

BAB III

METODE 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 deskripsi dengan menggunakan angka statistik.⁶⁸

Dalam penelitian ini digunakan jenis penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yaitu penelitian hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuan umumnya adalah untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui variabel yang mempengaruhi variabel mana yang tidak dipengaruhi.⁶⁹

B. LOKASI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kolam Renang Kasri. Kolam Renang Kasri beralamatkan di Jl. Pemandian No.25, Bandar Lor, Kecamatan Mojojoto, Kota Kediri, Kediri, Jawa Timur.

⁶⁸ Ibnu Hajar, *Dasar-Dasar Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan Metodologi* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 1996), 30.

⁶⁹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 37.

C. 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 gejala yang menjadi fokus peneliti untuk diamati.⁷⁰ Dalam penelitian ini, variabel dibagi menjadi 2, yaitu:

1. Variabel *Independent*

Variabel *independent* sering disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas disebut variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain.⁷¹ Dengan kata lain, variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubah atau timbulnya variabel *dependent* (terikat).⁷² Adapun variabel *independent* dalam penelitian ini adalah harga (X_1) dan produk (X_2). Penjelasannya sebagai berikut:

- a. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh produk.⁷³ Indikator dalam harga menurut Stanton meliputi: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan produk/pelayanan, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.⁷⁴ Berikut ini indikator harga yang dipilih oleh peneliti:

⁷⁰ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2000), 2.

⁷¹ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 54.

⁷² Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 4

⁷³ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Keduabelas Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 266.

⁷⁴ William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 7*, (Jakarta: Erlangga, 1998), 308.

Tabel 3.1
Indikator Penelitian Variabel Harga (X₁)

Variabel	Indikator
Harga (X ₁)	1. Keterjangkauan harga
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
	3. Daya saing harga
	4. Keseuaian harga dengan manfaat

Sumber: Data diolah oleh peneliti

- b. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dibeli, digunakan atau keinginan pasar yang bersangkutan.⁷⁵ Peneliti menggunakan dua indikator menurut Purnama dan Murwatiningsih indikator dari produk (wisata) adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Indikator Penelitian Variabel Produk (X₂)

Variabel	Indikator
Produk	a. Daya Tarik b. Fasilitas Tujuan Wisata

Sumber: Data diolah oleh peneliti

2. 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 pemilihan balai pengobatan/keputusan pembelian (Y).

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan suatu pembelian.

⁷⁵ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2008), 95

Pengambilan keputusan dapat pula diartikan sebagai suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.⁷⁶ Terdapat lima tahapan dalam proses keputusan pembelian, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.⁷⁷ Berikut indikator keputusan pembelian yang dipilih peneliti:

Tabel 3.3
Indikator Penelitian Variabel Keputusan Pemilihan (Y)

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

Sumber: Data diolah oleh peneliti

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.⁷⁸ Populasi juga disebut juga wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

⁷⁶ Kotler Dan Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Ke 9 Jilid 1*, (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2003), 227.

⁷⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2006), 253.

⁷⁸ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011), 74.

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷⁹ Menurut Murti Sumarni dan Salamah, populasi adalah keseluruhan obyek yang di teliti dan terdiri atas sejumlah individu, baik yang terbatas maupun yang tidak terbatas.⁸⁰ Populasi yang dimaksud peneliti adalah keseluruhan yang diteliti oleh peneliti, yaitu pengunjung kolam renang Kasri dengan jumlah tak terhingga.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel juga dapat didefinisikan sebagai sebagian anggota populasi yang dipilih menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.⁸¹ 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.⁸²

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Random Sampling*, yaitu cara pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut.⁸³ Oleh karena itu, penulis dapat memilih siapapun responden

⁷⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 148.

⁸⁰ Murti Sumarni Dan Salamah Wahyuni, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 69.

⁸¹ Nanang Martono, *Metode Penelitian*, 74.

⁸² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 122.

⁸³ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*, 75.

dimana dan kapan saja ditemui agar bisa dijadikan sebagai elemen-elemen sampel penelitian. Pertimbangan sampel didasarkan pada pertimbangan bahwa responden adalah konsumen/pengunjung kolam renang Kasri Kota Kediri. Mengingat jumlah pengunjung di kolam renang Kasri Kota Kediri 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%. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 349.⁸⁴

E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

1. Sumber dan Jenis Data

Sumber data dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu sumber data sekunder dan data primer. Penelitian ini menggunakan sumber data primer. Sumber data primer merupakan alat pengambilan data langsung pada subyek penelitian sebagai informasi yang dicari.⁸⁵ Sumber data pada penelitian ini adalah konsumen/pengunjung kolam renang Kasri Kota Kediri. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden penelitian dengan alat pengukuran data berupa kuisisioner atau angket.⁸⁶ Data primer pada penelitian ini diperoleh dengan pengisian

⁸⁴ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 128.

⁸⁵ Saifudin Anwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), 91

⁸⁶ Eko Putro Widoyoko, *Teknik Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 33.

kuisisioner atau angket oleh responden yang berupa pertanyaan mengenai X1 (Harga), X2 (Produk), dan Y (Keputusan Pembelian).

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 kuisisioner (angket) kepada responden untuk memperoleh data secara baik dan terperinci. Kuisisioner (angket) adalah alat pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan atau pernyataan yang diajukan kepada responden untuk dijawab dengan menggunakan angket.⁸⁷

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-pertanyaan dalam instrumen yang akan digunakan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti.⁸⁸

Instrumen dalam penelitian ini adalah (kuisisioner) angket. Kuisisioner (angket) merupakan lembaran 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

⁸⁷ Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi*, (Yogyakarta: CAPS, 2011), 22

⁸⁸ Sugiyono, *Cara Mudah Menyusun Skripsi*, 72.

pertanyaan (angket) yang berhubungan dengan harga, produk, dan keputusan pembelian.

G. ANALISIS DATA

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.⁸⁹ Dalam penelitian ini, analisis dengan menggunakan program SPSS (*SPSS*) 21.0. Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Editing*

Editing adalah proses pengecekan atau pemeriksaan data yang telah berhasil dikumpulkan dari lapangan, karena ada kemungkinan data yang telah masuk tidak memenuhi syarat atau tidak dibutuhkan. Tujuan dilakukan editing adalah untuk mengoreksi kesalahan-kesalahan dan kekurangan data yang terdapat pada catatan lapangan. Kesalahan data dapat diperbaiki dan kekurangan data dilengkapi dengan mengulangi pengumpulan data atau dengan cara penyisipan data.⁹⁰

2. *Coding and Categorizing*

Coding adalah pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama.⁹¹ Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf yang memberikan

⁸⁹ Ibid, 76

⁹⁰ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Penghitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Bumi aksara, 2017), 126

⁹¹ Iqbal Hasan, *Analisis Data penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 24.

petunjuk identitas pada suatu informasi atau identitas pada data yang akan dianalisis. Sedangkan *Categorizing* merupakan penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan ke dalam kategori variabelnya masing-masing.

3. *Scoring*

Pemberian skor digunakan untuk mengungkapkan jawaban dari angket atau kuisisioner yang disebar. Dalam penelitian ini pemberian skor adalah sebagai berikut:

- | | |
|------------------------|-----|
| 1. Sangat Setuju | : 5 |
| 2. Setuju | : 4 |
| 3. Kurang Setuju | : 3 |
| 4. Tidak Setuju | : 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju | : 1 |

4. *Tabulating Data*

Tabulasi adalah memasukkan pada tabel – tabel tertentu dan mengatur angka - angka serta menghitungnya.⁹² Data – data dikelompokkan dengan teliti dan teratur kemudian dihitung dan dijumlahkan beberapa 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:

⁹² M Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Media, 2005), 168

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut.⁹³ Uji validasi digunakan dengan membandingkan r tabel untuk tingkat signifikansi 5% dari degree of freedom (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dalam uji validasi. Jika r hitung > r tabel, maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Begitu pula sebaliknya.⁹⁴ Untuk mengetahui valid atau tidak di setiap butir item maka teknik yang digunakan adalah teknik analisa kolerasi *pearson product moment*.⁹⁵

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

Keterangan :

r : Koefesien kolerasi *pearson product moment*

x : Skor setiap pertanyaan atau item

y : Jumlah dari skor item

n : koefisien kolerasi (jumlah responden)

⁹³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 52

⁹⁴ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2007), 135.

⁹⁵ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar Dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007), 135

2) Uji Realibilitas

Uji Reabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian realibilitas dibantu dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*. Untuk menghitung realibilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS *for windows* 21. Kriteria yang digunakan untuk menafsirkan hasil uji realibilitas yaitu:⁹⁶

- a) Nilai alpha 0,00-0,2 berarti kurang reliable
- b) Nilai alpha 0,21-0,4 berarti sedikit realibel
- c) Nilai alpha 0,41-0,6 berarti cukup realibel
- d) Nilai alpha 0,61-0,8 berarti realibel
- e) Nilai alpha 0,81-1,00 berarti sangat realibel.

b. Uji Asumsi Klasik

Pengujian persyaratan analisis digunakan sebagai persyaratan dalam penggunaan model analisis regresi linier berganda. Suatu model regresi harus memenuhi syarat-syarat: data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Jika tidak ditemukan permasalahan maka dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis regresi.⁹⁷

⁹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, cetakan IV* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 83.

⁹⁷Ibid, 85.

Dalam regresi linier, untuk memastikan agar model tersebut BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) dilakukan pengujian sebagai berikut:⁹⁸

1) Uji Normalitas Data

Pada penelitian ini menggunakan regresi sederhana, maka asumsi yang digunakan adalah uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah sampel penelitian merupakan jenis distribusi normal, maka digunakan pengujian menggunakan analisis deskriptif, menghitung nilai *kurtosis*, *skweness* grafik distribusi normal terhadap model yang diuji.

Dasar pengambilan keputusan untuk mendekati kenormalan adalah jika nilai dan median sama, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Cara melihat data terdistribusi normal dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya dengan melihat nilai skewnes ataupun nilai kurtosis. Pada data yang terdistribusi normal memiliki skewnesnya 0 (nol).

2) Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

⁹⁸ Ibid, 35-90.

korelasi diantara variabel independent. 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 multikolinieritas 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 multikolinieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel *independent* tidak berarti bebas dari multikolinieritas yang disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel *independent*.
- c) Multikolinieritas 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 *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 .

3) Uji Heteroskedastisitas

Dalam model regresi jika terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Homoskedastisitas diperlukan untuk membentuk model regresi yang baik. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedistisitas dalam penelitian penelitian ini dengan cara melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependent) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED. Dengan keterangan yang mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Dasar Analisis:

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

menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas.

b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan suatu hubungan yang terjadi diantara residual dari pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Uji ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Untuk mendeteksi ada atau tidak autokorelasi, dalam penelitian ini digunakan metode lagrange multiplier (LM test) dengan menggunakan SPSS.

c. Analisis Korelasi Pearson

Analisis korelasi yang digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antar variabel yang diteliti. Teknik korelasi yang digunakan dalam penelitian adalah korelasi product moment pearson yaitu untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan timbal balik antara dua variabel. Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif.⁹⁹

Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi (r). Adapun rumus

⁹⁹ Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2014), 191.

dari koefisien tersebut adalah sebagai berikut:¹⁰⁰

$$r_{x_1x_2y} = \frac{\sqrt{r^2_{x_1y} + r^2_{x_2y} - 2 \cdot r_{x_1y} \cdot r_{x_2y} \cdot r_{x_1x_2}}}{1 - r^2_{x_1x_2}}$$

Keterangan

$r_{x_1x_2y}$ = Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

$r^2_{x_1y}$ = Korelasi antara *product moment* X_1 dengan Y

$r^2_{x_2y}$ = Korelasi antara *product moment* X_2 dengan Y

$r_{x_1x_2}$ = Korelasi antara *product moment* X_1 dengan X_2

Korelasi PPM dilambangkan dengan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila nilai $r = -1$ artinya korelasi negatif sempurna; $r = 0$ artinya tidak ada korelasi; dan $r = 1$ berarti korelasinya sangat kuat. Sedangkan arti harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut:

Tabel 3.4
Interpretasi Koefisien Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80-0,999	Sangat kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat rendah

Sumber: Sugiyono¹⁰¹

¹⁰⁰ Ibid, 191.

¹⁰¹ Ibid, 68.

d. Analisis Regresi Berganda

Untuk menguji hipotesis tentang kekuatan variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, dalam penelitian menggunakan analisis regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil (OLS) dengan model dasar:¹⁰²

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel *dependent* (nilai yang diprediksikan)

X₁ dan X₂ = Variabel *independent*

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e. Uji Hipotesis

1) Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel *independent* secara bersama-sama signifikan berpengaruh terhadap variabel *dependent*. Langkah-langkah uji F adalah sebagai berikut:¹⁰³

a) Menentukan hipotesis

Ho: $\beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya variabel *independent* (harga dan produk) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* (keputusan pembelian).

Ho: $\beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, artinya variabel *independent* (harga dan

¹⁰² Ibid, 68.

¹⁰³ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, (2007), 193.

produk) berpengaruh signifikan terhadap variabel variabel *dependent* (keputusan pembelian).

b) Menentukan tingkat signifikan

Tingkat signifikan pada penelitian ini adalah 5% (0,05), ini berarti resiko kesalahan dalam variabel *dependent* (keputusan pembelian) sebesar 5% (0,05).

c) Pengambilan keputusan

1. Jika probabilitas (sig F) $> a$ (0,05) maka H_0 diterima, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel *independent* (harga dan produk) dengan variabel *dependent* (keputusan pembelian).

2. Jika probabilitas (sig F) $< a$ (0,05) maka H_0 ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel *independent* (harga dan produk) dengan variabel *dependent* (keputusan pembelian).

2) Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel *independent* secara individu dalam menerangkan variabel *dependent*. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* berpengaruh secara parsial terhadap variabel *dependent* secara *significant* atau tidak.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Bonaventura Efrin Antyadika, "Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Wong Art Bakery & Café Semarang)", (2012), 80.

Dalam penelitian ini menggunakan uji signifikan dua arah atau *two tailed test*, yaitu suatu uji yang mempunyai dua daerah penolakan H_0 yaitu terletak di ujung sebelah kanan dan kiri. Dalam pengujian dua arah, biasa digunakan untuk tanda sama dengan ($=$) pada hipotesis nol dan tanda tidak sama dengan (\neq) pada hipotesis alternatif. Tanda ($=$) dan (\neq) ini tidak menunjukkan satu arah, sehingga pengujian dilakukan untuk dua arah. Kriteria dalam uji parsial (Uji t) dapat dilihat sebagai berikut:¹⁰⁵

Uji Hipotesis dengan membandingkan t hitung dengan t tabel

- 1) Apabila $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *independent* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*.
- 2) Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel *independent* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*. Uji Hipotesis berdasarkan Signifikansi: jika angka sig. $> 0,05$, maka H_0 diterima; sedangkan jika angka sig. $< 0,05$, maka H_0 ditolak.
- 3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis

¹⁰⁵ Ibid, 80.

ini untuk mengetahui seberapa sumbangan atau kontribusi variabel *independent* (harga dan lokasi) terhadap variabel *dependent* (keputusan pembelian). Nilai determinasi yang kecil dapat diartikan bahwa kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas.¹⁰⁶

Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat, perhitungan koefisien determinasi dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:¹⁰⁷

$$\mathbf{R^2 = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi.

¹⁰⁶ Ibid, 83.

¹⁰⁷ Ibid, 83.