

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam lapangan dengan metode kuantitatif. Penelitian lapangan secara langsung menguji subjek untuk mendapatkan data yang relevan sesuai dengan judul penelitian. Metode kuantitatif didasarkan pada data penelitian dalam berupa numerik, sedangkan analisis menggunakan data statistik.<sup>43</sup> Penelitian kuantitatif menekankan pada studi angka atau bisa disebut dengan studi *numerical* yang aplikasikan menggunakan metode statistik.<sup>44</sup>

Padahal penelitian ini ialah penelitian kausalitas. Yaitu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat. Tujuannya supaya memperoleh bukti hubungan akibat dan sebab, sehingga mendapat variabel yang aman terpengaruh dan variabel yang berpengaruh.<sup>45</sup>

#### B. Definisi Operasional

Dalam menjelaskan variabel-variabel yang telah didefinisikan maka perlu didefinisikan setiap variabel sebagai tambahan pemahaman dalam penelitian. pengertian variabel yang diteliti yaitu:

---

<sup>43</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabet, 2013), 8.

<sup>44</sup>I Made Wiratha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006), 140.

<sup>45</sup>Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 37.

## 1. Variabel Bebas X (*Independent*)

### a. Variabel Harga ( $X_1$ )

Harga adalah nilai moneter yang ditentukan oleh perusahaan untuk menukar barang atau jasa dan hal-hal lain yang dimiliki perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.<sup>46</sup> Harga adalah satu elemen dalam bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan bagi perusahaan, selain itu harga juga salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang fleksibel, artinya dapat berubah dengan cepat.<sup>47</sup> Dari definisi diatas, di kesimpulan harga adalah nilai moneter yang ditetapkan oleh penjual dan dibayarkan oleh pembeli untuk memenuhi kebutuhan. Menurut definisi variabel tersebut, indikator dapat ditentukan pada variabel harga yaitu:

**Tabel 3.1**  
**Indikator Harga**

No	Indikator Harga
1.	Keterjangkauan harga
2.	Kesesuaian harga dengan kualitas produk
3.	Daya saing harga
4.	Kesesuaian harga dengan manfaat

Sumber: Kotler and Amstrong

Berdasarkan tabel 3.1 diketahui indikator harga menurut Kotler dan Amstrong, dalam penelitian ini indikator yang

<sup>46</sup> Christy Jacklin Gerung, *Janjte Sepang dan Sjendry Loindong (2017), Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Kebutuhan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Manado*, Jurnal EMBA Vol 5 No 2.

<sup>47</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 4*, (Yogyakarta, CV. ANDI OFFSET,2019), 289.

digunakan yakni keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat.

b. Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ )

Kualitas mencerminkan semua aspek produk dan layanan yang dapat memberikan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan.<sup>48</sup> Kualitas produk yaitu kemampuan produk untuk melakukan tugasnya dalam memberikan kepuasan kepada konsumen.

**Tabel 3.2**  
**Indikator kualitas produk**

No	Indikator Kualitas Produk
1.	Penampilan
2.	Rasa
3.	Tekstur
4.	Aroma

Sumber : West, Wood dan Harger

Dalam tabel 3.2 diketahui indikator kualitas produk menurut West, Wood dan Harger, Gaman dan Sherrington serta Jones ada 9 indikator tetapi dalam penelitian ini indikator yang digunakan yakni penampilan, rasa, tekstur dan aroma.

2. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan adalah memilih tindakan dari dua atau lebih opsi alternatif. Menurut definisi Kotler & Amstrong keputusan pembelian

---

<sup>48</sup>FandyTjiptono, Gregorius dan Dodi Andriana, *StrategiPemasaran*, 25

adalah tahap pembelian yang sebenarnya oleh konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembeli.

**Tabel 3.3**  
**Indikator Keputusan Pembelian**

No	Indikator
1.	Pengenalan Masalah
2.	Pencarian Informasi
3.	Evaluasi Alternatif
4.	Keputusan Pembelian
5.	Perilaku Pasca Pembelian

Sumber: Philip Kotler & Kevin Lane Keller<sup>49</sup>

Philip dan Kotler menyatakan bahwa ada lima indikator dalam pengambilan keputusan pembelian. Identifikasi masalah menjadi indikator yang pertama. Selanjutnya pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian serta perilaku pasca pembelian. Indikator tersebut sebagai kriteria penelitian.

### C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di UMKM Bintang Mawar, yang beralamat di Jl. Panglima Sudirman, RT.09 RW.03 Desa Bandung Baleturi Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur. Setiap harinya UMKM Bintang Mawar menjual dan memproduksi sambel pecel, buka mulai pukul 09.00-16.00 WIB.

<sup>49</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 253.

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi yaitu objek penelitian secara keseluruhan.<sup>50</sup> Populasi berasal dari bahasa Inggris artinya sejumlah orang pada penelitian ini yaitu seluruh obyek, sehingga obyek dapat digunakan sebagai sumber data penelitian.<sup>51</sup> Dalam penelitian ini jumlah konsumen sambel pecel Bintang Mawar tidak terbatas.

### 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari ukuran dan karakteristik populasi.<sup>52</sup> Dan peneliti memakai teknik probability sampling. Teknik probability sampling ini adalah pengambilan sampel dengan semua populasi dipakai dan memiliki peluang sama semuanya.<sup>53</sup> Karena populasinya sangat besar maka dilakukan random sampling untuk penelitian.<sup>54</sup>

Seperti yang kita ketahui bahwa pembelian sambel pecel bintang mawar masih belum pasti. maka penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti menggunakan tabel Isaac dan Michael.

Jadi, berdasarkan tabel dapat diambil sampel oleh peneliti sebanyak 349 responden pada konsumen sambel pecel Bintang Mawar karena populasinya tidak terbatas.

---

<sup>50</sup> Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 253

<sup>51</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2009), 99.

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, 81

<sup>53</sup> Ibid, 82.

<sup>54</sup> Malthora, *Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT Index, 2009), 54-58.

### 3. Sumber Data

Sumber data yakni subjek dari asal data didapat. Sumber data di bagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer ialah data dikumpulkan dan diolah langsung dari subjek oleh peneliti. Data sekunder yaitu data yang diperoleh berupa siap jadi, diolah orang lain dan pada umumnya sudah menjadi publikasi.<sup>55</sup> Dalam penelitian ini menggunakan data primer, yaitu data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner (daftar pertanyaan) oleh peneliti yang dijawab oleh responden. Pada penelitian ini sumber data yang diperoleh dari konsumen di sambel pecel Bintang Mawar.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yaitu teknik yang dipakai peneliti untuk memperoleh data yang diinginkan dalam penelitian dan untuk memperoleh data yang objektif. Maka peneliti memakai metode Penyebaran Kuesioner (angket) ialah daftar pertanyaan yang dijawab oleh orang lain (responden) berdasarkan permintaan peneliti. Tujuannya untuk mendapat informasi yang lengkap tentang masalah dari narasumber.<sup>56</sup>

### F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang di pakai oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut

---

<sup>55</sup>Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta:UPFEMY, 2003), 61.

<sup>56</sup>Ridwan, *DASAR-DASAR STATISTIK*, (Bndung: Alfabeta, 2014) 51-52.

menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.<sup>57</sup> Alat bantu dalam penelitian ini adalah angket atau lembar kerja yang berisikan pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari angket berupa:

1. Beberapa pernyataan tentang variabel ( $X_1$ ) harga
2. Beberapa butir pernyataan mengenai variabel ( $X_2$ ) variasi produk
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.<sup>58</sup> Dan ada yang mengartikan bahwa analisis data merupakan proses penyederhanaan data agar mudah dibaca dan diinterpretasikan.<sup>59</sup> Metode ini bertujuan menjumlahkan data berbentuk yang mudah dipahami dan diinterpretasikan sehingga hubungan antar pertanyaan peneliti dapat dipelajari dan diuji.<sup>60</sup> 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

---

<sup>57</sup> Ibid, 51.

<sup>58</sup> Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*, 147.

<sup>59</sup> Masri Singarimbun, Sofyan Efendi, *Metodologi Penelitian Survei* (Jakarta: Pustaka,1990), 203.

<sup>60</sup> M. Katsiran, *Metodologi Penelitian*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), 128.

- c. Mengecek jawaban responden terhadap variabel utama, jika tidak lengkap maka item tersebut harus didrop.<sup>61</sup>

## 2. *Scoring*

*Scoring* adalah memberi *scor* atau *scoring* terhadap item-item yang perlu diberikan skor.<sup>62</sup> 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 Setuju (SS) diberi skor 5
- b. Setuju (S) diberi skor 4
- c. Netral (N) diberi skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi 1

## 3. Penyusunan Tabel (tabulasi)

Tabulasi adalah proses meringkas data dan menampilkan dalam bentuk yang rapi untuk dianalisis lebih lanjut. Tabulasi dalam penelitian dapat dilakukan secara manual ataupun dengan bantuan Excel pada komputer.

---

<sup>61</sup>Hamzah B.uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya di Bidang Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 23.

<sup>62</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 206.



#### 4. *Processing*

*Processing* adalah menghitung dan pemrosesan atau analisis data dengan statistik.<sup>63</sup> Adapun teknik analisisnya adalah sebagai berikut:

##### a. Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran keakuratan dan efektifitas alat. Instrumen tersebut harus mampu mengukur benda yang akan diukur, jadi validitas menekankan pada alat ukur atau observasi.<sup>64</sup> Sedangkan metode uji validitas untuk mengukur korelasi antara item pernyataan dengan skor total soal.<sup>65</sup> Cara mengukur validitas adalah dengan menggunakan SPSS 21.0.

Pengukuran validitas faktor ini diukur dengan menghubungkan skor faktor (penjumlahan item dalam satu faktor) dengan skor faktor total (jumlah semua faktor). saat pengukuran validitas item dengan cara menghubungkan skor item dengan skor total item. untuk menentukan apakah produk tersebut valid digunakan teknologi untuk menganalisis hubungan anatar harga ( $X_1$ ) dan variasi produk ( $X_2$ ) dengan keputusan pembelian ( $Y$ ) dengan teknik analisa korelasi pearson product moment :<sup>66</sup>

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

<sup>63</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 171.

<sup>64</sup> Limas Dodi, *METODOLOGI PENELITIAN*, ( Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), 251.

<sup>65</sup> Prabu Budi Santoso dan Ashari, *Analisis dengan Microsoft Excel dan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 247- 248.

<sup>66</sup> Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007), 136.

Keterangan:

$r$  = Koefisien korelasi *pearson product moment*

$x$  = Skor setiap pertanyaan atau item

$y$  = Skor total

$n$  = Jumlah responden

Pengujian ini menggunakan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi 0,05. standar pengujian adalah sebagai berikut :

- a) jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel signifikansi 0,05 maka instrumen penelitian dapat dinyatakan valid.
- b) Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel signifikansi 0,05 maka instrumen penelitian dapat dinyatakan tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel.<sup>67</sup> Pengujian reliabilitas dibantu dengan menggunakan koefisien *croanbach alpha*.<sup>68</sup> Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS *for windows* 21. Kriteria yang digunakan untuk menafsirkan hasil uji reliabilitas, adalah:<sup>69</sup>

<sup>67</sup> Limas Dodi, *METODOLOGI PENELITIAN*, 251.

<sup>68</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), 135

<sup>69</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: UNDIP, 2005), 129.

- a) Jika nilai  $\alpha > 0,90$  maka reliabilitas sempurna.
- b) Jika nilai  $\alpha$  antara  $0,70 - 0,90$  maka reliabilitas tinggi.
- c) Jika  $\alpha$   $0,50 - 0,70$  maka reliabilitas moderat.
- d) Jika  $\alpha < 0,50$  reliabilitasnya rendah. Jika  $\alpha$  rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel

c. Uji asumsi klasik

1. Uji Normalitas Data

Dalam penelitian ini digunakan regresi sederhana, hipotesis menggunakan uji normalitas. Mengetahui apakah variabel perancu memiliki distribusi normal atau tidak merupakan tujuan dari uji normalitas. Saat menguji sampel penelitian berjenis distribusi normal, gunakan analisis deskriptif untuk menghitung nilai *kurtosis*, *skewness* grafik distribusi normal model yang diuji.<sup>70</sup>

Dasar untuk memutuskan pendekatan normalitas adalah jika nilainya sama dengan median maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Data terdistribusi normal dengan melihat nilai skewness ataupun nilai kurtosis. Pada data yang terdistribusi normal memiliki skewnessnya 0 (nol)<sup>71</sup> ataupun memiliki nilai = 3 untuk nilai kurtosisnya.<sup>72</sup>

---

<sup>70</sup>Dwi Priyatno, *Belajar Praktis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS & Prediksi Pertanyaan Pendarasan Skripsi dan Tesis*, (Yogyakarta: Gava Media, 2012), 60.

<sup>71</sup>Zuraidah, *Statistik Deskriptif*, (Kediri: STAIN Press, 2012), 244.

<sup>72</sup>Ibid, 250.

## 2. Uji Multikoleniaritas

Uji multikolenieritas dirancang untuk menguji apakah model regresi menghasilkan korelasi antara variabel bebas (*independent*). Model regresi baik seharusnya tidak memiliki korelasi diantara variabel *independent*.<sup>73</sup> Jika variabel *independent* saling berkaitan, maka variabel tersebut tidak *orthogonal* (variabel *independent* dimana korelasi antar variabel *independent* adalah nol).

Cara mendeteksi adanya multikolenieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a) Nilai  $R^2$  yang dihasilkan dari estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individu banyak variabel *independent* tidak berpengaruh signifikan pada variabel *dependent*.
- b) Menganalisis matrik korelasi variabel *independent*. variabel *independent* yang memiliki korelasi cukup tinggi (biasanya diatas 0,90), menunjukkan adanya multikolenieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel *independent* tidak berarti tidak terjadi multikolenieritas yang disebabkan oleh kombinasi dua atau lebih variabel *independent*.

---

<sup>73</sup>Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 89.

c) Multikolonieritas juga dapat dilihat dari: (1) Nilai *tolerance* dan lawannya; (2) *Variance inflation factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan variabel *independent* mana yang dideskripsikan oleh variabel *independent* lainnya. Singkatnya, setiap variabel *independent* menjadi variabel *dependent* (terikat) dan mengalami regresi relatif pada variabel *independent* lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel *independent* yang dipilih, dan variabel *independent* lainnya tidak menjelaskan hal ini. Oleh karena itu, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai *VIF* yang tinggi (karena  $VIF = 1/Tolerance$ ). Nilai *cut off* yang biasanya digunakan untuk menyatakan multikolonieritas adalah nilai *tolerance* < 10 atau sama dengan nilai *VIF* > 10.<sup>74</sup>

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam model regresi, jika terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan konstan lainnya disebut homoskedastisitas, jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.<sup>75</sup> Homoskedastisitas digunakan untuk membentuk model regresi yang baik. Dalam penelitian ini, metode mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat

---

<sup>74</sup>Ibid, 92.

<sup>75</sup>Ibid, 125.

(*dependent*) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Anda dapat mendeteksi ada heteroskedastisitas dengan memeriksa apakah terdapat pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED. Dalam uraian tersebut, sumbu Y adalah Y prediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di-*studentized*. Dasar Analisis:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola teratur tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), hal ini menandakan telah terjadi Heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, dan titik-titik tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, tidak terjadi Heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Autokorelasi

Menurut Priyatno, uji autokorelasi adalah hubungan yang terjadi antara satu observasi dengan observasi lainnya. Pengujian ini dirancang untuk menguji apakah terdapat kolerasi antara kesalahan pengganggu periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  dalam regresi linier. saat mendeteksi ada atau tidak autokorelasi, penelitian menggunakan metode lagrange multiplier (LM test) dengan menggunakan SPSS 21.0.

d. Analisis Korelasi Person

Korelasi merupakan istilah statistik yang menyatakan derajat hubungan linier antara dua variabel atau lebih. Yang dikemukakan oleh Karl person pada awal 1900. Oleh karena itu terkenal dengan sebutan korelasi Pearson Product Moment (PPM).<sup>76</sup> Analisis ini menggunakan *pearson correlation* untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sambel pecel Bintang Mawar.

Ukuran yang digunakan untuk menentukan kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi ( $r$ ). rumus koefisien korelasi tersebut adalah sebagai berikut:<sup>77</sup>

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

keterangan :

x = variabel

$x_1$  = variabel harga

$x_2$  = variabel kualitas poduk

$R_{x_1 x_2 y}$  = korelasi antara variabel  $X_1$  dengan  $X_2$  secara bersama-sama dengan variabel Y

$r^2_{x_1 y}$  = korelasi antara *product moment*  $X_1$  dengan Y

$r^2_{x_2 y}$  = korelasi antara *product moment*  $X_2$  dengan Y

$r_{x_1 x_2}$  = korelasi antara *product moment*  $X_1$  dengan  $X_2$

<sup>76</sup> Sunjoyo, *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset*, (Bandung: Alfabeta,2013), 59.

<sup>77</sup> Irham Fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), 67.

Korelasi PPM dilambangkan dengan ( $r$ ) dengan ketentuan nilai  $r$  tidak lebih dari harga ( $-1 \leq r \leq + 1$ ). Apabila nilai  $r = -1$  artinya korelasinya negatif sempurna;  $r = 0$  artinya tidak ada korelasi;  $r = 1$  artinya korelasinya sempurna. Sedangkan arti harga  $r$  akan dinegosiasikan dengan tabel interpretasi nilai  $r$  sebagai berikut:<sup>78</sup>

**Tabel 3.4**  
**Interpretasi Koefisien Nilai  $r$**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,80-1,000	sangat kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	cukup Kuat
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	sangat rendah

e. Analisis Regresi Berganda

Uji Regresi Ganda adalah alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat (untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih ( $X_1$ ) ( $X_2$ ) ( $X_3$ ) ... ( $X_n$ ) dengan variabel terikat.<sup>79</sup>

1. Persamaan Regresi Linier Berganda

Untuk menguji hipotesis tentang kekuatan variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, maka digunakan

<sup>78</sup>Ibid,68.

<sup>79</sup>Ridwan, *DASAR-DASAR STATISTIKA*. 252.



persamaan kuadrat terkecil (OLS) untuk analisis regresi berganda dengan dengan model dasar :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Variabel *dependent* (keputusan pembelian)

X<sub>1</sub> = Variabel *independent* (harga)

X<sub>2</sub> = Variabel *Independent* (kualitas produk)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

## 2. Pengujian Hipotesis

### a.) Uji F

Dalam pengujian ini bertujuan untuk membuktikan apakah variabel *independent* (X) secara simultan (umum) berpengaruh terhadap variabel *dependent* (Y).<sup>80</sup> Bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya penggunaan tingkat signifikan sebesar 0,05 karena variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

Selain menggunakannya, anda juga dapat melihat nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas kurang dari 0,05, maka variabel *independent* secara bersama-sama mempengaruhi variabel *dependent*. Sementara itu, apabila nilai probabilitas > dari 0,05 variabel *independent* tidak

---

<sup>80</sup>Irham Fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 88.

berpengaruh pada variabel *dependent* pada saat bersamaan.

Akan ketahuan hipotesis dalam penelitian ini ditolak atau diterima pada saat bersamaan, dan apakah bentuk hipotesis tersebut di tolak atau di terima pada saat bersama.

Ho :  $b_1 = b_2 = 0$  ; harga dan kualitas produk secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Ho :  $b_1 \neq b_2 \neq 0$  ; harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

#### b.) Uji t

Digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel *independent* saat menjelaskan variabel *dependent*.<sup>81</sup> Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *independent* berpengaruh *significant* terhadap variabel *dependent*.<sup>82</sup>

Pada penelitian ini digunakan uji signifikan dua arah atau *two tailed test*, yang mempunyai dua daerah penolakan Ho yang terletak di ujung kiri dan kanan. Pada

---

<sup>81</sup>Ibid, 88.

<sup>82</sup>Singgih Santoso, *Total Quality Management (TQM) dan Six Sigma*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2007), 168.

pengujian dua arah, biasanya digunakan untuk tanda sama dengan (=) pada hipotesis nol dan tanda pertidaksamaan ( $\neq$ ) pada hipotesis alternatif. simbol (=) dan ( $\neq$ ) ini tidak menunjukkan satu arah, sehingga pengujian dilakukan dalam dua arah. Kriteria dalam uji parsial (Uji t) dapat dilihat sebagai berikut:

Uji Hipotesis dengan membandingkan t hitung dengan t tabel

- 1.) Jika  $t_{hitung} < -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel *independent* secara parsial berpengaruh 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 bagian variabel *independent* tidak akan berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.

Uji Hipotesis berdasarkan Signifikansi

- 1.) Jika angka sig.  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima
- 2.) Jika angka sig.  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak

f. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk menjelaskan kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi merupakan bagian dari perubahan total variabel

*dependen* dan dijelaskan oleh variasi dalam variabel *independent*. Analisis untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel *independent* (harga dan kualitas produk) terhadap variabel *dependent* (keputusan pembelian). Nilai  $R^2$  yang kecil dapat diartikan bahwa kemampuan menjelaskan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas.<sup>83</sup>

Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas meberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Perhitungan koefisien determinasi dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:<sup>84</sup>

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

$R^2$  = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi.

---

<sup>83</sup>Bonaventura Efrian Antyadika, “*Analisis Pengaruh Lokasi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi Pada Wong Art Bakery & Cafe Semarang)”, (2012), 82.

<sup>84</sup> Ibid, 83.