

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Perencanaan Penelitian**

Perencanaan penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu penghampiran dimana hasil penelitiannya berupa sajian dalam model penggambaran dengan memakai angka dan statistik.<sup>1</sup>

Selain itu pada observasi ini merupakan penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas adalah observasi yang berhubungan dengan sifat sebab akibat. Kausalitas mengarah untuk mendapatkan suatu bukti terkait sebab akibat, sehingga dapat melihat variabel yang mempengaruhi atau dipengaruhi.<sup>2</sup>

#### **B. Lokasi Penelitian**

Objek observasi pada penelitian ini yaitu bertempat di Toko Yoga Sport. Toko Yoga Sport beralamat di Ruko Purwokerto Desa Purwoketo Kec. Ngadiluwih Jl. Raya Ngadiluwih-Wates Kab. Kediri

#### **C. Variabel Penelitian**

Variabel yaitu beberapa-beberapa nilai yang mempunyai sifat tertentu, ataupun suatu simbol dimana kita dapat memberi nilai atau bilangan.<sup>3</sup> Variabel-variabel yang akan dikaji meliputi :

---

<sup>1</sup> I Made Wiratha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006), 140.

<sup>2</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 37.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 60.

1. Variabel Bebas (Independent variable)

Variabel X merupakan variabel yang dilihat sebagai penyebab adanya variabel terikat yang di perkirakan menjadi akibatnya.

(X<sub>1</sub>) : Kualitas Produk

(X<sub>2</sub>) : Harga

2. Variabel Terikat (Dependent variable)

Y merupakan perkiraan dari variabel (akibat), yang macamnya mengikuti alur berubahnya variabel-variabel bebas. Secara umum yaitu suatu keadaan yang ingin diketahui dan di ungkapkan kebenarannyadan.<sup>4</sup> Variabel terikat yang diobservasi meliputi :

(Y) : Keputusan Pembelian

#### D. Definisi Operasional

- a. Kualitas Produk adalah perpaduan barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran yang sesuai dengan keinginan konsumen. Komponen dalam produk meliputi<sup>5</sup> :

**Tabel 3.1**  
**Indikator penelitian variabel X<sub>1</sub>**

Variabel	Indikator
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	1. Kinerja
	2. Keistimewaan tambahan
	3. Keandalan
	4. Kesesuaian
	5. Daya tahan
	6. Kemudahan perbaikan
	7. Estetika
	8. Ketepatan kualitas

**Sumber: Philip Kotler dan Gary Armstrong 2006.**

<sup>4</sup> Ibid., 61-64.

<sup>5</sup>Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006),I: 266.

Berdasarkan indikator diatas, variabel kualitas produk menggunakan indikator atribut Kualitas produk yaitu ragam, kualitas, desain, fitur, nama merek, kemasan, layanan.

- b. Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pembeli untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau pemakaian suatu produk atau jasa<sup>6</sup>. Indikator harga meliputi:

**Tabel 3.2**  
**Indikator penelitian variabel X<sub>2</sub>**

Variabel	Indikator
Harga (X <sub>2</sub> )	1. Penetapan harga
	2. Cara pembayaran
	3. Harga dalam Islam

Dalam Observasi ini indikator yang dipakai adalah penetapan harga, cara pembayaran, harga dalam islam.

- c. Keputusan pembelian adalah tahapan dari konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian yang mana konsumen tersebut benar-benar melakukan pembelian. Dalam pengambilan keputusan bisa dimaksudkan dimana suatu individu secara langsung terlibat untuk mendapatkan dan mempergunakan barang yang tersedia.<sup>7</sup> Terdapat lima prosedur dalam proses keputusan pembelian, meliputi<sup>8</sup> :

**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 pasca pembelian

<sup>6</sup>Ibid, 345.

<sup>7</sup>Kotler dan Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 227.

<sup>8</sup>Ibid, 179.

**Sumber: Philip Kotler dan Gary Armstrong 2006**

Menurut tabel diatas indikator yang dipakai adalah pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian.

**E. Populasi dan Sampel****1. Populasi**

Populasi yaitu wilayah penyebaran yang menyangkut objek atau subjek yang mempunyai karakteristik untuk di pahami dan di tetapkan untuk mengetahui suatu kesimpulan.<sup>9</sup> Maka dari itu, jumlah subjek yang dipelajari tidak sepenuhnya mencangkup tentang populasi.

Populasi yang di maksud peneliti yaitu konsumen dari Toko Yoga Sport yang terutama atlit/pemain Badminton yang membeli produk senar raket dan pemasangannya. Populasi ini dengan jumlah yang tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga.

**2. Sampel**

Sampel merupakan bagian dari populasi yang meliputi karakteristik atau kondisi tertentu yang akan diteliti sehingga diharapkan dapat mewakili populasi .<sup>10</sup> Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling*. *Nonprobability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan

---

<sup>9</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*,(Bandung: Alfabeta, 2012), 61.

<sup>10</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*(Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011), 74.

peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>11</sup>

Teknik yang digunakan dalam *Nonprobability Sampling* yaitu sampling kuota, yaitu teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. Kelebihan menggunakan metode ini yaitu praktis karena sampel penelitian sudah diketahui sebelumnya, sedangkan kekurangannya yaitu bias penelitian cukup tinggi.<sup>12</sup>

Dalam penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan tabel penentuan *Isaac* dan *Michael* dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, 10%.

Pada penelitian ini tingkat kesalahan atau sampling error dalam menentukan jumlah sampel yaitu pada tingkat kesalahan 5%, dengan jumlah populasi tak terhingga. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 349 responden.

---

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), 122.

<sup>12</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 67.

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	663	348	270
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	665	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	664	349	272

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden penelitian dengan menggunakan alat pengukuran berupa kuisioner atau angket. Data primer didapat dengan pengisian kuisioner oleh responden yang akan memperoleh hasil berupa beberapa pernyataan mengenai variabel X (kualitas produk dan harga), dan Y (keputusan pembelian).

## 2. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dikerjakan dengan cara menyebarkan kuesioner (daftar pertanyaan) kepada responden untuk memperoleh data secara baik dan spesifik.<sup>13</sup>

### G. Instrument Penelitian

Instrument penelitian adalah alat bantu yang dipakai oleh peneliti untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan penilaian. Saat pengukuran nilai variabel, dalam hal ini instrument penelitian berperan dalam pengukuran nilai variabel. Seberapa banyak pertanyaan/ Pernyataan pada instrumen yang digunakan tergantung terhadap jumlah variabel.<sup>14</sup>

Instrumen pada penelitian ini adalah angket, angket merupakan pertanyaan maupun pernyataan yang akan dijawab oleh responden, dengan memberi respon entah tanda silang atau centang pada jawaban yang dipilih. Pada penelitian ini, digunakan daftar pernyataan (angket) yang bersangkutan dengan kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian.

### H. Analisis Data

Metode ini ditujukan untuk mengelola data yang telah di dapat yang tergabung dan berpola secara berurutan supaya didapat data yang objektif, melalui pengamatan statistik untuk mengecek hipotesis. Adapun prosedur analisa data sebagai berikut:

---

<sup>13</sup> Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 33.

<sup>14</sup> Sugiyono, *Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2012) 72.

### 1. *Editing* (membersihkan data)

Data yang masuk perlu diperhatikan apakah ada kesalahan saat pengisian, mungkin ada yang kurang lengkap, kurang sesuai sesuai dan lain-lain. Kegiatan memperbaiki/ pengecekan ini disebut dengan *editing*.<sup>15</sup> Tujuan *editing* merupakan kesimpulan yang didapatkan dari responden, apakah perlu dilakukan pembenahan/ pemeriksaan kembali karena jawaban dari responden belum tentu selalu benar.

### 2. *Coding dan Categorizing*

*Coding* merupakan membuat kode-kode pada setiap data yang termasuk dalam golongan yang sama.<sup>16</sup> Kode yaitu syarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka dan huruf-huruf yang digunakan untuk petunjuk/identitas pada informasi atau data yang akan teliti. Sedangkan untuk kategori adalah mengkategorikan data yang terdapat pada daftar pertanyaan ke dalam golongan variabelnya masing-masing.

### 3. *Scoring* atau Memberi Skor

*Scoring* adalah memberikan nilai-nilai terhadap elemen-elemen yang perlu diberikan skor. Tahapan ini adalah pemberian nilai berupa angka-angka pada lembar jawaban angket di setiap subjek, tiap skor, dan pada setiap pertanyaan dari angket yang ditentukan berdasarkan peringkat pilihan sebagai berikut :

- a. Sangat Setuju (SS) : 5

---

<sup>15</sup> Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Bagian Penelitian Fakultas Ekonomi UII, 1996), 81.

<sup>16</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 24.



b. Setuju (S)	: 4
c. Netral (N)	: 3
d. Tidak Setuju (TS)	: 2
e. Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1

#### **4. Penyusunan tabel (*Tabulating*)**

Tabulating data yaitu membuat tabel-tabel yang meliputi data yang sudah diberi kode sesuai dengan pengamatan yang dibutuhkan. Jawaban-jawaban yang sama digolongkan dengan teratur dan teliti. Kemudian dihitung dan dijumlahkan seberapa banyak kejadian atau gejala yang sesuai dalam suatu kategori.

#### **5. *Processing***

*Processing* atau menganalisis data dengan statistik, pada tingkat penelitian ini memakai bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 21.0 dengan menggunakan analisis statistik. Metode analisis data merupakan suatu metode yang dipakai untuk pengolahan dan analisis data yang didapat dari penelitian lapangan, maka dari itu dapat dihasilkan kesimpulan. Metode ini ditujukan untuk analisis data yang sudah didapat yang terkumpul dan teratur secara berurutan, supaya diperoleh data yang obyektif. Melalui analisis statistik untuk menguji hipotesis yaitu ada tidaknya/seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian senar raket PowerAce DG66.

## I. Uji Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>17</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>18</sup> Untuk mengetahui valid atau tidak di setiap butir item maka teknik yang digunakan adalah teknik analisa korelasi *pearson product moment* :<sup>19</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>17</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 52.

<sup>18</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta:Rajagrafindo Persada, 1999), 135.

<sup>19</sup>Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya* (Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007), 136.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.<sup>20</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>21</sup>

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

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.<sup>22</sup>

### b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independent. Jika variabel independent saling berkorelasi, maka

---

<sup>20</sup> Sugiyono, *Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2012) 365.

<sup>21</sup> Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya* (Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007), 97.

<sup>22</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 160.

variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independent yang nilai korelasi antar sesama variabel independent sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas 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 ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independent tidak berarti bebas dari multikolinearitas. Multikolinearitas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independent.
- c. Multikolinearitas dapat juga dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independent menjadi variabel dependen (terikat) dan diregresi 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 tinggi (karena  $VIF = 1/Tolerance$ ). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance*  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$ . Setiap penelitian harus menentukan tingkat kolonieritas yang masih dapat ditolerir. Sebagai contoh nilai

tolerance = 0,10 sama dengan tingkat kolonieritas 0,95. Walaupun multikolonieritas dapat dideteksi dengan nilai tolerance dan VIF, tetapi kita masih tetap tidak mengetahui variabel-variabel independent mana sajakah yang saling berkorelasi.<sup>23</sup>

#### 4. 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.<sup>24</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>25</sup>

#### 5. 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

---

<sup>23</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 105-106.

<sup>24</sup>Ibid, 139.

<sup>25</sup>Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum* (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180.

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:<sup>26</sup>

- 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.

#### a. 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:

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

Keterangan:

$r^2_{x_1x_2}$  = Korelasi ganda (*multiple correlate*)

$r_{x_1y}$  = Korelasi *Product Moment* antara  $x_1$  dan  $y$

$r_{x_2y}$  = Korelasi *Product Moment* antara  $x_2$  dan  $y$

---

<sup>26</sup>Ibid, 110-111.

$r_{x_1x_2}$  = Korelasi *Product Moment* antara  $x_1$  dan  $x_2$

$x_1$  = variabel bebas (kualitas produk)

$x_2$  = variabel bebas (harga)

$y$  = variabel terikat (keputusan pembelian)<sup>27</sup>

#### b. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependent (kriterium). Bila dua atau lebih variabel Independentt sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi, persamaan regresi untuk dua prediktor adalah:<sup>28</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (keputusan pembelian)

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

$X_1$  : Variabel bebas (kualitas produk)

$X_2$  : Variabel bebas (harga)

---

<sup>27</sup> Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika*, (Bandung): Alfabeta, 2013), 238.

<sup>28</sup> Sugiyono, *Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2012) 275.

c. 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 kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

$H_0$  = artinya variabel kualitas produk dan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

c. Menentukan F hitung

d. Menentukan F table

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  $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$

$H_0$  ditolak apabila  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$

f. Membandingkan F hitung dengan F tabel

Membandingkan antara F hitung dengan F tabel, maka dapat ditentukan apakah  $H_0$  diterima atau ditolak.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Damondar Gurajati, *Dasar- Dasar Ekonometrika* (Jakarta: Erlangga, 2006), 193.



## 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.<sup>30</sup>

## 3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.<sup>31</sup> Dalam penelitian ini, perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel x (kualitas produk dan harga) 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>30</sup>Ibid, 195.

<sup>31</sup> Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.