

## **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 rancangan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu suatu pendekatan yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk data diskripsi dengan menggunakan angka statistik.<sup>40</sup>

Dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yaitu penelitian hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuan utamanya adalah untuk mendapat bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui variabel mana yang mempengaruhi dan variabel mana yang dipengaruhi.<sup>41</sup>

#### **B. Definisi operasional variabel**

Variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Kerlinger, variabel adalah suatu sifat yang diambil dari suatu nilai yang berbeda.<sup>42</sup> Dalam penilaian ini, variabel dibagi menjadi 2, yaitu:

---

<sup>40</sup> Ibnu Hajar, *Dasar-Dasar Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan Metodologi* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 1996), hlm 30.

<sup>41</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm 37.

<sup>42</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm 63-64.

## 1. Variabel *Independent*

Variabel *independent* sering disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubah atau timbulnya variabel *dependent* (terikat).<sup>43</sup> Adapun variabel *independent* dalam penelitian ini adalah kelompok referensi ( $X_1$ ) dan budaya ( $X_2$ ). Penjelasan sebagai berikut:

- a. Kelompok referensi menurut Philip Kotler adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang dinamakan kelompok keanggotaan.<sup>44</sup>

**Tabel 3.1**  
**Indikator Penelitian Variabel  $X_1$**

Variabel	Indikator
Kelompok referensi ( $X_1$ )	1. Pengaruh normatif
	2. Pengaruh ekspresi nilai
	3. Pengaruh informasi

Sumber: Indikator kelompok referensi menurut Ujang Sumarwan (2017)

- b. Keluarga menurut Philip Kotler adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat yang terdiri atas dua orang atau lebih yang terikat oleh perkawinan, darah (keturunan: anak atau cucu), dan adopsi.<sup>45</sup>

<sup>43</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm 4.

<sup>44</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran 1*, hlm 187.

<sup>45</sup> *Ibid.*, hlm 183.

**Tabel 3.2**  
**Indikator Penelitian Variabel X<sub>2</sub>**

Variabel	Indikator
Keluarga (X <sub>2</sub> )	1. Inisiator ( <i>initiator</i> )
	2. Pemberi pengaruh ( <i>influencer</i> )
	3. Penyaring informasi ( <i>gate keeper</i> )
	4. Pengambil keputusan ( <i>decider</i> )
	5. Pembeli ( <i>buyer</i> )

Sumber: Indikator keluarga menurut Ujang Sumarwan (2017)

## 2. Variabel *Dependent*

Variabel *dependent* atau biasa disebut dengan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>46</sup> Adapun variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian produk (Y) Ponsel Xiaomi.

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan suatu pembelian. Pengambilan keputusan dapat pula diartikan sebagai suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.<sup>47</sup> Terdapat lima tahapan dalam proses keputusan pembelian, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.<sup>48</sup>

<sup>46</sup> Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm 178.

<sup>47</sup> Kotler Dan Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Ke 9 Jilid 1*, hlm 227.

<sup>48</sup> Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas* (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm 179.

**Tabel 3.3**  
**Indikator Penelitian Variabel Y**

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

Sumber: Indikator keputusan pembelian menurut Philip Kotler (2002)

### C. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian adalah Pondok Pesantren Al-Ishlah yang beralamatkan di Jl. KH. Hasyim Asy'ari No. 01 Bandar Kidul Kota Kediri.

### D. Populasi dan sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.<sup>49</sup> Menurut Murti Sumarni dan Salamah, populasi adalah keseluruhan obyek yang di teliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas maupun yang tidak terbatas.<sup>50</sup> Populasi yang dimaksud

<sup>49</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011), hlm 74.

<sup>50</sup> Murti Sumarni Dan Salamah Wahyuni, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), hlm 69.

peneliti adalah keseluruhan yang diteliti oleh peneliti, yaitu santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandar Kidul Kota Kediri dengan jumlah 152 santri.

## **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel juga dapat didefinisikan sebagai bagian anggota populasi yang dipilih menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi. Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah dengan metode sampel jenuh berdasarkan pada ketentuan yang dikemukakan oleh Sugiyono, yang mengatakan bahwa: “Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.”

Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampel jenuh. Metode sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan menjadi sampel. Dalam penelitian ini jumlah sampel berjumlah 152 santri.

## **E. Teknik pengumpulan data**

### **1. Sumber dan Jenis Data**

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Sumber data dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer merupakan alat pengambilan data langsung pada subyek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari. Sedangkan data sekunder adalah data yang

diperoleh dari sumber kedua, umumnya berasal dari internet, catatan atau laporan-laporan yang terkait langsung dengan penelitian.<sup>51</sup> Sumber Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah kuesioner yang telah disebar oleh peneliti kepada responden. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya.

## 2. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data ialah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Metode (cara atau teknik) menunjuk suatu kata yang abstrak dan tidak diwujudkan dalam benda, tetapi hanya dapat dilihat penggunaannya melalui: angket, wawancara, pengamatan, ujian (tes), dokumentasi dan lainnya. Dalam Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara menyebar kuisisioner (angket) kepada responden untuk memperoleh data secara baik dan terperinci.<sup>52</sup>

## F. Instrumen penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan pengukuran. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Banyaknya pertanyaan/pernyataan dalam instrumen yang akan digunakan

---

<sup>51</sup> Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), hlm 33.

<sup>52</sup> Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi* (Yogyakarta: CAPS, 2011), hlm 22

tergantung pada jumlah variabel yang diteliti.<sup>53</sup> Instrumen dalam penelitian ini adalah angket. Angket merupakan lembaran yang berupa pertanyaan maupun pernyataan yang akan dijawab oleh responden, dengan memberikan tanda silang atau centang pada jawaban yang dipilih. Dalam penelitian ini akan digunakan daftar pernyataan (angket) yang berhubungan dengan kelompok referensi, budaya, dan keputusan pembelian.

## **G. Analisis data**

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.<sup>54</sup> Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 21.0. Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### *1. Editing*

Data yang dicantumkan perlu diperiksa terlebih dahulu, 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.<sup>55</sup> Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau identitas pada suatu data yang akan

---

<sup>53</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, hlm 72

<sup>54</sup> *Ibid.*, hlm 76.

<sup>55</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), hlm 24.

dianalisis. Sedangkan *Categorizing* merupakan penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan kedalam kategori variabelnya masing-masing.

### 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. *Tabulating Data*

Tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya.<sup>56</sup> Data-data dikelompokkan dengan teliti dan teratur kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa banyak item yang termasuk dalam satu kategori.

### 5. *Processing*

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

---

<sup>56</sup> M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Pustaka Media, 2005), hlm 168.



a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid apabila pertanyaan atau pernyataan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut.<sup>57</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.<sup>58</sup> Untuk mengetahui valid atau tidak di setiap butir item maka teknik yang digunakan adalah teknik analisa korelasi *pearson product moment* :<sup>59</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>57</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), hlm 52.

<sup>58</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisni*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 1999), hlm 135.

<sup>59</sup> Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar Dan Aplikasinya* (Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007), hlm 136.

## 2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.<sup>60</sup>

Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 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>61</sup>

## b. Uji Asumsi Klasik

### 1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel yang digunakan mengikuti distribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah kedua model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan untuk mendekati kenormalan adalah jika nilai mean dan median sama maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.<sup>62</sup> Cara melihat data terdistribusi normal dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya dengan melihat nilai *skewness* ataupun nilai *kurtosis*. Jika nilai rasio *skewness* dan *kurtosis* berada di antara

<sup>60</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk penelitian.*, hlm 365.

<sup>61</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik* , hlm 97.

<sup>62</sup> Zuraidah, *Statistik Deskriptif*, (Kediri: STAIN Press, 2012), 244

-2 sampai dengan +2 maka data berdistribusi normal. Rumus rasio *skweness* = *skeness*/std error *skewnees* dan rumus rasio *kurtosis* = *kurtosis*/std. error *kurtosis*.<sup>63</sup>

## 2) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan, diantaranya:

- a) Dengan menggunakan nilai *variance inflation factor* (VIF) pada model regresi.
- b) Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak ( $R^2$ ).<sup>64</sup>
- c) Nilai yang direkomendasikan untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolinearitas adalah nilai Tolerance harus  $> 0.10$  dan nilai VIF  $< 10$ .<sup>65</sup>

## 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

---

<sup>63</sup> Dwi Proyatno, “Belajar Praktis Parametrik Dan Non Parametrik Dengan SPSS & Prediksi Pertanyaan Pendarasan Skripsi Dan Tesis” (Yogyakarta : Gava Media, 2012), 61

<sup>64</sup> Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 39

<sup>65</sup> Suliyanto, *Ekonomi Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011),82.

pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Jika berbeda maka disebut Heteroskedastisitas.<sup>66</sup> 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>67</sup>

Selain menggunakan metode grafik *Scatterplot*, uji heteroskedastisitas dapat juga dilakukan dengan metode *Rank Spearman*, dimana dasar pengambilan keputusan antara lain:

- a) Jika nilai signifikansi atau sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai signifikansi atau sig (2-tailed) lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat masalah heteroskedastisitas.<sup>68</sup>

---

<sup>66</sup> Ibid., hlm 139

<sup>67</sup> Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum* (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), hlm 180.

<sup>68</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 142-143.

#### 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, di mana hasil pengujian ditentukan berdasarkan nilai Durbin-Watson. Kriteria nilai Durbin-Watson dijelaskan di bawah ini:

- a) Jika  $0 < d < d_L$  maka terjadi autokorelasi positif
- b) Jika  $d_L < d < d_U$  berarti tidak ada kepastian terjadi (ragu-ragu)
- c) Jika  $4 - d_L < d < 4$  maka terjadi autokorelasi negatif
- d) Jika  $4 - d_U < d < 4 - d_L$  maka tidak ada kepastian (ragu-ragu)
- e) Jika  $d_U < d < 4 - d_U$  berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif.<sup>69</sup>

#### 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>69</sup> Ibid., hlm 110-111.

$$R_{x_1x_2} = \sqrt{\frac{r^2x_1y + r^2x_2y - 2 \cdot rx_1y \cdot rx_2y}{1 - r^2x_1x_2}}$$

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

$rx_1y$  = Korelasi *Product Moment* antara  $x_1$  dan  $y$

$rx_2y$  = Korelasi *Product Moment* antara  $x_2$  dan  $y$

$rx_2x_2$  = Korelasi *Product Moment* antara  $x_1$  dan  $x_2$

$x_1$  = variabel bebas (kelompok referensi)

$x_2$  = variabel bebas (budaya)

$y$  = variabel terikat (keputusan pembelian)<sup>70</sup>

Korelasi *Pearson Product Moment* dilambangkan dengan ( $r$ ) yang memiliki ketentuan nilai  $r$  tidak lebih dari harga ( $-1 \leq r \leq +1$ ). Harga  $r$  dikonsultasikan dengan koefisien interval sebagai berikut:

- 1) Nilai interval koefisien 0,80 - 1,000, maka tingkat hubungan sangat kuat
- 2) Nilai interval koefisien 0,60 – 0,799, maka tingkat hubungan kuat
- 3) Nilai interval koefisien 0,40 – 0,599, maka tingkat hubungan sedang/cukup kuat
- 4) Nilai interval koefisien 0,20 – 0,399, maka tingkat hubungan rendah

---

<sup>70</sup> Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm 238.

5) Nilai interval koefisien 0,00 – 0,199, maka tingkat hubungan sangat rendah<sup>71</sup>

d. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependen* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *Independen* sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi, persamaan regresi untuk dua prediktor adalah:<sup>72</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 (kelompok referensi)

X<sub>2</sub> = Variabel bebas (budaya)

e. Uji Hipotesis

1) Uji F

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

---

<sup>71</sup> Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.

<sup>72</sup> Sugiyono, *Statistika*, hlm 275.

## a) Menentukan Hipotesis

$H_a$  = artinya variabel kelompok referensi dan keluarga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

$H_o$  = artinya variabel kelompok referensi dan keluarga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

b) *Lefel of signification*  $\alpha = 0,05$ 

## c) Menentukan F hitung

## d) Menentukan F tabel

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%,  $\alpha=5\%$ , df pembilang  $k-1=3-1=2$  dan penyebut  $n-k$

## e) Kriteria dan aturan pengujian

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

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

## f) Membandingkan F hitung dengan F tabel

Membandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , maka dapat ditentukan apakah  $H_o$  diterima atau ditolak.<sup>73</sup>

## 2) Uji t

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

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

---

<sup>73</sup> Damondar Gurajati, *Dasar- Dasar Ekonometrika* (Jakarta: Erlangga, 2006), hlm 193



Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.

### 3) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.<sup>74</sup> Dalam penelitian ini, perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel x (kelompok referensi dan budaya) 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>74</sup> Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm 79.