

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, rancangan penelitian berfungsi untuk mempermudah peneliti dalam menyelesaikan penelitiannya dengan cepat. Pendekatan yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk deskripsi dengan menggunakan angka dan statistik.⁴⁸ Pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika. Pendekatan kuantitatif merupakan sebuah paradigma dalam penelitian yang memandang kebenaran sebagai sesuatu yang tunggal, obyektif, universal, dan dapat diverifikasi.⁴⁹

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁰ Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan yang diteliti oleh peneliti, yaitu konsumen *Home industry* Kurnia Nganjuk dengan jumlah tak terhingga.

⁴⁸ Ibnu Hajar, *Dasar-Dasar Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan Metodologi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), 30.

⁴⁹ Purwanto, *Metodologi Penelitian kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2010), 164.

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 55.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Pengukuran sampel merupakan langkah untuk menentukan besarnya sampel yang akan diambil dalam melaksanakan penelitian dalam suatu obyek. Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *Probability Sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan yang sama pada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁵¹

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *Simple Random Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi.⁵² Pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan bahwa konsumen adalah konsumen yang melakukan pembelian kerupuk bakar varian pedas manis di *Home Industry Kurnia Nganjuk*.

Jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan dengan menggunakan tabel penentuan jumlah sampel *Isaac* dan *Michael*. Tabel penentuan jumlah sampel *Isaac* dan *Michael* memberikan kemudahan penentuan jumlah sampel berdasarkan tingkat kesalahan 1%, 5%, dan 10%.⁵³ Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tingkat kesalahan

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 56.

⁵² *Ibid.*,

⁵³ Ismail Nurdin, *Metodologi Penelitian Sosial* (Surabaya : Media Sahabat Cendekia, 2019), 106.

sebesar 5% dengan jumlah populasi tak terhingga. Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebesar 349 responden.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *Home Industry* Kurnia Nganjuk, yang berlokasi di Jln. A Yani, Rt 02/Rw 01, Kelurahan Warujayeng, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur, 64482.

D. Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu sifat yang dapat memiliki berbagai macam nilai, atau sering kali diartikan sebagai simbol yang padanya kita dapat meletakkan bilangan atau nilai. Variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang diteliti terbagi menjadi dua kelompok, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.⁵⁴

1. Variabel *independent* (variabel bebas)

Variabel bebas adalah suatu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Dalam penelitian ini variabel *independent* (variabel bebas) adalah Produk (X_1) dan Lokasi (X_2).

a. Produk (X_1)

Menurut pendapat Kotler dan Keller yang mengartikan produk sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 61.

memuaskan keinginan dan memenuhi kebutuhan.⁵⁵ Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong, indikator produk terdiri dari ragam, kualitas, desain, fitur, merek, kemasan, dan layanan.⁵⁶ Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Indikator variabel X₁

Variabel	Indikator
Produk (X ₁)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ragam 2. Kualitas 3. Desain 4. Merek 5. Kemasan

Sumber: Philip Kotler dan Gary Armstrong

b. Lokasi (X₂)

Menurut Swastha lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan.⁵⁷ Menurut Fandy Tjiptono indikator yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih lokasi adalah terletak pada akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan sekitar, persaingan, dan peraturan pemerintah.⁵⁸ Indikator yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁵⁵ Citra Anggraini T dan Thyophoida W.S. Panjaitan, *Pemasaran Jasa*, (Surabaya: Jakad Media Publishing, 2017), 24.

⁵⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Ke-12*, 62.

⁵⁷ Swastha, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2000), 56.

⁵⁸ Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 57.

Tabel 3.2
Indikator variabel X₂

Variabel	Indikator
Lokasi (X ₂)	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Lingkungan

Sumber: Fandy Tjiptono

2. Variabel *dependent* (variabel terikat)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam hal ini variabel *dependent* (variabel terikat) adalah Keputusan Pembelian (Y).

a. Keputusan Pembelian

Menurut Fandy Tjiptono keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu. Kemudian mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.⁵⁹ Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong sebelum pada tahap pengambilan keputusan pembelian, seorang konsumen akan melewati beberapa tahapan, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi mengenai produk, evaluasi alternatif sebelum melakukan pembelian, keputusan

⁵⁹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa. Edisi Ketiga*, (Malang: Penerbit Bayumedia, 2008), 21.

pembelian, dan kemudian perilaku setelah membeli.⁶⁰ Indikator yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3
Indikator variabel Y

Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	a. Pengenalan kebutuhan b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku setelah membeli

Sumber: Philip Kotler dan Gary Armstrong

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah sumber data primer yang berupa kuisioner atau angket yang telah disebar oleh peneliti. Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Sumber data dibedakan menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari. Sedangkan sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah

⁶⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12*, 179.

dikumpulkan dan diolah pihak lain dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi.⁶¹

F. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data adalah cara yang dipakai dalam pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian. Untuk memperoleh data yang obyektif dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan membagikan angket kepada responden. Metode angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk dijawab dengan memberikan angket.⁶²

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan pengukuran. Cara ini dilakukan untuk memperoleh data yang objektif yang diperlukan untuk menghasilkan kesimpulan penelitian yang objektif.⁶³ Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Kuisisioner merupakan serangkaian daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden.⁶⁴ Instrumen ini digunakan untuk menggali informasi tentang pengaruh produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian kerupuk bakar pedas manis.

⁶¹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 91.

⁶² Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi*, (Yogyakarta: CAPS, 2011), 22.

⁶³ Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 183.

⁶⁴ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 123.

H. Analisis Data

Analisis data merupakan proses pengukuran, penyajian, interpretasi, dan analisis data yang diperoleh dari lapangan dengan tujuan agar data yang disajikan memiliki makna, sehingga pembaca dapat mengetahui hasil dari penelitian.⁶⁵ Dalam analisis ini data yang telah terkumpul yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian akan dianalisis. Adapun langkah-langkah analisis data yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut:⁶⁶

1. *Editing* (Pemeriksaan Data)

Data yang masuk perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan akan pengisiannya, mungkin ada yang tidak lengkap, tidak sesuai dan sebagainya. Kegiatan mengoreksi atau melakukan pengecekan ini disebut dengan *editing*. Tujuan dari *editing* sendiri adalah mengoreksi jawaban yang didapatkan dari responden dengan cara diadakan pemeriksaan kembali karena tidak semua jawaban yang diberikan responden itu sesuai.

2. *Coding* (Pembuatan Kode)

Proses berikutnya adalah *coding*, yaitu memberi atau membuat kode-kode pada setiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Kode adalah syarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka dan huruf-huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau

⁶⁵ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif (analisis isi data dan analisis skunder)*, (Jakarta: Gravindo Persada, 2011), 191.

⁶⁶ Isneini Suci Rahayu, *Pengaruh Harga Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gethuk Lindri Dan Tape Singkong (Studi Pada Home Industri UD. Padhang Bulan Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri)*, (Skripsi: IAIN Kediri, 2020), 50.

data yang akan dianalisis. Kemudian mengkategorikan atau menggolongkan data yang ada pada daftar pertanyaan ke dalam kategori variabelnya masing-masing.

3. *Scoring*

Scoring adalah memberikan skor-skor terhadap item-item yang perlu diberikan skor. Proses ini adalah memberikan skor atau angka-angka pada lembar jawaban angket tiap subyek, tiap skor, dan pada tiap pertanyaan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat pilihan sebagai berikut:

- a. Sangat setuju (SS) : 5
- b. Setuju (S) : 4
- c. Netral (N) : 3
- d. Tidak setuju (TS) : 2
- e. Sangat tidak setuju (STS) : 1

4. *Tabulating* (Penyusunan Tabel)

Tabulating data adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberikan kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Jawaban-jawaban yang serupa dikelompokkan dengan cara yang teliti dan teratur, kemudian dihitung dan dijumlah seberapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang termasuk dalam suatu kategori.

5. *Processing*

Processing yaitu menghitung dan mengolah atau menganalisis data menggunakan statistik. Teknik analisis dalam *processing* adalah sebagai berikut:

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisisioner. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan instrumen. Untuk mengetahui valid atau tidaknya disetiap butir item maka rumus yang digunakan adalah teknik analisa korelasi *pearson product moment*.⁶⁷

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson product moment*

x = Skor dari tiap-tiap item

y = Jumlah dari skor item

n = Jumlah responden

Pengambilan keputusan untuk menentukan item yang valid digunakan r hitung dibandingkan dengan r tabel dengan n jumlah sampel yang diambil. Jika r hitung > r tabel, maka item

⁶⁷ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007), 136.

dinyatakan valid. Akan tetapi jika r hitung $\leq r$ tabel maka item dinyatakan tidak valid dan harus dihapus. Nilai r tabel dapat dilihat pada tingkat signifikan 5% dan *degree of freedom* (df) = $n-2$, yaitu 0,344.

2) Uji Reliabilitas

Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan sejauh mana tingkat kekonsistenan pengukuran dari suatu responden ke responden yang lain atau dengan kata lain sejauh mana pertanyaan dapat dipahami sehingga tidak menyebabkan beda interpretasi dalam pemahaman pertanyaan tersebut. Lebih lanjut Kaplan menyatakan:

“It has been suggested that reliability estimates in the range of 0.7 to 0.8 are good enough for most purposes in basic research.” (Robert M. Kaplan & Dennis P. Saccuzzo, Psychological Testing principles, application, and issues; Brooks/Cole Publishing Company, Pasivic Grove, California (1993 p: 126)

Dari pernyataan diatas dapat dikatakan bahwa: Keputusan validitas dan reliabilitas item menggunakan kriteria Kaplan sebagai berikut:

- a) Item dinyatakan valid jika koefisien validitasnya lebih dari atau sama dengan 0.3.
- b) Kelompok item dalam suatu dimensi dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitasnya tidak lebih rendah dari 0.7.⁶⁸

Pengujian reliabilitas dibantu dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*. Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS for windows 21. Kriteria yang digunakan untuk menafsirkan hasil uji reliabilitas yaitu:

- 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 reliabel⁶⁹

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.⁷⁰

⁶⁸ Riskika Amelia, *Hubungan Antara Fasilitas Dan Atraksi Wisata Dengan Lama Tinggal Wisatawan Di Singagati Resort Dan Villas Dago Pakar*, (Skripsi: Universitas Pendidikan Indonesia, 2010), 44.

⁶⁹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

⁷⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 85.

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

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 mean 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).⁷¹ Atau menghitung dengan cara:

$$\text{rasio skewness} = \frac{\textit{skewness}}{\textit{standart of error skewness}}$$

$$\text{rasio kurtosis} = \frac{\textit{kurtosis}}{\textit{standart of error kurtosis}}$$

⁷¹ Ibid., 86.

2) 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 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 multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

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

ukuran ini menunjukkan setiap variabel *independent* manakah yang dijelaskan oleh variabel *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 $VIF > 10$.⁷²

3) Uji Heterokedastisitas

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 heteroskedastisitas dalam 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

⁷² Ibid., 89.

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.⁷³

4) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya ($t-1$). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Durbin-Watson*, di mana hasil pengujian ditentukan berdasarkan nilai *Durbin-Watson*. Kriteria nilai *Durbin-Watson* dijelaskan di bawah ini:

- a) Jika $0 < d < d_L$ maka terjadi autokorelasi positif.

⁷³ Ibid., 139.

- b) Jika $dL < d < dU$ berarti tidak ada kepastian terjadi (ragu-ragu).
- c) Jika $4 - dL < d < 4$ maka terjadi autokorelasi negative.
- d) Jika $4 - dU < d < 4 - dL$ maka tidak ada kepastian (ragu-ragu).
- e) Jika $dU < d < 4 - dU$ berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif.⁷⁴

c. Analisis Korelasi Berganda

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.⁷⁵

Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi (r). Adapun rumus dari koefisien korelasi tersebut adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

$r_{x_1x_2}$ = korelasi ganda (*multiple correlate*)

r_{x_1y} = korelasi *product moment* antara X_1 dengan Y

r_{x_2y} = korelasi *product moment* antara X_2 dengan Y

⁷⁴ Ibid., 110.

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 191.

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

x_1 = variabel bebas (produk)

x_2 = variabel bebas (lokasi)

y = variabel terikat (keputusan pembelian)⁷⁶

Korelasi *Pearson Product Moment* 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; dan $r = 1$ berarti korelasinya sangat kuat. Sedangkan arti harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut:

- 1) Nilai interval koefisien 0,80-1,000, maka tingkat hubungan sangat kuat.
- 2) Nilai interval koefisien 0,60-0,799, maka tingkat hubungan kuat.
- 3) Nilai interval koefisien 0,40-0,599, maka tingkat hubungan sedang/cukup kuat.
- 4) Nilai interval koefisien 0,20-0,399, maka tingkat hubungan rendah.
- 5) Nilai interval koefisien 0,00-0,199, maka tingkat hubungan sangat rendah.⁷⁷

⁷⁶ Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 238.

⁷⁷ Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.

d. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependent* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *Independent* sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi, persamaan regresi untuk dua prediktor adalah:⁷⁸

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

a = konstanta

b = koefisien regresi

X₁ = Variabel bebas (produk)

X₂ = Variabel bebas (lokasi)

e. Uji Hipotesis

1) Uji F

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

a) Menentukan Hipotesis

H_a = artinya variabel produk dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

⁷⁸ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 275.

H_0 = artinya variabel produk dan lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

- b) *Level of significance* $\alpha = 0.05$
- c) Menentukan F hitung
- d) Menentukan F tabel

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha=5\%$, df pembilang $k-1=3-1=2$ dan penyebut $n-k$.

- e) Kriteria dan aturan pengujian

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

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$

- f) Membandingkan F hitung dengan F tabel

Membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka dapat ditentukan apakah H_0 diterima atau ditolak.⁷⁹

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.⁸⁰

⁷⁹ Damondar Gurajati, *Dasar-Dasar Ekonometrika*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 193.

⁸⁰ Ibid., 195.

3) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.⁸¹ Dalam penelitian ini, perhitungan koefisien determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel x (produk dan lokasi) 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.

⁸¹ Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.