

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Berdasarkan judul yang telah disusun, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, yakni penelitian yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk deskripsi dengan menggunakan angka dan statistik.³⁸ Sedangkan rancangan penelitian adalah penelitian korelasi, yaitu suatu penelitian yang bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan antar variabel yang diteliti, apabila ada seberapa erat hubungan tersebut serta berarti atau tidaknya hubungan itu.³⁹

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya pengaruh antara dua variabel atau lebih. Variabel yang dimaksud yaitu persepsi (variabel X) dan keputusan pembelian (variabel Y).

B. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁰ Adapun variabel yang diuji dalam penelitian ini ada 2 variabel. Sesuai dengan

³⁸ Ridwan dan Tita Lestari, *Dasar-Dasar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 1999), 2.

³⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 251.

⁴⁰ Eko Putro, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 1.

paradigma yang ada terdapat satu variabel *independent*/bebas dan satu variabel *dependent*/terikat.

1. Variabel Bebas (X) (*Independent Variabel*)

Variabel bebas adalah variabel yang diduga mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.⁴¹ Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah persepsi konsumen. Persepsi konsumen adalah suatu proses yang membuat seseorang memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya.⁴²

Tabel 3.1
Operasional Variabel X

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Persepsi konsumen (X)	Kinerja	Fungsi operasional utama produk sebagai kenyamanan bagi konsumen
	Pelayanan	Kemampuan dan keramahan yang diberikan karyawan terhadap keluhan konsumen
	Ketahanan	Konsistensi kinerja produk dari ukuran daya tahan produk
	Keandalan	Kepercayaan konsumen terhadap produk dari waktu ke waktu
	Karakteristik produk	Kelebihan yang berbeda dari produk dengan produk pesaing
	Kesesuaian dengan spesifikasi	Kesesuaian produk dengan persyaratan yang ada
	Hasil	Hasil akhir dari produk yang menunjukkan reputasi atau <i>image</i> perusahaan

⁴¹ Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 62.

⁴² Usman Effendi, *Psikologi Konsumen* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 268.

2. Variabel Terikat (Y) (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain-lain.⁴³ Variabel ini berubah atau muncul akibat dari pengaruh variabel bebas.

Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan hasil atau kelanjutan yang dilakukan individu dihadapkan pada situasi dan alternatif tertentu untuk berperilaku dalam memenuhi kebutuhannya.⁴⁴

Berdasarkan dari satu variabel terikat tersebut, dapat diidentifikasi berdasarkan indikator pada masing-masing variabel yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2
Operasional Variabel Y

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Persepsi konsumen (Y)	Pengenalan kebutuhan	Kesadaran kebutuhan akan merek
	Pencarian informasi	Pencarian informasi produk dari orang lain
	Evaluasi alternatif	Membandingkan produk dengan produk <i>competitor</i>
	Keputusan pembelian	Melakukan pembelian terhadap produk
	Perilaku konsumen <i>pasca</i> beli	Perilaku kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk

Sumber: Menurut Kotler dalam skripsi Arina Kusna (2017).

⁴³ Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, 62.

⁴⁴ Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, 248.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada santriwati ponpes salafiyah Kapurejo Kediri yang berlokasi di Desa Kapurejo Kecamatan Pagu Kabupaten Kediri.

D. Populasi dan Sampel

1. Pengertian Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁵

Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi juga meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.⁴⁶

Pada penelitian ini populasi mengacu pada seluruh santriwati ponpes salafiyah Kapurejo Kediri sejumlah 137 santri. Di mana penelitian ini membatasi populasi pada konsumen yang sudah menggunakan sabun cuci Rinso selama kurun waktu 1 tahun terakhir, yakni tahun 2018.

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 148.

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 80.

2. Pengertian Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁴⁷ Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁴⁸

Salah satu teknik *probability sampling* yang digunakan oleh peneliti adalah menggunakan teknik *simple random sampling*. *Simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Cara ini hanya dapat dilakukan bila sifat anggota populasi adalah homogen atau memiliki karakter yang sama. Kriteria yang dimaksud adalah santriwati Ponpes Salafiyah Kapurejo yang melakukan pembelian produk sabun cuci Rinso.

Maka dari itu, sampel ditentukan menggunakan tabel dari teori *Isaac* dan *Michael*.⁴⁹ Tabel dari teori *Isaac* dan *Michael* yang digunakan peneliti terdapat pada lampiran I. Pengambilan sampel ini menghendaki kepercayaan sampel terhadap populasi 95% atau taraf kesalahan 5%. Berdasarkan teori tersebut, dengan jumlah populasi (N) sebesar 137 konsumen, maka diperoleh jumlah sampel (s) sebesar 100 konsumen yang melakukan pembelian produk sabun cuci Rinso.

⁴⁷ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2014), 62.

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), 122.

⁴⁹ Sugiyono, *Statistika.*, 71.

E. Data dan Sumber Data

Data dapat berbentuk kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif yaitu data yang tidak dapat dinyatakan dalam angka, sehingga tidak dapat dihitung dan diukur. Sedangkan data kuantitatif yaitu data dalam bentuk angka sebagai hasil pengamatan atau pengukuran yang dapat dihitung dan diukur atau data kualitatif yang diangkakan (*scoring*).⁵⁰ Dari penjelasan mengenai data kualitatif dan kuantitatif tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diperoleh dari sumber data yaitu melalui penyebaran kuesioner (angket) kepada responden.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam, yakni data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari objek penelitian.⁵¹

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ada dua macam, yakni data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari objek penelitian.⁵² Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari hasil pengolahan pihak kedua dari hasil penelitian lapangan. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti lembaga-lembaga penelitian swasta atau pemerintah. Data dapat diperoleh dari masing-masing lembaga tersebut, baik berupa laporan-laporan, buku-buku, profil, atau literatur yang lainnya.⁵³ Akan tetapi, pada penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber datanya. Data primer dalam penelitian ini adalah

⁵⁰ Zuraidah, *Statistika Deskriptif*, (Kediri: STAIN Kediri Press, 2011), 30.

⁵¹ Zuraidah, *Statistika Deskriptif*, 30.

⁵² Safuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*., 90.

⁵³ Arikunto, *Prosedur Penelitian*., 114.

jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan data kuesioner (angket) yang dibagikan ke responden. Responden dalam penelitian ini adalah santriwati ponpes Salafiyah Kapurejo yang menggunakan sabun cuci Rinso. Di mana kuesioner (angket) tersebut membahas mengenai persepsi dan sikap konsumen mengenai keputusan pembelian pada produk sabun cuci Rinso.

F. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dipakai dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian. Metode yang digunakan peneliti untuk pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner / Angket

Metode angket dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertulis yang akan dijawab responden penelitian, agar peneliti memperoleh data lapangan/empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁵⁴

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan-catatan, buku-buku, surat kabar, majalah, internet, dan lain-lain yang berkaitan dengan seluk beluk suatu objek.⁵⁵

⁵⁴ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), 127.

⁵⁵ Irawan Soehartono, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1995), 69.

3. Teknik pengumpulan data dengan analisis isi

Teknik ini dilakukan dengan cara mendengarkan, merekam dan mencatat secara langsung tentang apa yang dibicarakan atau didengar mengenai masalah yang akan diteliti.⁵⁶

G. Analisis Data

Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis terhadap data yang diperoleh agar dipresentasikan semuanya kepada orang lain.⁵⁷ Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.

Teknis analisis data merupakan suatu langkah yang paling menentukan dari suatu penelitian, karena analisa data berfungsi untuk menyimpulkan hasil penelitian. Tahap-tahap pengolahan data dapat dilakukan berikut ini:

1. Menyiapkan Data

Pengolahan data adalah kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan. Pada penelitian kuantitatif pengolahan data secara umum dilaksanakan melalui tahap memeriksa (*editing*), proses pemberian identitas (*coding*) dan proses pembeberan (*tabulating*).

2. *Editing*

Data yang masuk (*raw data*) perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan dalam pengisiannya, barangkali ada yang tidak

⁵⁶ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), 164.

⁵⁷ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), 103

lengkap, palsu, tidak sesuai, dan sebagainya. Pekerjaan mengoreksi atau melakukan pengecekan ini disebut *editing*.⁵⁸

Jawaban yang didapat dari responden perlu diadakan pembersihan atau pemeriksaan kembali karena tidak semua jawaban yang diberikan responden itu benar, apakah semua jawaban sudah dijawabnya, apakah sudah benar dan sesuai dengan keadaan, dan lain-lain.

3. *Coding dan Categorizing*

Proses berikutnya adalah *coding*, yaitu pemberian tanda atau simbol atau kode bagi tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama.⁵⁹ Sedangkan kategori adalah penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan ke dalam kategori variabelnya masing-masing.

Dalam penelitian ini *coding* dan *categorizing* adalah sebagai berikut:

- a. Untuk variabel bebas (*independent*), yaitu persepsi konsumen (X)
- b. Untuk variabel terikat (*dependent*), yaitu keputusan pembelian (Y).

4. *Scoring*

Scoring adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor.⁶⁰ Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembar jawaban angket ditentukan sesuai dengan peringkat *option* (pilihan) sebagai berikut:

⁵⁸ Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 1986), 81.

⁵⁹ *Ibid.*, 82.

⁶⁰ Arikunto, *Prosedur Penelitian.*, 241-242.

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

Teknik *scoring* dibuat sedemikian, supaya terlihat jelas skor masing-masing pada tiap *option*.

5. *Tabulating Data*

Jawaban-jawaban semula dikelompokkan dengan cara yang teliti dan teratur, kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak peristiwa, gejala, atau *item* yang termasuk dalam satu kategori.⁶¹ Tabulasi data adalah memasukkan nilai-nilai rata-rata angket sesuai dengan kategori yang telah ditentukan ke dalam tabel sajian data maupun analisis data.

6. *Processing (Proses)*

Processing adalah menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik.⁶² Adapun teknik analisisnya adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan suatu alat ukur. Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.⁶³

⁶¹ Marzuki, *Metodologi Riset.*, 83.

⁶² Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 171.

⁶³ Sunjoyo dkk., *Aplikasi SPSS Untuk SMART Riset* (Bandung: Alfabeta, 2013), 38.

Uji validitas dalam penelitian ini akan dijalankan dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) menggunakan *Software SPSS* versi 24.0. ini dilakukan untuk mengetahui validitas instrumen. Tinggi rendahnya validitas suatu angket dengan melihat *factor loading*.

Factor loading adalah korelasi item-item pertanyaan dengan konstruk yang diukurnya. Indikator masing-masing konstruk yang memiliki *loading factor* yang signifikan membuktikan bahwa indikator tersebut merupakan satu kesatuan alat ukur yang mengukur konstruk yang sama dan dapat memprediksi dengan baik konstruk yang seharusnya diprediksi.

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ dengan sig 5%. Jika r tabel $<$ r hitung maka valid.⁶⁴

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test-retest (*stability*), equivalent dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan

⁶⁴ Wiratna, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), 186.

teknik tertentu.⁶⁵ Reliabilitas diukur dengan rumus *Alfa Cronbach* sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{s_t^2} \right\}$$

Dimana:

K = mean kuadrat antara subyek s_t^2 = varians total

$\sum S_i^2$ = mean kuadrat kesalahan

Rumus untuk varians total dan varians item:

$$s_t^2 = \frac{\sum X_t^2}{n} - \frac{(\sum X_t)^2}{n^2}$$

$$s_t^2 = \frac{JK_i}{n} - \frac{JK_s}{n^2}$$

Dimana:

JK_i = jumlah kuadrat seluruh skor item

JK_s = jumlah kuadrat subyek⁶⁶

c. Uji Asumsi Klasik (Uji Data)

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji

⁶⁵ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, 354.

⁶⁶ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, 365.

normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya.

Sering terjadi kesalahan yang jamak yaitu bahwa uji normalitas dilakukan pada masing-masing variabel. Hal ini tidak dilarang tetapi model regresi memerlukan normalitas pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variabel penelitian. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P Plot, uji Chi Square, Skewness dan Kurtois atau uji Kolmogorov Smirnov.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.⁶⁷ Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Dasar analisis:⁶⁸

a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang)

⁶⁷ Sunjoyo dkk., *Aplikasi SPSS Untuk SMART Riset*, 55-69.

⁶⁸ Ghozali, *Aplikasi Analisis.*, 105.

melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

b) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t-1$). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Untuk data yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu satu berbeda dengan yang lain.

Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dibandingkan dengan tabel Durbin Watson (d_l dan d_u). Kriteria jika $du < d$ hitung $< 4 - du$ maka tidak terjadi autokorelasi.⁶⁹

d. Pengujian Model Struktural

Untuk menguji hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian sabun cuci Rinso pada santriwati Ponpes Salafiyah

⁶⁹ Wiratna, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian*, 180.

Kapurejo Kediri dengan menggunakan Analisis Korelasi Pearson (r), Analisis Koefisien Determinasi, Analisis Regresi Sederhana, dan Uji t. Dengan bantuan program SPSS 24.0 *for Windows*.

1) Analisis Korelasi Pearson (r) Uji korelasi biasanya banyak digunakan dalam berbagai penelitian, mulai dari penelitian sederhana sampai yang cukup kompleks. Analisis korelasi PPM sering digunakan untuk mencari dan menguji hipotesis asosiatif/hubungan. Variabel dalam analisis korelasi yang dihubungkan adalah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).⁷⁰

Teknik korelasi pearson digunakan pada analisis korelasi sederhana untuk variabel interval/rasio dengan variabel interval/rasio.⁷¹

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

Di mana:

r_{xy} = korelasi antara variabel x dengan y

X = variabel bebas ($x_i - \bar{x}$)

Y = variabel terikat ($y_i - \bar{y}$)

Rumus ini digunakan bila sekaligus akan menghitung persamaan regresi.

⁷⁰ Santoso dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 119.

⁷¹ Iqbal, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), 61.

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

Tabel 3.3

Interpretasi koefisien korelasi nilai r

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

(Arikunto, 2006:276; Riduwan & Kuncoro, 2011:62)⁷²

2) Analisis Koefisien Determinasi

Indeks determinasi diberi notasi dengan r^2 . Indeks determinasi menunjukkan besarnya sumbangan variabel bebas kedalam variabel terikat. Indeks dihitung dengan cara mengkuadratkan r yang dihitung menggunakan rumus *r product moment*.⁷³

Selanjutnya untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel X terhadap Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinan sebagai berikut:

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

Di mana:

KP = Nilai koefisien Diterminan

r = Nilai koefisien korelasi

⁷² Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 20113), 81.

⁷³ Purwanto, *Statistika Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), 192.

Pengujian lanjutan yaitu uji signifikansi yang berfungsi apabila peneliti ingin mencari makna hubungan variabel X terhadap Y, maka hasil korelasi PM (*product moment*) tersebut di uji dengan signifikansi dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Di mana:

t_{hitung} = nilai t

r = nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel.⁷⁴

3) Analisis Regresi Sederhana

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.⁷⁵ Analisis digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen dimanipulasi/dirubah-rubah atau dinaik-turunkan.⁷⁶

Regresi yang memiliki satu variabel dependent dan satu variabel independent. Model persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:⁷⁷

⁷⁴ Purwanto, *Statistika Untuk Penelitian*, 81.

⁷⁵ *Ibid*, 97.

⁷⁶ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 260.

⁷⁷ Wiratna, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian*, 137.

Persamaan regresi dirumuskan: $Y = a + bX$

Dimana:

Y = subjek variabel terikat yang diproyeksikan (keputusan pembelian)

X = variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diprediksikan (persepsi konsumen)

a = nilai konstanta harga Y jika X = 0

b = nilai arah sebagai penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y.⁷⁸

4) Uji Hipotesis

a) Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas (independen) secara parsial terhadap variabel terikat (dependen). Cara pengambilan keputusan pada uji t ini dapat dilakukan dengan membandingkan besarnya t_{hitung} dan t_{tabel} atau dengan melihat nilai signifikansi.⁷⁹ Berikut merupakan ketentuan dari uji t:⁸⁰

⁷⁸ Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika*, 97.

⁷⁹ Duwi Priyatno, *Belajar Praktis Analisis Parametrik Dan Non-parametrik Dengan SPSS & Prediksi Pertanyaan Pendarasan Skripsi Dan Tesis* (Yogyakarta: Gava Media, 2012), 66.

⁸⁰ Sulyanto, *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), 66.

1. $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau taraf signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
2. $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau taraf signifikan $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.