

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan yaitu meneliti disuatu objek secara langsung guna untuk mendapatkan data yang relevan. Berdasarkan judul penelitian, penelitian yang digunakan ini yaitu Penelitian Kuantitatif. Metode kuantitatif tersebut mendasari pada data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik.³⁰ Penelitian kuantitatif menekankan penelitian pada data-data *numerical* (angka) yang dikelola dengan metode statistik.³¹

Sedangkan jenis penelitian ini merupakan 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.³²

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. Variabel adalah

³⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabet, 2013), 8.

³¹I Made Wiratha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006), 140.

³²Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 37.

gejala yang menjadi fokus peneliti untuk diamati.³³ Dalam penilaian ini, variabel dibagi menjadi 2, yaitu:

1. Variabel Bebas X (*Independent*)

Variabel *independent* sering disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas disebut variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain.³⁴ Dengan kata lain, variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain yang menjadi sebab berubah atau timbulnya variabel *dependent* (respon).³⁵ Adapun variabel *independent* dalam penelitian ini adalah produk (X_1) dan bukti fisik (X_2). Penjelasannya sebagai berikut:

a. Variabel Produk (X_1)

Menurut Kotler produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Ini mencakup layanan, tempat, organisasi, dan gagasan.³⁶ Sedangkan dimensi kualitas jasa menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi dan Hamdani yaitu berwujud (*tangible*) adalah suatu penampilan fisik yang membuat suatu layanan berlangsung dengan lebih baik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, sarana komunikasi (contoh : gedung, gudang, dan lain-lain). Dapat disimpulkan bahwasannya fasilitas itu termasuk kategori produk

³³ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2000), 2.

³⁴ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 54.

³⁵ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 4

³⁶ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 Edisi 13*, (Jakarta: Erlangga. 2009), 304.

jasa³⁷. Menurut Oka A Yoeti Indikator dari produk wisata yaitu: daya tarik daerah tujuan wisata termasuk didalamnya citra yang dibayangkan oleh wisatawan, fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, meliputi akomodasi, usaha pengelolaan, makanan, parkir, transportasi, rekreasi dll, kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata tersebut.³⁸

Tabel 3.1
Indikator penelitian variabel X₁

Variabel	Indikator
Produk (X ₁)	Daya tarik wisata
	Fasilitas tujuan wisata

Sumber: Oka A Yoeti, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pt Pradnya Paramita, 2008

b. Variabel Bukti Fisik (X₂)

Bukti fisik adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi, ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengomunikasikan atau mendukung peranan jasa, pemasar perlu menyediakan sinyal/petunjuk fisik untuk dimensi tidak berwujud dari jasa yang ditawarkan perusahaan agar dapat mendukung penentuan posisi dan citra, serta meningkatkan lingkup produk.³⁹ Komponen bukti fisik menurut Zeithaml dan Bitner meliputi: *Exterior Appearance* (tampilan luar), *Interior Appearance* (tampilan dalam), *Other Tangibles* (wujud lain).

³⁷ Tessa Utami Sutrisno. "Analisis Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance Dan Empathy Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Sultan Laundry Hotel Cabang Bekasi". Skripsi. Bekasi: Universitas Darma Persada. 2015.

³⁸ Oka A Yoeti, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. (Jakarta: Pt Pradnya Paramita, 2008), 211.

³⁹ Ratih Hurriyyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: CV.alfabeta 2015),63

Tabel 3.2
Indikator Penelitian Variabel X2

Variabel	Indikator Bukti Fisik
Bukti Fisik (X2)	Tampilan luar
	Tampilan dalam
	Wujud lain

Sumber: Ratih Hurriyyati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: CV.alfabeta, 2015

1. Variabel *Dependent*

Variabel *dependent* atau biasa disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Adapun variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah keputusan berkunjung/keputusan pembelian (Y).

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Pengertian keputusan pembelian menurut Kotler & Amstrong adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah pemilihan tindakan dari konsumen untuk mengambil suatu keputusan produk yang benar-benar akan dibelinya⁴⁰. Berikut indikator keputusan pembelian yang dipilih peneliti:

Tabel 3.3
Indikator Penelitian Variabel Y

Variabel	Indikator
Keputusan pembelian (Y)	Pengenalan Masalah
	Pencarian Informasi
	Evaluasi Alternatif
	Keputusan Pembelian
	Perilaku Pasca Pembelian

⁴⁰ Khairina AR(2016), *Pengaruh Harga, Lokasi dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Jasa Hotel Harum Square Di Kota Lhokseumawe*, Jurnal Visioner & Strategis, Vol 5 No 2.

Sumber: Khairina AR(2016), *Pengaruh Harga, Lokasi dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Jasa Hotel Harum Square Di Kota Lhokseumawe*, Jurnal Visioner & Strategis, Vol 5 No 2.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah wisata buatan Bale Tani Jombang, yang beralamatkan di Jl. Dokter Soetomo, Banjaragung Kabupaten Jombang .
buka setiap hari pukul 08.00-16.00 kecuali hari jum'at libur.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴¹ Populasi berasal dari bahasa Inggris *population* yang berarti jumlah penduduk dalam penelitian yang merupakan keseluruhan dari obyek sehingga obyek–obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁴² Dalam penelitian ini populasi merupakan pengunjung wisata buatan Bale Tani Jombang dengan jumlah yang tak terhingga.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴³ Dan teknik yang digunakan oleh peneliti yaitu teknik pengambilan probability sampling. Teknik *Probability*

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV ALFABETA, 2013), 80.

⁴² Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2009), 99.

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, 81

Sampling ini merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁴⁴ Pengambilan sampel dalam penelitian dilakukan dengan acak karena populasi sangat besar sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh data yang ada karena memerlukan biaya, waktu dan tenaga.⁴⁵ Oleh sebab itu peneliti menggunakan sampel sebagai objek penelitian.

Pertimbangan sampel didasarkan pada pertimbangan bahwa responden adalah pengunjung wisata buatan Bale Tani Jombang. Mengingat jumlah pengunjung pada wisata buatan Bale Tani Jombang tidak diketahui secara pasti (tidak terbatas). Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tabel Isaac dan Michael dengan populasi tak terhingga dan tingkat kesalahan (*standard error*) sebesar 5%. Berdasarkan tabel Isaac dan Michael Maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 349.⁴⁶

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber dan jenis data

Sumber data primer adalah subyek dari mana data didapat.⁴⁷

Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan, diolah dari pihak lain dan

⁴⁴ Ibid, 82.

⁴⁵ Malthora, *Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT Index, 2009), 54-58.

⁴⁶ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 128.

⁴⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), 129.

biasanya sudah dalam bentuk publikasi.⁴⁸ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diolah oleh peneliti yang langsung dari objeknya. Data primer ini didapat dari hasil penyebaran kuesioner (daftar pertanyaan) yang telah dijawab oleh responden. Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini yaitu pengunjung pada wisata buatan Bale Tani Jombang.

2. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data adalah cara yang dipakai dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian. Adapun metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini metode kuisisioner (angket) yaitu dengan menyebarkan kuesioner (angket) kepada responden untuk memperoleh data secara baik dan terperinci. Kuesioner (angket) adalah alat pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan atau pernyataan yang diajukan kepada responden untuk dijawab dengan menggunakan angket.⁴⁹

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.⁵⁰ Instrumen di dalam penelitian ini adalah angket, yaitu lembaran yang berisikan pernyataan atau pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari angket berupa:

⁴⁸ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta:UPFEMY, 2003), 61.

⁴⁹ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi*, (Yogyakarta: CAPS, 2011), 22

⁵⁰ Ibid, 51.

1. Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (X_1) produk
2. Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (X_2) bukti fisik
3. Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (Y) keputusan pembelian

G. Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.⁵¹ Yang mengartikan bahwa analisis data adalah suatu proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.⁵² Metode ini dimaksudkan untuk meringkas data dalam bentuk yang mudah dipahami dan mudah ditafsirkan sehingga hubungan antar masalah penelitian dapat dipelajari dan diuji.⁵³ Teknik analisis data berupa angka-angka menggunakan bantuan dari program SPSS 21.0. Adapun langkah-langkah dalam analisis data yaitu sebagai berikut:

1. Persiapan
 - a. Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden
 - b. Mengecek kelengkapan data yang diterima
 - c. Mengecek jawaban responden terhadap variabel utama, jika tidak lengkap maka item tersebut harus didrop.⁵⁴
2. Pemeriksaan Data (*editing*)

⁵¹ Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*, 147.

⁵² Masri Singarimbun, Sofyan Efendi, *Metodologi Penelitian Survei* (Jakarta: Pustaka, 1990), 203.

⁵³ M. Katsiran, *Metodologi Penelitian*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), 128.

⁵⁴ Hamzah B.uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya di Bidang Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 23.

Hasil kuesioner yang masuk dari responden masih banyak mendapatkan kesalahan. Oleh karena itu, *editing* diperlukan untuk memeriksa kesalahan atau kekurangan.

3. Pembuatan Kode (*coding*)

Proses pembuatan kode merupakan proses pemberian tanda menggunakan angka atau simbol pada semua jawaban yang terdapat dalam kuesioner. Kode diberikan untuk semua kuesioner yang sama sehingga semua jawaban dapat dimasukkan dalam sejumlah kategori atau kelompok. Di sini efisiensi analisis akan tercipta sebab semua jawaban dapat diturunkan menjadi beberapa kategori yang dipilih secara seksama.

4. *Scoring*

Scoring adalah memberi *scor* atau *scoring* terhadap item-item yang perlu diberikan skor.⁵⁵ Memberikan skor atau nilai pada lembar jawaban angket pada setiap subjek atau pertanyaan, dengan memberikan *scor* pada setiap subjek akan lebih mudah mengetahui peringkat pada setiap pilihan jawaban, yaitu sebagai berikut:

- a. Sangat tidak setuju = 1
- b. Tidak setuju = 2
- c. Netral = 3
- d. Setuju = 4
- e. Sangat setuju = 5

5. Penyusunan Tabel (tabulasi)

⁵⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 206.

Tabulasi merupakan proses peringkasan data dan menampilkannya dalam bentuk yang lebih rapi untuk kepentingan analisis lebih lanjut. Tabulasi merupakan yang harus dipertimbangkan sejak awal dalam urutan penelitian. Dalam prosesnya, tabulasi dapat dilakukan secara manual maupun dengan komputer.

6. *Processing*

Processing adalah menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik.⁵⁶ Adapun teknik analisisnya adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

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.⁵⁷ 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.⁵⁸ Untuk mengetahui valid atau tidak di setiap butir item maka teknik yang

⁵⁶ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 171.

⁵⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 52.

⁵⁸ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 1999), 135.

digunakan adalah teknik analisa korelasi *pearson product moment* :

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson product moment*

x = Skor setiap pertanyaan atau item

y = Skor total

n = Jumlah responden

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

- a) Jika r hitung > r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b) Jika r hitung < r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) atau r hitung negatif, maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).⁵⁹

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat

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

diandalkan.⁶⁰ Pengujian reliabilitas dibantu dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*. Kriteria uji reliabilitas adalah jika nilai $\alpha > 0,6$ maka diartikan reliabel.⁶¹ Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi *SPSS 21*. Ukuran kemantapan α dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a) Nilai α 0,00-0,2 berarti kurang reliabel
- b) Nilai α 0,21-0,4 berarti agak reliabel
- c) Nilai α 0,41-0,6 berarti cukup reliabel
- d) Nilai α 0,61-0,8 berarti reliabel
- e) Nilai α 0,81-1,00 berarti sangat reliabel.⁶²

b. Uji asumsi klasik

1) Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.⁶³

2) Uji Multikoleniaritas

Uji multikolenieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas

⁶⁰ Sugiyono, *Statistika Untuk*, 365.

⁶¹ V. Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, (Yogyakarta: Ardans Media, 2007), 187.

⁶² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Belajar SPSS* (Jakarta:Pretasi Pustaka Karya, 2009), 97.

⁶³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis*, 160.

(*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel *independent*.⁶⁴ Jika variabel *independent* saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *orthogonal* (variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independent* sama dengan nol).

Cara mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel *independent* banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel *dependent*.
- b) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel *independent*. Jika antar variabel *independent* memiliki korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka terdapat indikasi adanya multikolonieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel *independent* tidak berarti bebas dari multikolonieritas yang disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel *independent*.
- c) Multikolonieritas dapat juga dilihat dari: (1) Nilai *tolerance* dan lawannya; (2) *Variance inflation factor* (*VIF*). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel *independent* manakah yang dijelaskan oleh variabel

⁶⁴Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 89.

independent lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel *independent* menjadi variabel *dependent* (terikat) dan diregresikan terhadap variabel *independent* lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel *independent* yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel *independent* lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai *VIF* yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $tolerance < 10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$.⁶⁵

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 pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Jika berbeda maka disebut Heteroskedastisitas.⁶⁶ 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.

⁶⁵Ibid, 92.

⁶⁶ Ibid., 139.

b) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titiknya menyebar, maka indikasinya tidak terjadi heteroskedastisitas.⁶⁷

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.⁶⁸

c. Uji Korelasi Berganda

⁶⁷ Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum*, 180.

⁶⁸ *Ibid.*, 110-111.

Uji kolerasi 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:

$$r_{x_1 x_2 y} = \sqrt{\frac{r^2_{x_1 y} + r^2_{x_2 y} + -2 \cdot r_{x_1 y} \cdot r_{x_2 y} \cdot r_{x_1 x_2}}{1 - r_{x_1 x_2}}}$$

keterangan :

$r_{x_1 x_2}$ = Korelasi ganda antara X_1 , X_2 , dan Y (*multiple correlate*)

$r_{x_1 y}$ = Korelasi *Product Moment* antara X_1 dan Y

$r_{x_2 y}$ = Korelasi *Product Moment* antara X_2 dan Y

$r_{x_2 x_1}$ = Korelasi *Product Moment* antara X_1 dan X_2

X_1 = variabel bebas (produk)

X_2 = variabel bebas (bukti fisik)

Y = variabel terikat (keputusan berkunjung/keputusan pembelian)⁶⁹

d. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependent* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *Independent* sebagai faktor prediktor

⁶⁹ Riduwan, *dasar-dasar statistika*, (bandung: alfabeta, 2013), 238.

dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi, persamaan regresi untuk dua prediktor adalah:⁷⁰

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (keputusan berkunjung/keputusan pembelian)

a = konstanta

b = koefisien regresi

X₁ = Variabel bebas (produk)

X₂ = Variabel bebas (bukti fisik)

e. Uji Hipotesis

1) Uji F

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

a. Menentukan Hipotesis

H_a= artinya variabel produk dan bukti fisik berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung/keputusan pembelian

H₀= artinya variabel produk dan bukti fisik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berkunjung/keputusan pembelian.

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

c. Menentukan F hitung

d. Menentukan F table

⁷⁰ Sugiyono, *Statistika*, 275.

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha=5\%$, df

df pembilang $k-1=3-1=2$ dan penyebut $n-k$

e. Kriteria dan aturan pengujian

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

H_0 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_0 diterima atau ditolak.

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_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.⁷¹

3) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.⁷²

Dalam perhitungan ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel X (pengaruh produk dan bukti fisik) dalam menjelaskan variabel Y (keputusan berkunjung/keputusan pembelian). Kriteria pengujian $R^2 = 0$,

⁷¹ Damondar Gurajati, *Dasar-Dasar Ekonometrika* (Jakarta: Erlangga, 2006), 193.

⁷² Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.