

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Rancangan penelitian yang digunakan oleh peneliti yakni menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk deskripsi dengan menggunakan angka dan statistik. Penelitian kuantitatif menekankan penelitiannya pada data-data numerical (angka) yang dikelola dengan metode statistik.<sup>24</sup>

Sedangkan jenis penelitian ini menggunakan penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yaitu 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.<sup>25</sup>

#### **B. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini mengambil lokasi Sidoarjo Shoes Store yang berlokasi di Jl. Raya Taman Pinang Indah, Banjarbendo, Kec. Sidoarjo, Kab. Sidoarjo.

---

<sup>24</sup>I Made Wiratha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006), 140

<sup>25</sup> Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 37

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi bukan hanya jumlah subjek yang dipelajari; itu meliputi semua kualitas dan sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian menghasilkan kesimpulan.<sup>26</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sepatu Ventela di Toko Sepatu Sidoarjo Shoes Store yang beralamatkan di Jl. Raya Taman Pinang Indah, Banjarebendo, Kec. Sidoarjo, Kab. Sidoarjo dengan jumlah tak terhingga.

### 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu.<sup>27</sup> Sampel bisa juga diartikan sebagai sekelompok anggota populasi yang dipilih melalui prosedur khusus agar dapat mewakili populasi secara keseluruhan.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan random sampling, yaitu metode pengambilan sampel secara acak. Semua objek dalam populasi diperlakukan sama, sehingga setiap objek memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Karena jumlah pembeli sepatu Ventela di Sidoarjo Shoes Store tidak diketahui secara pasti (tak

---

<sup>26</sup> Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2005), 72.

<sup>27</sup> Sugiyono, *Teknik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif serta R&D* (Bandung : Alfabeta, 2010) 81.

terbatas), maka jumlah sampel ditentukan menggunakan tabel Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5% sehingga peneliti mengangkat sample sejumlah 349 responden sebagaimana tercantum pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.1**  
**Tabel Isaac dan Michael**

| PENENTUAN JUMLAH SAMPEL DARI POPULASI TERTENTU<br>DENGAN TARAF KESALAHAN, 1, 5, DAN 10% |     |     |     |      |     |     |     |         |     |     |     |
|---|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|---------|-----|-----|-----|
| N   | s   |     |     | N    | s   |     |     | N       | s   |     |     |
|   | 1%  | 5%  | 10% |      | 1%  | 5%  | 10% |         | 1%  | 5%  | 10% |
| 10  | 10  | 10  | 10  | 280  | 197 | 155 | 138 | 2800    | 537 | 310 | 247 |
| 15  | 15  | 14  | 14  | 290  | 202 | 158 | 140 | 3000    | 543 | 312 | 248 |
| 20  | 19  | 19  | 19  | 300  | 207 | 161 | 143 | 3500    | 558 | 317 | 251 |
| 25  | 24  | 23  | 23  | 320  | 216 | 167 | 147 | 4000    | 569 | 320 | 254 |
| 30  | 29  | 28  | 27  | 340  | 225 | 172 | 151 | 4500    | 578 | 323 | 255 |
| 35  | 33  | 32  | 31  | 360  | 234 | 177 | 155 | 5000    | 586 | 326 | 257 |
| 40  | 38  | 36  | 35  | 380  | 242 | 182 | 158 | 6000    | 598 | 329 | 259 |
| 45  | 42  | 40  | 39  | 400  | 250 | 186 | 162 | 7000    | 606 | 332 | 261 |
| 50  | 47  | 44  | 42  | 420  | 257 | 191 | 165 | 8000    | 613 | 334 | 263 |
| 55  | 51  | 48  | 46  | 440  | 265 | 195 | 168 | 9000    | 618 | 335 | 263 |
| 60  | 55  | 51  | 49  | 460  | 272 | 198 | 171 | 10000   | 622 | 336 | 263 |
| 65  | 59  | 55  | 53  | 480  | 279 | 202 | 173 | 15000   | 635 | 340 | 266 |
| 70  | 63  | 58  | 56  | 500  | 285 | 205 | 176 | 20000   | 642 | 342 | 267 |
| 75  | 67  | 62  | 59  | 550  | 301 | 213 | 182 | 30000   | 649 | 344 | 268 |
| 80  | 71  | 65  | 62  | 600  | 315 | 221 | 187 | 40000   | 653 | 345 | 269 |
| 85  | 75  | 68  | 65  | 650  | 329 | 227 | 191 | 50000   | 655 | 346 | 269 |
| 90  | 79  | 72  | 68  | 700  | 341 | 233 | 195 | 75000   | 658 | 346 | 270 |
| 95  | 83  | 75  | 71  | 750  | 352 | 238 | 199 | 100000  | 659 | 347 | 270 |
| 100   | 87  | 78  | 73  | 800  | 363 | 243 | 202 | 150000  | 661 | 347 | 270 |
| 110   | 94  | 84  | 78  | 850  | 373 | 247 | 205 | 200000  | 661 | 347 | 270 |
| 120   | 102 | 89  | 83  | 900  | 382 | 251 | 208 | 250000  | 662 | 348 | 270 |
| 130   | 109 | 95  | 88  | 950  | 391 | 255 | 211 | 300000  | 662 | 348 | 270 |
| 140   | 116 | 100 | 92  | 1000 | 399 | 258 | 213 | 350000  | 662 | 348 | 270 |
| 150   | 122 | 105 | 97  | 1100 | 414 | 265 | 217 | 400000  | 662 | 348 | 270 |
| 160   | 129 | 110 | 101 | 1200 | 427 | 270 | 221 | 450000  | 663 | 348 | 270 |
| 170   | 135 | 114 | 105 | 1300 | 440 | 275 | 224 | 500000  | 663 | 348 | 270 |
| 180   | 142 | 119 | 108 | 1400 | 450 | 279 | 227 | 550000  | 663 | 348 | 270 |
| 190   | 148 | 123 | 112 | 1500 | 460 | 283 | 229 | 600000  | 663 | 348 | 270 |
| 200   | 154 | 127 | 115 | 1600 | 469 | 286 | 232 | 650000  | 663 | 348 | 270 |
| 210   | 160 | 131 | 118 | 1700 | 477 | 289 | 234 | 700000  | 663 | 348 | 270 |
| 220   | 165 | 135 | 122 | 1800 | 485 | 292 | 235 | 750000  | 663 | 348 | 270 |
| 230   | 171 | 139 | 125 | 1900 | 492 | 294 | 237 | 800000  | 663 | 348 | 271 |
| 240   | 176 | 142 | 127 | 2000 | 498 | 297 | 238 | 850000  | 663 | 348 | 271 |
| 250   | 182 | 146 | 130 | 2200 | 510 | 301 | 241 | 900000  | 663 | 348 | 271 |
| 260   | 187 | 149 | 133 | 2400 | 520 | 304 | 243 | 950000  | 663 | 348 | 271 |
| 270   | 192 | 152 | 135 | 2600 | 529 | 307 | 245 | 1000000 | 663 | 348 | 271 |
|   |     |     |     |      |     |     |     | ∞       | 664 | 349 | 272 |

#### D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu, dalam bentuk apapun, yang dipilih peneliti untuk diselidiki guna mengumpulkan data dan mencapai kesimpulan.<sup>28</sup> Variabel yang ada dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*) bisa juga disebut dengan variabel X merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan atau bangkitnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel bebas yang akan diteliti adalah harga (*price*)
2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) bisa juga disebut dengan variabel Y merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas dan juga dijadikan akibat karena adanya variabel bebas. Adapun variabel terikat disini adalah keputusan pembelian.

#### E. Definisi Operasional

Definisi operasional Definisi operasional digunakan untuk menjelaskan setiap variabel yang dipilih dalam penelitian sebagai tambahan pemahaman dalam penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Harga (Variabel Bebas X)

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga (X). Harga adalah salah satu elemen dalam bauran pemasaran atau *marketing mix* yang dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen saat melakukan

---

<sup>28</sup> Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 60.

pembelian. Selain itu, harga juga merujuk pada jumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh kepemilikan atas suatu produk.<sup>29</sup> Indikator variabel harga pada penelitian ini adalah : keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.

**Tabel 3. 1**  
**Indikator Harga**

| <b>Variabel</b> | <b>Variabel Indikator</b>               | <b>Deskripsi Indikator</b>  |
|-----------------|---|---|
| Haerga<br>(X)   | Keterjangkauan Harga                    | Harga ditetapkan berdasarkan kemampuan beli konsumen.                           |
|                 | Kesesuaian Harga dengan kualitas produk | Penetapan harga disesuaikan dengan kualitas produk yang diterima oleh konsumen. |
|                 | Daya saing harga                        | Harga jual yang ditawarkan bersaing dengan harga dari para pesaing di pasar.    |
|                 | Kesesuaian harga dengan manfaat         | Harga ditetapkan sebanding dengan manfaat yang didapatkan oleh konsumen.        |

## 2. Keputusan Pembelian (Variabel Terikat Y)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong, keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen, di mana mereka menentukan produk atau merek

<sup>29</sup> J dan Nandan, *Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* ( Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019), 77.

yang benar-benar ingin dibeli.<sup>30</sup> Indikator Keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah : pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

**Tabel 3. 2**  
**Indikator Keputusan pembelian**

| Variabel                | Variabel Indikator       | Deskripsi Indikator                                     |
|-------------------------|--------------------------|---|
| Keputusan Pembelian (Y) | Pengenalan Kebutuhan     | Kesadaran akan kebutuhan produk                         |
|                         | Pencarian Informasi      | Mencari informasi produk dari sumber lain               |
|                         | Evaluasi Alternative     | Membandingkan produk dengan produk pesaing              |
|                         | Keputusan Pembelian      | Melakukan pembelian produk                              |
|                         | Perilaku pasca pembelian | Menunjukkan kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk |

## F. Data dan Sumber Data

### 1. Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber penelitian. Dalam hal ini, peneliti mengumpulkan data primer melalui kuesioner yang disebarakan oleh peneliti sendiri.<sup>31</sup>

<sup>30</sup> Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. (Jakarta: Erlangga, 2012), 181.

<sup>31</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatifserta R&D. Cetakan 13* (Bandung : Cv Alfabeta, 2011), 137.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari sumber lain, seperti laporan atau lembaga. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari buku, internet, dan sumber informasi terkait lainnya.<sup>32</sup>

## G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data untuk membuat proses menjadi lebih terorganisir, lebih mudah dilakukan, dan menghasilkan data yang lebih baik. Dalam survei ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data.<sup>33</sup>

## H. Pengumpulan Data

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang komprehensif dan berkualitas, penelitian ini menerapkan metode pengumpulan data melalui kuesioner atau angket, yaitu metode pengumpulan data yang meminta responden untuk menjawab serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis.<sup>34</sup> Dalam penelitian ini, metode angket diberikan kepada konsumen sepatu ventela di Sidoarjo Shoes Store dalam rangka mengumpulkan data tentang bagaimana harga memengaruhi keputusan pembelian.

### 2. Langkah-Langkah Analisis Data

Terdapat beberapa langkah yang digunakan oleh peneliti dalam

---

<sup>32</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, komunikasi, ekonomi, serta kebijakan, publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya edisi kedua* (Jakarta : Kencana, 2017) 132.

<sup>33</sup> Eko Putro Widoyoko, *Tekhnik Instrumen Penelitian* (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2012), 149.

<sup>34</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 142

melakukan analisis data, antara lain:<sup>35</sup>

a. Persiapan

Persiapan disini merupakan kegiatan yang didalamnya dilakukan pengecekan nama dan kelengkapan data pengisi kuisioner. Jika instrument penelitian ada yang kurang maka perlu melakukan pengecekan atau identitas apa yang diperlukan untuk keberlangsungan dalam pengolahan data. Yang dimaksud dengan memeriksa kelengkapan data adalah memeriksa isi instrument pengumpulan data apakah lembaran instrument ada yang sobek atau terlepas.<sup>36</sup>

b. Memberi tanda kode atau *coding*

Dimaksudkan untuk mempersingkat waktu tabulasi dan analisis pertanyaan, dan Pengkodean ini sangat penting jika pertanyaan terdiri dari beberapa item atau jumlah kuesioner yang signifikan, serta jika variabel yang berbeda memerlukan kode dan simbol tertentu.

c. Memberi skor atau *Scoring*

Skoring merupakan proses memberikan skor terhadap data yang diperlukan. Dalam penelitian ini scoring yang dilakukan adalah dengan memberikan skor pada angket setiap subjek yang dibuat.

---

<sup>35</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, 1st ed. (Jakarta: Bumi Aksara, 2017).

<sup>36</sup> Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2008), 204-205.

d. Tabulasi data

Tabulasi merupakan suatu proses penempatan data yang dilakukan oleh peneliti dalam bentuk tabel yang dapat lebih mudah untuk dipahami.<sup>37</sup>

e. *Processing*

*Processing* merupakan tahapan setelah semua kuesioner telah diisi dengan lengkap dan akurat, serta respons dari kuesioner telah diberi kode dan dimasukkan ke dalam perangkat lunak pengolahan data pada komputer. Salah satu perangkat lunak yang populer dan cukup mudah digunakan adalah SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).

## I. Analisis Data

Analisis data merupakan bentuk proses pengolahan, penyajian, interpretasi dan analisis yang dilakukan untuk memberikan suatu makna sehingga seorang pembaca dapat memahami hasil yang didapatkan oleh seorang peneliti.<sup>38</sup> Adapun untuk tahapan dalam analisis data adalah:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah ukuran yang menunjukkan apakah suatu instrumen penelitian valid atau tidak, dengan fokus pada pengukuran atau pengamatan.<sup>39</sup> Untuk menentukan validitas item dalam menganalisis

---

<sup>37</sup> M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Pustaka Media, 2005), 168.

<sup>38</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*, ed. Reka Studio Grafis (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2011), 143.

<sup>39</sup> Prabu Budi Santoso serta Ashari, *Analisa dalam Microsoft Excel serta SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2005), 247-248.

hubungan antara harga (X) dan keputusan pembelian (Y), digunakan rumus korelasi product moment yang diperkenalkan oleh Pearson.<sup>40</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 tiap pertanyaan ataupun item

y = Skor total

n = Jumlah responden

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indikator yang menunjukkan tingkat kepercayaan atau konsistensi suatu alat ukur. Uji reliabilitas dapat dievaluasi menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, yang diukur berdasarkan skala berikut:

- a. Alpha 0,00-0,2 menunjukkan reliabilitas yang rendah
- b. Alpha 0,21-0,4 menunjukkan reliabilitas yang agak rendah
- c. Alpha 0,41-0,6 menunjukkan reliabilitas yang cukup
- d. Alpha 0,61-0,8 menunjukkan reliabilitas yang baik
- e. Alpha 0,81-1,00 menunjukkan reliabilitas yang sangat baik<sup>41</sup>

<sup>40</sup> Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar serta Aplikasinya* (Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007), 136.

<sup>41</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

### 3. Uji Normalitas

Pengujian yang dilakukan untuk diketahuinya variabel bebas dan variabel terikat mengikuti distribusi normal pada model regresi, yaitu disebut uji normalitas. Cara melihat data berdistribusi normal dapat dilakukan dengan melihat nilai skewness ataupun nilai kurtosis. Jika nilai rasio skewness dan kurtosis berada diantara -2 sampai dengan 2 maka data tersebut berdistribusi normal.<sup>42</sup>

### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah didalam model regresi itu ada perbedaan variasi dari residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Apabila dari variasi pengamatan satu ke pengamatan lainnya tetap sama, maka itu disebut Homoskedastisitas. Jika pengamatan satu ke pengamatan lainnya berbeda maka disebut Heteroskedastisitas. Dan seperti yang diketahui model regresi yang baik merupakan model yang tidak terjadinya heteroskedastisitas.

Adapun landasan pengambilan keputusan dalam menguji heteroskedastisitas dengan grafik *scatter plot* sebagai berikut :

- a. Jika terjadi adanya pola khusus pada grafik *scatter plot*, seperti munculnya titik-titik yang berbentuk pola yang teratur (bergelombang, meluas kemudian menciut) maka itu

---

<sup>42</sup> Husain Usman R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 83.

merupakan sudah terjadinya heteroskedastisitas.

- b. Jika tidak ada pola yang terlihat jelas serta titik-titik yang menyebar, maka indikasinya adalah tidak ada terjadinya heteroskedastisitas.<sup>43</sup>regresi apabila terdapat ketidaksamaan variance dalam residual satu kepengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka dikatakan homoskedastisitas.<sup>44</sup>

## 5. Uji Autokorelasi

Uji Durbin-Watson dapat digunakan untuk melakukan uji autokorelasi; tujuan uji ini adalah untuk mengetahui apakah ada korelasi dalam model regresi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel pengganggu pada periode sebelumnya (t-1).<sup>45</sup> Kriteria nilai Durbin-Watson dapat dilihat melalui penjelasan dibawah:

- a. Jika  $0 < d < d_L$ , terdapat autokorelasi positif.
- b. Jika  $d_L < d < d_U$ , kondisi tidak dapat dipastikan (ragu-ragu).
- c. Jika  $4 - d_L < d < 4$ , terjadi autokorelasi negatif.
- d. Jika  $4 - d_U < d < 4 - d_L$ , tidak ada kepastian (ragu-ragu).
- e. Jika  $d_U < d < 4 - d_U$ , maka tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif.

---

<sup>43</sup> Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180.

<sup>44</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisa Multivariate dalam Program SPSS* (Semarang: UNDIP, 2005), 55.

<sup>45</sup> Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180.

## 6. Analisis korelasi *pearson product moment*

Untuk mengukur tingkat hubungan antara variabel yang diteliti, maka dengan menggunakan analisis korelasi Pearson Product Moment. Korelasi Pearson Product Moment, memiliki tujuan untuk mengukur derajat atau kekuatan hubungan timbal balik antara dua variabel. Koefisien korelasi ( $r$ ) itu merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel X dan Y kuat atau tidak.<sup>46</sup> Adapun untuk rumusnya sebagai berikut:<sup>47</sup>

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

Keterangan:

$r$  = koefisien korelasi antara X dan Y (*product moment*)

$x$  = skor dari setiap item

$y$  = jumlah dari skor item

$n$  = jumlah responden

Korelasi *pearson product moment* dilambangkan dengan ( $r$ ) yang memiliki ketentuan nilai  $r$  tidak lebih dari harga ( $-1 < r < +1$ ). Harga  $r$  dikonsultasikan dengan koefisien interval sebagai berikut:<sup>48</sup>

- a. Nilai *Pearson Correlation* 0,00 s/d 0,199 = korelasi sangat lemah
- b. Nilai *Pearson Correlation* 0,20 s/d 0,399 = korelasi lemah

<sup>46</sup> Wiratna Sujarweni, Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Umum, (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), 187.

<sup>47</sup> Agus Irianto, Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya, 136.

<sup>48</sup> Gus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya* (Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007), 105.

- c. Nilai *Pearson Correlation* 0,40 s/d 0,599 = korelasi sedang
- d. Nilai *Pearson Correlation* 0,60 s/d 0,799 = korelasi kuat
- e. Nilai *Pearson Correlation* 0,80 s/d 1,00 = korelasi sangat kuat

## 7. Analisis Regresi Linier Sederhana

Metode analisis regresi digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, seperti metode:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

a dan b = Konstanta

Langkah membuat persamaan regresi linier sederhana:

- a) Membuat tabel penolong
- b) Mencari nilai konstanta a dan konstanta b

Rumus:<sup>49</sup>

$$b = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

- c) Membuat persamaan regresi dengan rumus :

---

<sup>49</sup> Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 66

$$Y = a + bX$$

## 8. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui kesesuaian data dengan model regresi. Langkah-langkah dalam pengujian adalah sebagai berikut:

a. Menyusun hipotesis

$H_a$  artinya bahwa variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan

$H_0$  artinya bahwa variabel harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Menetapkan tingkat signifikansi,

Dalam penelitian ini ditetapkan pada 5%, yang menunjukkan risiko kesalahan dalam pengambilan keputusan sebesar 5%.

c. Menentukan  $F_{hitung}$

d. Menentukan  $F_{tabel}$

e. Kriteria dan ketentuan pengujian

$H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , artinya, variabel independen tidak memberikan dampak yang berarti terhadap variabel dependen.

$H_0$  ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , artinya, variabel independen memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel dependen.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup> Damondar Gurajati, *Dasar- Dasar Ekonometrika*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 193

## 9. Uji t

Uji t digunakan untuk menentukan apakah variabel independen (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Kriteria dalam uji t ini adalah sebagai berikut:

$H_0$  = Tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel X (harga) terhadap variabel Y (keputusan pembelian)

$H_a$  = Terdapat pengaruh signifikan dari variabel X (harga) terhadap variabel Y (keputusan pembelian)

Kriteria pengujian:

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima

Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.<sup>51</sup>

## 10. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variabel terikat.<sup>52</sup> Koefisien determinasi digunakan untuk menentukan seberapa baik variabel terikat X, yaitu harga, dapat menjelaskan variabel terikat Y, yaitu keputusan pembelian. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut: jika  $R^2 = 0$ , berarti variabel bebas tidak memengaruhi variabel terikat sama sekali; sebaliknya, jika  $R^2$  mendekati 1 atau 100%, berarti variabel bebas memengaruhi variabel terikat secara signifikan.

---

<sup>51</sup> Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian.*, 194.

<sup>52</sup> Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79