

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Berdasarkan judul yang telah penulis susun yaitu pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian, maka jenis penelitian yang digunakan adalah jenis deskriptif. Statistika deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.<sup>1</sup>

#### B. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian adalah di tempat latihan ketujuh PB (Persatuan Bulu tangkis) yang ada di kota Blitar.

#### C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>2</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah anggota PB (Persatuan Bulu tangkis) di kota Blitar.

---

<sup>1</sup> Sugiono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), 29.

<sup>2</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: pustaka Pelajar, 2001), 82.

Sampel adalah bagian sebagian atau keseluruhan populasi yang dapat merepresensikan populasi secara menyeluruh.<sup>3</sup> Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan jenis *Probability Sampling* dengan metode pengambilan sampel *simple random sampling*. Dikatakan simpel karena metode pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi tersebut.<sup>4</sup>

Berkaitan dengan ukuran sampel, Keppel & Wickens dan Howell mengungkapkan bahwa bagaimanapun bentuk distribusi data populasinya, semakin besar sampel semakin normal distribusi mean sampelnya. Distribusi terlihat cukup normal ketika sampel berisi sekitar 30 orang.<sup>5</sup> Hal ini diperkuat juga oleh Siegel, mengatakan bahwa tidak ada batasan mengenai jumlah sampel ideal dalam penelitian. Semakin banyak jumlah sampel yang digunakan, maka semakin tinggi nilai keakuratannya semakin tinggi.<sup>6</sup> Adapun hasil observasi pada anggota PB (Persatuan Bulu tangkis) kota Blitar sebagai berikut:

### **Tabel 3.1**

---

<sup>3</sup> Sugiono, *Statistika untuk penelitian*, 61.

<sup>4</sup> Ibid., 35.

<sup>5</sup> Maman Abdurahman Dkk, *Dasar-dasar Metode Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 147-148.

<sup>6</sup> Ibid., 149.

## Faktor Keputusan Pembelian Raket Yonex di PB Blitar

<b>Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian</b>		<b>Jumlah</b>
<b>Kebudayaan</b>	Budaya	0
	Sub budaya	0
	Kelas sosial	0
<b>Sosial</b>	Kelompok referensi	0
	Keluarga	2
	Peran dan status	0
<b>Pribadi</b>	Usia dan tahap daur hidup	0
	Pekerjaan	0
	Kondisi ekonomi	2
	Gaya hidup	2
	Kepribadian dan konsep diri	1
<b>Psikologis</b>	Motivasi	5
	Persepsi	68
	Pembelajaran	1
	Sikap dan kepercayaan	9
Jumlah		90

Sumber Data: Berdasarkan observasi akhir Januari

Berdasarkan dari tabel diatas, dari seluruh total anggota sebanyak 155 anggota di PB (Persatuan Bulu Tangkis) kota Blitar terdapat 90 anggota yang menjadi pengguna raket Yonex. Sehingga 90 anggota tersebut menjadi jumlah populasi dan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian yaitu seluruh jumlah populasi.

#### **D. Jenis Data**

Berdasarkan bentuk dan sifatnya, data penelitian dapat dibedakan dalam dua jenis yaitu data kualitatif (yang berbentuk kata-kata/kalimat) dan data kuantitatif (yang berbentuk angka)

##### **1. Data Kualitatif**

Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata-kata dalam bentuk angka. Data kualitatif diperoleh melalui berbagai macam teknik pengumpulan data misalnya, wawancara, analisis dokumen, diskusi terfokus, atau observasi yang telah dituangkan dalam catatan lapangan (transkrip). Bentuk lain adalah gambar yang diperoleh melalui pemotretan atau rekaman video.

## 2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika.

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu data dari angket yang peneliti sebar kepada responden yang menggunakan raket Yonex dengan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah persepsi.

## E. Sumber Data penelitian

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literature, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

Data primer dari penelitian ini adalah penyebaran angket kepada responden PB (Persatuan Bulu tangkis) di kota Blitar. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah data hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalisasikan ke dalam bentuk item atau pertanyaan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting.<sup>7</sup> Untuk mendapatkan data primer ini peneliti menyebar angket (*kuesioner*) kepada anggota PB (Persatuan Bulu tangkis) di kota Blitar yang mana angket tersebut membahas mengenai pengaruh persepsi dalam keputusan pembelian raket Yonex.

#### **F. Variabel Penelitian**

Variabel adalah suatu sifat yang memiliki bermacam-macam nilai, atau sering kali diartikan sebagai simbol yang padanya kita dapat meletakkan bilangan atau nilai.<sup>8</sup> Variabel-variabel yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>7</sup> Limas Dodi, *METODE PENELITIAN Science Methods, Metode Tradisional dan Natural Setting, Berikut Teknik Penulisannya* (Yogyakarta: Pustaka ilmu, 2015), 143.

<sup>8</sup> Kerlinger, *Asas-Asas Penelitian Behavioral* (Jakarta: Gadjah Mada University Press, 1990), 49.

1. Variabel bebas (*independent variabel*) atau variabel X adalah variabel yang dipandang sebagai penyebab munculnya variabel terikat yang diduga sebagai akibatnya. Adapun variabel X dalam penelitian ini adalah persepsi.
2. Variabel terikat (*dependen variabel*) atau variabel Y adalah variabel (akibat) yang dipradugakan, yang bervariasi mengikuti perubahan dari variabel-variabel bebas. Umumnya merupakan kondisi yang ingin kita ungkap dan jelaskan.<sup>9</sup> Adapun variabel Y dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

#### **G. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasioanal adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat sesuatu yang dapat diamati. Secara tidak langsung definisi operasional adalah alat pengambil data yang cocok digunakan.<sup>10</sup> Penggunaan definisi operasional untuk pemahaman dan menghindari kesalahan terhadap variabel-variabel yang lain, maka masing-masing diberi batasan dan penjelasannya sebagai berikut:

Maka dari itu, penulis membagi variabel menjadi dua yaitu: variabel bebas (X): persepsi dan variabel terikat (Y): keputusan pembelian.

##### **1. Variabel Bebas (*independent variable*)**

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*independent variable*). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah

---

<sup>9</sup> Ibid., 58.

<sup>10</sup> Buku Pedoman Karya Ilmiah STAIN Kediri, 72.

persepsi (X). Persepsi konsumen adalah adalah suatu proses yang membuat seseorang memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya.<sup>11</sup>

Indikator persepsi konsumen antara lain:

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel X (Persepsi Konsumen)**

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

Sumber : Indikator keputusan pembelian menurut Fentia Tanata (2013)

## 2. Variabel Terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian. keputusan pembelian adalah merupakan hasil atau kelanjutan yang dilakukan

<sup>11</sup> Usman Effendi, *Psikologi Konsumen* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 268.

individu ketika dihadapkan pada situasi dan alternatif tertentu untuk berperilaku dalam memenuhi kebutuhannya.

Indikator keputusan pembelian antara lain:

**Tabel 3.3**  
**Definisi Operasional Variabel Y (Keputusan Pembelian)**

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Keputusan pembelian (Y)	Pengenalan kebutuhan	Kesadaran kebutuhan akan produk
	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 : Indikator keputusan pembelian menurut Fentia Tanata (2013)

## H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yaitu alat bantu yang digunakan untuk memperoleh data. Instrumen penelitian sangat menentukan keberhasilan suatu penelitian oleh karena itu dalam penelitian ini, penulis menggunakan instrumen sebagai berikut:

Terdapat dua jenis instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

### 1. Angket (Kuisisioner)

Metode angket (kuisisioner) adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan suatu masalah dalam bidang yang diteliti. Cara pengoperasian metode ini dengan menyebarkan daftar pertanyaan

kepada anggota untuk menjawab sejumlah pertanyaan dalam angket yang akan diajukan.

Cara pengoperasian metode ini dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada anggota PB (Persatuan Bulu tangkis) di kota Blitar untuk menjawab sejumlah pertanyaan dalam angket yang akan peneliti ajukan. Dalam penelitian nantinya, angket yang akan digunakan adalah angket persepsi dan keputusan pembelian.

## 2. Pedoman 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.<sup>12</sup> Dalam hal ini pedoman dokumentasi digunakan untuk mengetahui jumlah anggota, file-file data komputer dan data-data lainnya. Dari metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang:

- a) Sejarah berdirinya PB (Persatuan Bulu tangkis) di kota Blitar
- b) Struktur organisasi PB (Persatuan Bulu tangkis) di kota Blitar
- c) Data PB (Persatuan Bulu tangkis) di kota Blitar

### I. Analisis Data

Analisis data adalah proses pelacakan dan pengaturan secara sistematis terhadap data yang diperoleh agar dapat dipresentasikan kepada orang lain.<sup>13</sup> Analisis data dapat dilakukan apabila data-data yang

---

<sup>12</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian*, 27.

<sup>13</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Teras, 2009), 103.

terkumpul dan selanjutnya data tersebut digunakan untuk menarik kesimpulan yang objektif dan logis.

Di dalam analisis data, nantinya peneliti akan menggunakan bantuan SPSS versi 21 untuk memperoleh hasil analisis dari data yang telah disampaikan.

#### 1. Persiapan

Kegiatan dalam langkah persiapan, antara lain: mengecek nama dan kelengkapan identitas pengisi. Mengecek kelengkapan data, artinya memeriksa isi instrument pengumpulan data.<sup>14</sup>

#### 2. *Editing* (membersihkan diri)

Pada proses ini data yang telah masuk perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan dalam pengisiannya, barangkali ada yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai, dan sebagainya.

#### 3. *Coding* dan *Categorizing*

Proses berikutnya adalah *coding* yaitu pembelian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Sedangkan *categorizing* adalah penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan ke dalam kategori variabel masing-masing<sup>15</sup>

#### 4. *Scoring*

---

<sup>14</sup> I Made Wirartha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006), 262.

<sup>15</sup> Marzuki, *Metodologi Penelitian Riset* (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 2006), 81.

Pemberian skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Tiap skor pada lembar jawaban angket tiap subjek, tiap skor dari item pertanyaan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat *option* (pilihan). Dalam penelitian ini pemberian skor sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
Skala Likert

<b>Jawaban</b>	<b>Skor</b>
Untuk jawaban sangat setuju	5
Untuk jawaban setuju	4
Untuk jawaban ragu-ragu	3
Untuk jawaban tidak setuju	2
Untuk jawaban sangat tidak setuju	1

#### 5. Tabulasi Data (penyusunan tabel)

Tabulasi adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dengan cara diteliti dan diatur sedemikian rupa. Kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang masuk dalam peristiwa.

### J. Deskripsi Data

Tahap yang digunakan dalam deskripsi data pada penelitian ini sebagai berikut:

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu pengukuran yang menunjukkan kepada ketetapan dan kecermatan tes dan menjalankan fungsi pengukurannya. Suatu tes dikatakan mempunyai validitas tinggi

apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurannya, atau memberikan hasil ukur sesuai dengan tujuan diadakan tes tersebut.<sup>16</sup> Pengambilan keputusan bahwa setiap indikator valid, apabila nilai  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$ . Untuk menentukan nilai  $r_{hitung}$  dibantu dengan program SPSS 23 yang dinyatakan dengan nilai *Corrected Item Total Correction*.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan keadaan suatu instrumen yang menunjukkan hasil pengukuran dari suatu instrumen yang tidak mengandung bias atau bebas dari kesalahan pengukuran (*error free*). Sehingga menjamin suatu pengukuran yang konsisten dan stabil (tidak berubah) dalam kurun waktu dan berbagai item atau titik (*point*) dalam instrumen.<sup>17</sup> Cara menghitung tingkat reliabilitas yaitu dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Pengujian reliabilitas dibantu dengan menggunakan aplikasi SPSS 23. Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut<sup>18</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

<sup>16</sup> Ety Rochaety, Ratih Tresnati dan Abdul Majid Latief, *Metodologi Penelitian Bisnis dengan Aplikasi SPSS* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), 57.

<sup>17</sup> Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis* (Jakarta: Indeks, 2009), 106.

<sup>18</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian terdistribusi normal atau tidak sehingga mampu menghindari terjadinya bias pada model regresi.

#### b) Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan yang lain.<sup>19</sup> Cara untuk memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar diatas, dibawah atau disekitar 0.
- 2) Titik-titik data mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik dan tidak terpola.

#### c) Uji Autokorelasi

---

<sup>19</sup> Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum* (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180.

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Waston, dimana hasil pengujian ditentukan berdasarkan nilai Durbin-Waston.<sup>20</sup> Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Waston (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika  $d$  lebih kecil dari  $dL$  atau lebih besar dari  $(4-dL)$  maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat auto korelasi.
- 2) Jika  $d$  terletak antara  $dU$  dan  $(4-dU)$ , maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak autokorelasi.
- 3) Jika  $d$  terletak diantara  $dL$  dan  $dU$  atau antara  $(4-dU)$  dan  $(4-dL)$ , maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Nilai  $dU$  dan  $dL$ , dapat diperoleh tabel statistik Durbin Waston yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.

## **K. Korelasi (R)**

---

<sup>20</sup> Sunjoyo, et.al, *Aplikasi SPSS untuk SMART Riset, Program IBM SPSS 21.0.*, 68-73.

Korelasi (*Person Product Moment*) adalah untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data terbentuk interval dan rasio. Adapun rumusnya sebagai berikut:

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

Keterangan:

r : Korelasi *Person Product Moment*

n : Jumlah sampel

x : Skor setiap pertanyaan/item

y : Skor total<sup>21</sup>

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan tersebut maka kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

**Tabel 3.5**  
**Tabel Interpretasi Product Moment**

Besarnya “r” <i>Product moment</i>	Interpretasi
0,00 – 0,199	Antara variabel x dan terdapat korelasi yang sangat rendah
0,20 – 0,399	Antara variabel x dan terdapat korelasi yang rendah
0,40 -0,599	Antara variabel x dan terdapat korelasi yang sedang/ cukup kuat
0,60 – 0,799	Antara variabel x dan terdapat korelasi yang kuat
0,80 – 1,000	Antara variabel x dan terdapat korelasi yang sangat kuat

Sumber: Arikunto; Riduwan & Kuncoro.

<sup>21</sup> Misbahudin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 304.

## L. Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan rumus regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui besarnya variabel bebas (X) terdapat variabel terikat (Y). Model persamaan analisis regresi dalam penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan: Y = variabel terikat (keputusan pembelian)

a = nilai konstanta

X = variabel bebas (persepsi)

b = koefisien regresi

nilai a dan b diperoleh melalui:

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

## M. Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} \geq t_{tabel}$  jadi  $H_0$  diterima

$t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < t_{tabel}$  jadi  $H_0$  ditolak<sup>22</sup>

## N. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.<sup>23</sup> Dalam

<sup>22</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Panduan Mudah Menggunakan SPSS dan Contoh Penelitian di Bidang Ekonomi* (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), 67.

<sup>23</sup> Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.

penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas  $x$  (persepsi) 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 mendekati 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.