BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kausalitas, yaitu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara variabel bebas dengan variabel terikat. Tujuan penelitian kausalitas adalah untuk mengetahui mana variabel yang berpengaruh (X) dan mana variabel yang dipengaruhi (Y).⁴⁴ Hal ini didasarkan karena peneliti berusaha menjelaskan ada tidaknya hubungan yang saling berpengaruh antara variabel pengetahuan konsumen (X) dan variabel keputusan pembelian (Y).

Pendekatan penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena yang ada dengan menggunakan data-data numerik dan kemudian dilakukan analisis data menggunakan statistik.⁴⁵ Dalam penelitian ini, peneliti berusaha menjelaskan ada tidaknya hubungan yang saling berpengaruh antara variabel pengetahuan konsumen dan keputusan pembelian sepatu basket Nike oleh anggota klub Kelud Motor Wates Basketball dengan bantuan program SPSS23.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Lapangan Basket Kelud Motor Wates Basketball yang beralamatkan di Jl. Raya Kediri Wates No. 20 Ds. Wates Kec.

---

⁴⁴ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), 37.

⁴⁵ Uhar Saputra, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitataif, dan Tindakan* (Bandung: Refika Aditama, 2012), 49.

Wates Kab. Kediri 64174. Dikarenakan penelitian ini dilakukan selama pandemi Covid19 dan kegiatan organisasi juga diberhentikan sesuai dengan protokol kesehatan yang ada, sehingga pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner dilakukan secara *online* yang dibantu oleh pelatih.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan objek maupun subjek yang memiliki karakteristik tertentu untuk dipelajari dan dapat ditarik kesimpulan darinya.⁴⁶ Populasi bisa saja keseluruhan bagian atau anggota dari suatu objek yang akan diamati.⁴⁷ Menurut Kadir, populasi merupakan himpunan dari semua individu yang dinilai dapat memberikan data maupun informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.⁴⁸ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota klub Kelud Motor Wates Basketball yang memilih sepatu basket Nike berjumlah 108 anggota.

2. Sampel

Sampel dalam penelitian merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tertentu yang menjadi perhatian.⁴⁹ Pengambilan sampel dari suatu populasi dalam penelitian harus representatif agar sampel tersebut mampu mewakili populasi untuk dapat diambil

---

⁴⁶ Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 80.

⁴⁷ Eriyanto, *Teknik Sampling Analisis Opini Publik* (Yogyakarta: LkiS Yogyakarta, 2007), 61.

⁴⁸ Kadir, *Statistika Terapan: Konsep Contoh dan Analisis Daya dengan program SPSS/Lisrel dalam Penelitian* (Depok: Rajagrafindo Persada, 2015), 118.

⁴⁹ Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), 105.

kesimpulan secara keseluruhan.⁵⁰ Apabila responden dalam penelitian jumlahnya terbatas dan masih berada dalam jangkauan peneliti, maka peneliti dapat melakukan studi populasi dengan mempelajari keseluruhan populasi secara langsung.⁵¹

Penelitian ini menggunakan teknik *sampling* jenuh. *Sampling* jenuh merupakan teknik penentuan sampel dimana semua populasi digunakan sebagai sampel. Teknik *sampling* ini sering digunakan apabila jumlah sampel kurang dari 30 orang atau penelitian yang menginginkan generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.⁵² Sehingga, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 108 responden.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan objek atau sesuatu hal yang menjadi titik perhatian dalam suatu penelitian.⁵³ Variabel penelitian juga diartikan sebagai sesuatu yang memiliki variasi nilai dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan darinya, sehingga akan diperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.⁵⁴ Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

---

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2014), 151-152.

⁵¹ Muh. Fitrah dan Luthfiah, *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus* (Sukabumi: Jejak, 2017), 152.

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 85.

⁵³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktis*, 99.

⁵⁴ Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 38.

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (X) merupakan variabel yang mempengaruhi dan menjadi sebab munculnya variabel terikat. Variabel bebas penelitian ini adalah pengetahuan konsumen (X).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi dan menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Variabel terikat penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

E. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi dari masing-masing variabel penelitian yang menjelaskan tentang bagaimana cara mengukur variabel tersebut. Definisi operasional ialah suatu alat pengambil data yang cocok digunakan dalam suatu penelitian.⁵⁵ Indikator pengetahuan konsumen menurut Engel, Blackwell, dan Miniard dalam bukunya Ujang Sumarwan meliputi pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian.⁵⁶ Sedangkan, indikator keputusan pembelian menurut Kotler dalam bukunya Meithiana Indrasari terdiri dari tujuan membeli produk, pemrosesan informasi hingga tahap pemilihan merk, kemantapan pada produk, melakukan rekomendasi kepada orang lain dan melakukan pembelian ulang.⁵⁷

---

⁵⁵ Buku Pedoman Karya Tulis Ilmiah STAIN Kediri, 72.

⁵⁶ Muhamat Musafak, "Pengaruh Tingkat Pengetahuan, *Product Knowledge* dan Religiusitas Terhadap Preferensi Menabung dengan *Disposable Income* sebagai Variabel *Moderating*", 27-29.

⁵⁷ Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, 75.

Tabel 3.1
Indikator Variabel
Pengetahuan Konsumen (X) dan Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Deskripsi Indikator Variabel	Skala Pengukuran
Pengetahuan Konsumen (X)	Pengetahuan konsumen ialah seperangkat informasi yang dimiliki oleh seorang konsumen mengenai berbagai macam produk atau jasa serta informasi-informasi lain yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.	Pengetahuan produk	Pengetahuan produk ialah sekumpulan informasi mengenai karakteristik maupun atribut produk, pengetahuan akan manfaat produk dan pengetahuan tentang nilai kepuasan produk.	Skala likert
		Pengetahuan Pembelian	Pengetahuan pembelian meliputi tahapan <i>store contact</i> , <i>product contact</i> dan <i>transaction</i> .	

		Pengetahuan Pemakaian	Pengetahuan pemakaian mencerminkan suatu produk akan memberikan manfaat penuh dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen apabila konsumen bisa memakai produk secara tepat dan benar.	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian ialah proses pengintegrasian dari sikap dan pengetahuan yang telah diperoleh untuk kemudian mengevaluasi beberapa alternatif pilihan yang ada dan memilih salah satu diantaranya.	Tujuan konsumen dalam membeli sebuah produk	Konsumen dalam melakukan proses keputusan pembelian terhadap suatu produk, pastinya mengenali terlebih dahulu apa yang menjadi tujuan dalam membeli produk yakni sesuai kebutuhan dalam diri konsumen.	Skala likert

		Pemrosesan informasi hingga mencapai tahap pemilihan merk	Tahap dimana konsumen mulai melakukan pencarian informasi terkait dengan kebutuhannya dari berbagai sumber dan kemudian menyeleksinya sehingga diperoleh satu merk yang dipercaya	
		Kemantapan pada suatu produk	Pilihan merk dari hasil seleksi informasi sebelumnya, konsumen menjadi semakin yakin karena telah memiliki informasi cukup baik mengenai nilai <i>plus</i> atau <i>minus</i> dari produk yang hendak dibelinya	

		Melakukan rekomendasi kepada orang lain	Perilaku pasca pembelian didasarkan atas rasa puas dan tidak puas dari produk yang telah dibelinya, apabila konsumen merasa puas biasanya konsumen akan merekomendasikan produk yang telah digunakannya kepada orang lain	
		Melakukan pembelian ulang	Terbentuknya kepuasan dalam pembelian produk juga dapat memengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang di kemudian hari	

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Data dan Sumber Data

Data dalam penelitian dapat diklasifikasikan menjadi dua bentuk yaitu data kualitatif yang merupakan data yang berbentuk kata-kata atau tulisan dan bukan berupa angka dan data kuantitatif yang merupakan data penelitian yang berbentuk angka yang dapat diukur dan dihitung. Data kuantitatif juga dapat berasal dari data kualitatif yang diangkakan (*scoring*).⁵⁸ Data yang digunakan dalam penelitian ini termasuk jenis data kuantitatif yang diperoleh melalui kuesioner berisi item-item pertanyaan mengenai keputusan pembelian sepatu basket Nike oleh anggota klub Kelud Motor Wates Basketball.

Sumber data merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan seorang peneliti dalam menentukan metode pengumpulan data. Sumber data dalam penelitian dibagi menjadi sumber data primer dan sumber data sekunder.⁵⁹

Sumber data primer merupakan data penelitian yang dalam perolehannya tanpa memerlukan media perantara atau data yang secara langsung diperoleh oleh peneliti dari sumber asli. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data primer terbagi menjadi metode survei dan metode observasi. Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner yang disebar dan kemudian dijawab oleh responden.

---

⁵⁸ Zuraidah, *Statistika Deskriptif* (Kediri: STAIN Kediri Press, 2011), 30.

⁵⁹ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen* (Yogyakarta: BPFE, 2014), 146.

Sumber data sekunder merupakan data yang cara perolehannya melalui perantara atau peneliti tidak terjun langsung ke sumber asli, melainkan sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain dalam bentuk publikasi. Data sekunder dalam penelitian ini dikumpulkan melalui internet dan sosial media.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan sejumlah data yang diperlukan dalam penelitian. Berdasarkan jenis pengumpulannya, metode pengumpulan data dapat dibedakan menjadi empat kategori, yaitu observasi (pengamatan), penelusuran literatur, kuesioner (angket) dan wawancara (*interview*).⁶⁰ Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah:

a. Metode Kuesioner

Metode kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa item pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁶¹ Metode ini digunakan kepada sampel penelitian untuk menggali data-data mengenai pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian sepatu basket Nike pada anggota klub Kelud Motor Wates Basketball. Dalam penelitian ini, data kuesioner berupa beberapa pertanyaan mengenai pengetahuan konsumen (X) dan keputusan pembelian (Y). Pengukuran item-item pertanyaan

---

⁶⁰ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 17.

⁶¹ Sugiyono, *Metodologi penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 142.

dalam kuesioner dengan menggunakan skala likert untuk memudahkan responden dalam menjawab item-item pertanyaan.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mempermudah seorang peneliti dalam mengumpulkan data penelitian.⁶² Instrumen yang dipakai dalam penelitian pada umumnya mempunyai dua syarat penting, yaitu valid dan reliabel.⁶³ Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian berbentuk kuesioner (angket).

H. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kuantitatif dilakukan setelah data dari seluruh responden atau sumber data sekunder sudah terkumpul. Metode analisis data dimaksudkan untuk mempermudah peneliti meringkas data ke dalam bentuk yang mudah dipahami, sehingga hubungan antara variabel penelitian dapat dipelajari dan diuji.⁶⁴

Penelitian ini termasuk dalam analisis data secara kuantitatif yaitu berupa angka-angka dengan menggunakan bantuan program SPSS 23. Langkah-langkah yang dapat ditempuh seorang peneliti dalam melakukan analisis data yaitu dimulai dari tahap pengeditan (*editing*), pemberian kode (*coding*),

---

⁶² Suharsimi Arikuto, *Prosedur Penelitian: suatu Pendekatan Praktek*, 151.

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 178.

⁶⁴ Katsiran, *Metodologi Penelitian* (Malang: UIN Malang Press, 2008), 128.

pemberian skor (*scoring*), tabulasi data (*tabulating*) dan pemrosesan data (*processing*).⁶⁵

1. Pengeditan

Data penelitian yang sudah terkumpul perlu dilakukan pengecekan ulang dan pengeditan dari kemungkinan kekeliruan dalam pencatatan yang dilakukan oleh pengumpul data maupun pengisian kuesioner oleh responden yang tidak lengkap. Tahapan ini meliputi pengecekan identitas responden termasuk didalamnya memeriksa isi instrumen pengumpulan data, barangkali ada yang terlepas atau sobek.⁶⁶

2. Pemberian Kode

Pemberian kode dilakukan pada semua kuesioner yang setara, sehingga jawaban yang telah diperoleh dapat dimasukkan ke dalam sejumlah kategori atau kelompok. Pengkodean dalam penelitian ini terdapat pada variabel bebas yaitu variabel pengetahuan konsumen dan pada variabel terikat yakni keputusan pembelian.

a. Variabel bebas = Pengetahuan Konsumen (X)

b. Variabel terikat = Keputusan Pembelian (Y)

3. Pemberian Skor

Pemberian skor dilakukan pada lembar jawaban kuesioner setiap subjek, tiap skor dari item-item pertanyaan di dalam kuesioner disesuaikan dengan peringkat *option* (pilihan), yaitu:

---

⁶⁵ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, 168.

⁶⁶ Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2008), 204-205.

Tabel 3.2
Notasi Skala Likert

Pengetahuan Konsumen	Keputusan Pembelian	Bobot Skor
Sangat Mengetahui (SM)	Sangat Setuju (SS)	5
Mengetahui (M)	Setuju (S)	4
Kurang Mengetahui (KM)	Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Mengetahui (TM)	Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Mengetahui (STM)	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

I. Tabulasi Data

Tabulasi data merupakan proses peringkasan data dan kemudian menampilkannya dalam bentuk yang lebih rapi untuk dilakukan analisis lebih lanjut. Tabulasi data dimaksudkan untuk mempermudah peneliti dalam memasukkan data-data jawaban kuesioner pada tabel tertentu serta mengatur angka-angka sekaligus menghitungnya dan kemudian akan dimasukkan ke dalam rumus.⁶⁷ Tabulasi data dalam penelitian dapat dilakukan secara manual maupun dengan bantuan program Excel pada komputer.

---

⁶⁷Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenada Media, 2005), 168.

J. Pemrosesan Data

Pemrosesan data merupakan tahap pengolahan data dengan melakukan analisa data melalui statistik. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji korelasi, uji regresi linier sederhana, uji hipotesis koefisien regresi dan uji determinasi.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan oleh peneliti untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur, serta apakah alat pengukur tersebut layak digunakan untuk menguji atau tidak. Melalui uji validitas akan diketahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner penelitian.⁶⁸ Kuesioner kemudian dicobakan pada sampel minimal sebanyak 30 orang yang diambil dari populasi yang digunakan dalam penelitian.⁶⁹ Uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 23. Cara uji validitas yaitu dengan mengukur korelasi antara item-item pertanyaan dengan skor pertanyaan secara keseluruhan. Teknik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen (X) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah dengan menggunakan rumus korelasi *pearson product moment*.⁷⁰

$$r_{xy} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

⁶⁸ Imam Ghozali, *Apikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 45.

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 125.

⁷⁰ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2007), 136.

Keterangan:

r_{xy} : koefisien korelasi *pearson product moment* antara variabel X dan variabel Y

n : jumlah responden

X : skor dari setiap item pertanyaan

Y : skor total atau jumlah dari item pertanyaan

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{tabel} dengan signifikansi 5% dan df (*degree of freedom*) = $n-2$. Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan signifikansi 0,05 maka instrumen penelitian yang digunakan dapat dinyatakan valid
- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ dengan signifikansi 0,05 maka instrumen penelitian yang digunakan dapat dinyatakan tidak valid.⁷¹

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur seberapa jauh suatu alat pengukur dapat dipercaya dan dapat diandalkan dalam penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban dari item-item pertanyaan cenderung konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas menggunakan rumus *cronbach's alpha* dengan bantuan program aplikasi SPSS 23. Kriteria kemantapan nilai *alpha* dapat dikategorikan berdasarkan *range* sebagai berikut:

---

⁷¹ Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 18.

- a. Jika nilai *alpha* 0,00-0,2 maka instrumen penelitian kurang reliabel
- b. Jika nilai *alpha* 0,21-0,4 maka instrumen penelitian sedikit reliabel
- c. Jika nilai *alpha* 0,41-0,6 maka instrumen penelitian cukup reliabel
- d. Jika nilai *alpha* 0,61-0,8 maka instrumen penelitian reliabel
- e. Jika nilai *alpha* 0,81-1,00 maka instrumen penelitian sangat reliabel.⁷²

3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan teknik analisis data yang bertujuan untuk mengetahui tingkat pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian. Data yang sudah terkumpul kemudian dijelaskan menggunakan uji statistik deskriptif dan pengkategorian kecenderungan variabel.

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji variabel penelitian dengan menggunakan model regresi untuk mengetahui apakah terdapat kesalahan dalam model variabel dan model regresinya.⁷³ Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linier sederhana antara variabel bebas (pengetahuan konsumen) dan variabel terikat (keputusan pembelian) terdapat *error* atau nilai residual yang berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas

---

⁷² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16,0* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

⁷³ Ika Santia, *Modul Pelatihan SPSS: Aplikasi SPSS dalam Pengolahan Data Statistika Mahasiswa Prodi Pendidikan Matematika UN PGRI Kediri* (Kediri: UN PGRI Kediri, 2019), 32.

yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas *Kolmogrov Smirnov* (K-S) dengan dasar:

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka *error* berdistribusi normal
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka *error* tidak berdistribusi normal

b. Uji Heterokedastisitas

Uji asumsi ini digunakan untuk menguji apakah terjadi penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas yaitu terdapat perbedaan varian residual atau interaksi dari pengamatan satu ke pengamatan lain.⁷⁴ Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.⁷⁵ Uji heterokedastisitas dapat dilihat pada pola grafik Scatterplot dengan kriteria:

- 1) Jika titik-titik data membentuk suatu pola tertentu dan cenderung teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka hal ini mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas
- 2) Jika titik-titik data tersebut tidak membentuk suatu pola yang jelas dan saling menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.⁷⁶

Uji heterokedastisitas yang menggunakan diagram Scatterplot memungkinkan terjadinya perbedaan pendapat antar individu dalam membaca dan menafsirkan diagram tersebut. Oleh karena itu, untuk mempertegas terjadi atau tidaknya penyimpangan heterokedastisitas pada

---

⁷⁴ Wiratman Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum* (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 180.

⁷⁵ Ika Santia, *Modul Pelatihan SPSS: Aplikasi SPSS dalam Pengolahan Data Statistika Mahasiswa Prodi Pendidikan Matematika UN PGRI Kediri*, 32.

⁷⁶ Imam Ghozali, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 105.

data-data penelitian dapat dilakukan uji Glejser. Uji glejser dilakukan dengan meregresikan variabel bebas dengan nilai residual.⁷⁷ Kriteria uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji Glejser adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya heterokedastisitas
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terjadi heterokedastisitas

c. Uji Autokorelasi

Uji asumsi ini bertujuan untuk mengetahui terjadi atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara kesalahan pengganggu pada periode t dan $t-1$.⁷⁸ Model regresi yang baik adalah yang bebas dari terjadinya autokorelasi.⁷⁹ Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Durbin Watson (Uji DW) dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Durbin Watson $< dL$ atau $d > 4-dL$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat autokorelasi
- 2) Jika nilai Durbin Watson terletak diantara dU dan $4-dU$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak terdapat autokorelasi

---

⁷⁷ Nunung Nur Hasanah, "Pengujian Heteroskedastisitas pada Regresi Non Linier dengan Menggunakan Uji Glejser" (Skripsi, Universitas Islam Negeri (UIN) Malang, Malang, 2008), 36.

⁷⁸ Ika Santia, *Modul Pelatihan SPSS: Aplikasi SPSS dalam Pengolahan Data Statistika Mahasiswa Prodi Pendidikan Matematika UN PGRI Kediri*, 32.

⁷⁹ Manan Abdurrahman, *Dasar-dasar Metode Statistik untuk Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), 206.

3) Jika nilai Durbin Watson terletak diantara dL dan dU atau terletak diantara 4-dU dan 4-dL maka tidak menghasilkan suatu kesimpulan yang pasti.⁸⁰

5. Analisis Korelasi

Analisis korelasi (*pearson product moment*) digunakan untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dan data yang diperoleh berupa interval atau rasio.⁸¹ Korelasi *pearson product moment* digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan timbal balik antara variabel bebas (pengetahuan konsumen) dengan variabel terikat (keputusan pembelian). Dasar pengambilan keputusan untuk analisis korelasi adalah:

Tabel 3.3

Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

⁸⁰ Duwi Priyanto, *SPSS 22: Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: ANDI, 2015), 165.

⁸¹ Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, 79.

6. Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana merupakan uji regresi pada satu variabel bebas yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap satu variabel terikat.⁸² Model persamaan regresi linier sederhana dalam penelitian kuantitatif ialah:

$$y = \alpha + \beta x$$

y = variabel terikat

x = variabel bebas

α = konstanta

β = koefisien variabel bebas

7. Uji Hipotesis Koefisien Regresi

Uji hipotesis dalam penelitian kuantitatif terbagi menjadi uji hipotesis simultan (uji F) yang melibatkan variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat dan uji hipotesis parsial (Uji T) yang melibatkan variabel bebas secara sendiri-sendiri mempengaruhi variabel terikat. Uji hipotesis dalam penelitian regresi linier sederhana hanya melibatkan uji hipotesis parsial atau uji T karena hanya terdapat satu variabel bebas.

Uji T digunakan untuk melakukan pengujian koefisien regresi secara sendiri-sendiri antara variabel bebas dengan variabel terikat untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas dalam menerangkan variabel

---

⁸² Ika Santia, *Modul Pelatihan SPSS: Aplikasi SPSS dalam Pengolahan Data Statistika Mahasiswa Prodi Pendidikan Matematika UN PGRI Kediri*, 31.

terikat. Melalui uji T juga bisa diketahui apakah variabel bebas berpengaruh parsial terhadap variabel terikat secara *significant* atau tidak.⁸³

Kriteria uji T atau uji parsial dalam penelitian ialah:

a. Uji T dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} :

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)
- 2) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

b. Uji T berdasarkan nilai signifikansi:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh secara signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

8. Uji Determinasi

Koefisien determinasi atau R Square (R^2) merupakan kuadrat korelasi antara variabel bebas sebagai variabel yang mempengaruhi terhadap variabel terikat sebagai variabel yang memberikan dipengaruhi. Melalui koefisien determinasi ini dapat diketahui seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat.⁸⁴ Kriteria pengujian determinasi $R^2 = 0$ artinya variabel bebas sama sekali tidak berpengaruh

---

⁸³ Singgih Santoso, *Total Quality Management (TQM) dan Six Sigma* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007), 168.

⁸⁴ Manan Abdurrahman, *Dasar-dasar Metode Statistika*, 218-219.

terhadap variabel terikat. Jika nilai R^2 semakin mendekati ke angka 1 atau semakin mendekati nilai 100%, maka variabel bebas memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel terikat. Perhitungan koefisien determinasi dengan menggunakan rumus adalah sebagai berikut:⁸⁵

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

Keterangan :

R^2 : nilai koefisien determinasi

r : nilai koefisien korelasi

---

⁸⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 231.