.

¹⁰Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis dan Disertasi* (Bandung:Alfabeta. 2014),62.

¹¹Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2001), 82.

¹²Maman Abdul Rahman, et, al., *Dasar-Dasar Metode Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 147-148

dalam penelitian. Semakin banyak jumlah sampel yang digunakan, maka nilai keakuratannya semakin tinggi.¹³

Adapun metode pengambilan sampel dengan menggunakan metode *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa mempertimbangkan strata yang ada dalam populasi itu.¹⁴ Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling jenuh. Sampel jenuh adalah penggunaan seluruh anggota populasi sebagai sampel penelitian. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 110 member.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari objek penelitian.¹⁵ Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan data kuesioner (angket) yang dibagikan ke responden. Dalam penelitian ini sumber datanya adalah sumber data primer.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara yang dipakai dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian. Adapun metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode koesioner. Metode kuesioner (angket) adalah

¹³Rahman, et. al., *Dasar-Dasar Metode*.,149.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Pendekatan*., 82.

¹⁵Supramono dan Sugiarto, *Statistika* (Yogyakarta: Andi Offset, 1993), 58.

teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya.¹⁶

Kuesioner (angket) dalam pengumpulan data merupakan suatu daftar pertanyaan berupa formulir yang diajukan secara tertulis kepada subjek untuk mendapatkan tanggapan tertulis seperlunya.¹⁷ Metode angket yang digunakan kepada sampel penelitian untuk menggali data-data¹⁸ pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian produk tas Sophie Paris. Data diperoleh dari penyebaran angket yang digunakan adalah kelompok referensi dan keputusan pembelian produk tas pada member Sophie Paris *Sub Bussines Center* Titien Ngadiluwih.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.¹⁹ Dalam penelitian ini, alat bantu instrumen penelitian berupa kuesioner (angket). Angket merupakan suatu lembaran yang berupa pertanyaan yang dijawab oleh responden.

¹⁶ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (Jakarta:Kencana,2015), 173

¹⁷ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam : Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: UPFE UMY, 2003), 6.

¹⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pratik* (Jakarta: Reika Cipta, 1998),75.

¹⁹ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta:Rineka Cipta,2000),136.

H. Analisis Data

Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis terhadap data yang diperoleh agar dapat dipresentasikan semuanya kepada orang lain.²⁰ Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul dan selanjutnya data tersebut digunakan untuk menarik kesimpulan yang objektif dan logis.

Berdasarkan tujuan penelitian, maka peneliti menggunakan analisis *korelasi produk moment* dan analisis regresi dengan menggunakan bantuan program SPSS

21. Adapun langkah-langkah mengolah data setelah terkumpul adalah:

1. Pengeditan (*Editing*)

Sebelum data dapat diolah, terlebih dahulu data diedit terlebih dahulu. Kerja memperbaiki kualitas data serta menghilangkan keraguan data dinamakan dengan mengedit data.

Dalam mengedit, juga dicek pertanyaan yang jawabannya tidak cocok. Jika banyak jawaban pertanyaan yang tidak sesuai, maka daftar pertanyaan tersebut perlu dikumpulkan dan harus diklarifikasikan dalam satu kelompok. Jika hanya beberapa saja yang tidak cocok, maka hal ini merupakan kesalahan *enumerator*, dan perlu untuk diperbaiki.²¹

2. Memberi tanda kode atau *coding*

Proses berikutnya adalah *coding*, yaitu pemberian tanda atau simbol atau kode bagi tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama.²² Sedangkan

²⁰Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta:Teras,2009). 103.

²¹Moh. Nazir, *Metode Peneltian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2009),304-305.

²²Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 1986), 82.

kategori adalah penggolongan data yang ada pada daftar pernyataan ke dalam kategori variabelnya masing-masing.

Dalam penelitian ini pengkodean dilakukan pada variabel kelompok referensi dan keputusan pembelian, dimana:

- a. Variabel bebas dengan kode (X), yaitu kelompok referensi.
- b. Variabel terikat dengan kode (Y), yaitu keputusan pembelian.

3. Memberi skor atau *scoring*

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

Penentuan skor untuk pernyataan positif sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju (SS) : 5
- b. Setuju (S) : 4
- c. Kurang Setuju (KS) : 3
- d. Tidak Setuju (TS) : 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

Sedangkan penentuan skor untuk pernyataan negatif sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) : 1
- b. Setuju (S) : 2
- c. Kurang Setuju (KS) : 3
- d. Tidak Setuju (TS) : 4
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : 5

4. Tabulasi data atau *Tabulating*

Tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel dan mengatur angka-angka serta menghitungnya.²³ Maka dapat dikatakan tabulasi data merupakan proses memasukkan data sesuai dengan kategori yang telah ditentukan ke dalam table sajian data maupun analisis data. Tabulasi data bertujuan untuk memudahkan memasukkan data atau hasil perhitungan ke dalam rumus dan memudahkan menghitung data.

5. *Processing*

Processing adalah mengitung dan mengoleh atau menganalisis data dengan statistik.²⁴ Pada tahap *processing* peneliti menggunakan bantuan program SPSS 21 dengan menggunakan analisis statistik sebagai berikut:

a. Uji validitas dan uji reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu koesioner dikatakan mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.²⁵ 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, demikian sebaliknya.²⁶

²³ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta:Kencana,2005),168.

²⁴ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*.,184.

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Cetakan IV (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro,2006),45.

²⁶ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 1999), 135.

Untuk mengetahui valid atau tidak disetiap butir item maka teknik yang digunakan untuk menganalisis pengaruh kelompok referensi (X) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah dengan teknik *analisa korelasi product moment*.²⁷

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson product moment*

x = Skor setiap pertanyaan atau item

y = Jumlah dari skor item

n = Jumlah responden

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Jadi, suatu instrument dikatakan reliabel apabila instrument tersebut konsisten dalam memberikan penilaian atas apa yang diukur.²⁸ Pengujian reabilitas dibantu dengan koefisien *Cronbach's Alpha*. Kriteria uji rebilita adalah jika alpha > 0,6 maka diartikan reliabel. Untuk menghitung reabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 21.

Kriteria kemantapan alpha dapat diinterprestasikan sebagai berikut:

²⁷ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya* (Jakarta: Kencana Prenadana Media Grup, 2007), 136.

²⁸ Purbayu Budi Santoso dan Ashari, *Analisis dengan Microsoft Excel dan SPSS* (Yogyakarta: ANDI, 2005), 251.

- 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 reliabel²⁹

b. Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan beberapa cara. Cara yang pertama membuat tabel deskriptif dengan melihat nilai mean dan median. Cara yang kedua adalah analisis data dengan melakukan pengujian secara statistik dengan cara menghitung nilai kurtosis dan skewnessnya.

Kurtosis (keruncingan), secara umum ukuran keruncingan suatu data dapat dibedakan dalam 3 kriteria yaitu:

- a) Jika nilai α_4 kurang dari 3 (< 3) maka distribusinya adalah distribusi *platikurtik* = sangat datar.
- b) Jika nilai α_4 lebih dari 3 (> 3) maka distribusinya adalah *leptokurtic* = sangat runcing.
- c) Jika nilai α_4 sama dengan 3 ($= 3$) maka distribusinya adalah distribusi *mesokurtik* = sedang.³⁰

²⁹Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS* (Jakarta:Prestasi Pustaka Karya,2009),97.

Skewness (kemencengan) secara umum besarnya koefisien *skewness* mempunyai ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika koefisien *skewness* positif, berarti distribusi frekuensinya menceng positif, yaitu ekor kurjanya panjang (menjulang) ke kanan.
- b) Jika koefisien *skewness* sama dengan nol, berarti distribusi frekuensinya simetris.
- c) Jika koefisien *skewness* negative, berarti distribusi frekuensinya menceng negative, yaitu ekor kurjanya panjang (menjulang) ke kiri.³¹

2) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).³² Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai *tolerance*.³³

Pengambilan keputusan dengan melihat nilai *tolerance*.

- a) Tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai *tolerance* lebih besar 0,10.
- b) Terjadi multikolinieritas, jika nilai *tolerance* lebih kecil atau sama dengan 0,10.

Dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factors*):

- a) Tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai VIF lebih kecil 10,00.

³⁰ Zuraidah, *Statistika*, 256.

³¹ Zuraidah, *Statistika*, 257.

³² Ghozali, *Aplikasi*, 105.

³³ Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 66.

b) Terjadi multikolinieritas, jika nilai *tolerance* lebih besar atau sama dengan 10,00.

Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan uji multikolinieritas dengan melihat nilai VIF pada model regresi dengan bantuan program SPSS 21.

3) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual ada atau pengamatan dengan pengamatan pada model regresi.³⁴

Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi atau tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji *Durbin-Watson* (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika $d < dL$ atau $d > (4-dL)$, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- b) Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- c) Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.³⁵

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu terjadi perbedaan

³⁴ Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar.*, 68.

³⁵ Dwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: ANDI, 2014), 165

varian residual suatu periode pengamatan yang lain.³⁶ Cara untuk memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

- a) Titik-titik data menyebar di atas, di bawah atau di sekitar 0.
- b) Titik-titik data mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- c) Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d) Penyebaran titik-titik data tidak terpola.

5) Uji Korelasi

Analisis korelasi menggunakan teknik *Person Product Moment* untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data berbentuk interval dan rasio.³⁷ Adapun rumusnya sebagai berikut:

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

Dimana:

- r = koefisien korelasi antara x dan y *Pearson Product Moment*
n = Jumlah sampel
x = Skor setiap pertanyaan/item

³⁶Wiratman Sujarweni, *Belajar SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum* (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180.

³⁷ Husaini Usman dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik Edisi Kedua* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), 197.

$$y = \text{Skor total}^{38}$$

Rumus ini digunakan dan sekaligus akan menghitung persamaan regresi.

Tabel 3.1
Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r.³⁹

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

6) Analisis regresi sederhana

Penelitian ini menggunakan rumus regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui besarnya variabel bebas terhadap variabel terikat. Regresi adalah suatu proses memperkirakan secara sistematis tentang apa yang paling mungkin terjadi di masa yang akan datang berdasarkan informasi masa lalu dan sekarang yang dimiliki agar kesalahannya dapat diperkecil.⁴⁰ Analisis digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen dimanipulasi/dirubah-rubah atau dinaik-turunkan.⁴¹ Regresi yang memiliki satu variabel dependent dan satu variabel independent. Model persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:⁴²

³⁸ Misbahudin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), 304.

³⁹ Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 81.

⁴⁰ Sunarto, *Pengantar.*, 97

⁴¹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian.*, 260.

⁴² Wiratna, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian.*, 137.

Persamaan regresi dirumuskan: $Y = a + bX$

Dimana:

Y = variabel terikat (keputusan pembelian)

X = variabel bebas (kelompok referensi)

a = nilai konstanta Y jika $X = 0$

b = koefisien regresi .⁴³

7) Uji Hipotesis

a) Uji t

Untuk mengetahui apakah variabel *independent* secara parsial (individual) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel individu *independent* secara individu dalam menerangkan variabel *dependent*.⁴⁴ Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel *dependent* secara signifikan atau tidak.⁴⁵

Kriteria dalam uji parsial (uji t) dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Apabila $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *independent* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*.

⁴³ Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika*, 97.

⁴⁴ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistika* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 88.

⁴⁵ Singgih Santoso, *Total Quality Management (TQM) dan Six Sigma* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2007), 168.

- b. Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, 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:

- a. Jika angka sig $> 0,05$, maka H_0 diterima.
- b. Jika angka sig $< 0,05$, maka H_0 ditolak.

b) Uji f

Dalam pengujian F bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis

$H_0: \beta = 0$, artinya variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

$H_0: \beta \neq 0$, artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. *Level of Significant* $\alpha = 0,05$

Derajat kebebasan (dk1) : $k - 1$ dan derajat kebebasan (dk2): $n - k$.

Derajat kebebasan (dk) : $n - k$. $F_{tabel} = \alpha = 0,05$; (dk1) ; (dk2).

3. Kriteria dan aturan pengujian

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

H_1 diterima apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

4. Kesimpulan

Membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka dapat ditentukan apakah H_0 diterima atau ditolak.⁴⁶

8) Koefisien Determinan

Koefisien determinan (R^2) merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (R) yang berkaitan dengan variabel bebas dan variabel terikat. Secara umum dikatakan bahwa R^2 merupakan kuadrat korelasi antara variabel yang digunakan sebagai predictor dan variabel yang memberikan response. Koefisien determinasi dalam analisis regresi biasanya dijadikan dasar dalam menentukan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.⁴⁷

Koefisien determinasi bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat. Dalam penelitian ini perhitungan determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas X (kelompok referensi) dalam menjelaskan variabel bebas Y (keputusan pembelian). Kriteria pengujian $R^2 = 0$, artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.⁴⁸

Jika R^2 semakin mendekati 1, yang berarti mendekati 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat. Rumus dari koefisien determinasi adalah :⁴⁹ $R^2 = r^2 \times 100\%$

Keterangan : R^2 = nilai koefisien determinan dan r = nilai koefisien korelasi.

⁴⁶ Damondar Gujarati, *Dasar-dasar Ekonometrika*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 193.

⁴⁷ Abdurahman, *Dasar-Dasar.*, 218-219.

⁴⁸ Dwi Priyanto, *Mandiri.*, 78.

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Pendekatan.*, 231.