

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan oleh peneliti yakni menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk data atau deskripsi dengan menggunakan angka statistik. Penelitian kuantitatif menekankan penelitiannya pada data-data *numerical* (angka) yang dikelola dengan metode statistik.⁴³

Sedangkan jenis penelitian ini menggunakan penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi dan mana variabel yang dipengaruhi.⁴⁴ Selain itu, penelitian menggunakan regresi berganda yaitu regresi yang hanya melibatkan dua variabel independen X yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) dan variabel dependen Y (Keputusan Pembelian).

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil tempat penelitian di IAIN Kediri yang beralamatkan di Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo Kota Kediri Jawa Timur.

⁴³ I Made Wiratha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006), 140.

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

C. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu sifat dapat memiliki bermacam-macam nilai, atau sering kali diartikan sebagai simbol yang padanya kita dapat meletakkan bilangan atau nilai.⁴⁵ Variabel-variabel yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (*Independent variable*) atau variabel X adalah variabel yang dipandang sebagai penyebab munculnya variabel terikat yang diduga sebagai akibatnya. Variabel bebas yang diteliti meliputi:

(X1) : Kualitas Produk

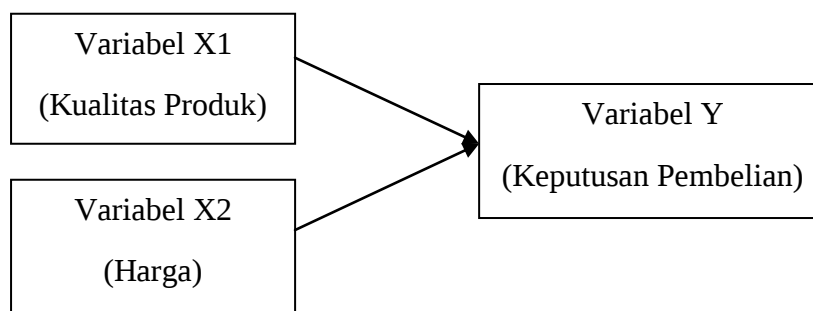
(X2) : Harga

2. Variabel Terikat (*Dependent variable*) atau Y adalah variabel (akibat) yang dipradugakan, yang bervariasi mengikuti perubahan dari variabel-variabel bebas. Umumnya merupakan kondisi yang ingin kita ungkap dan jelaskan.⁴⁶

Variabel terikat yang diteliti yaitu:

(Y) : Keputusan Pembelian

D. Definisi Operasional



⁴⁵ Sugiyono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 60.

⁴⁶ Ibid., 61-64.

1. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk untuk memperagakan fungsinya, hal itu termasuk seluruh durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Indikator kualitas produk dalam penelitian ini meliputi: kinerja (*performance*), ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), keandalan (*reliability*), daya tahan (*durability*), dimensi kemudahan perbaikan (*serviceability*), estetika (*aesthetic*), ketepatan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) dan kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*).

2. Harga

Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk baik barang maupun jasa. Indikator harga dalam penelitian ini yaitu: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing dan kesesuaian harga dengan manfaat.

3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan, yaitu ketika konsumen benar-benar membeli produk. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang yang ditawarkan oleh produsen. Untuk mencapai keputusan pembelian konsumen melalui tahapan-

tahapan, proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian yang terdiri atas lima tahap, yaitu: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembuatan keputusan membeli dan perilaku pasca pembelian.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan.⁴⁷ Jadi, populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh suatu obyek ataupun subyek. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa aktif jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 yang menggunakan *smartphone* Oppo dengan jumlah 94 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴⁸ Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang akan diambil dari populasi tersebut.⁴⁹ Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan *total sampling*. *Total*

⁴⁷ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 61.

⁴⁸ Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: Rajawali, 2002), 117.

⁴⁹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 116.

sampling adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi,⁵⁰ yaitu dengan jumlah 94 mahasiswa yang menggunakan *smartphone* Oppo. Dengan ketentuan data dari 33 responden digunakan sebagai data awal dan sisanya 61 responden digunakan untuk data uji. Sehingga yang menjadi sampel acuan yaitu hanya 61 responden.

F. Data dan Sumber Data

Sumber data adalah subjek dimana data tersebut diperoleh. Berdasarkan sumber pengambilannya, data dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Data primer menurut Carl Mc Daniel dan Rogers Gates adalah data survei, pengamatan, atau eksperimen yang dikumpulkan untuk memecahkan masalah tertentu yang diselidiki.⁵¹ Data primer berasal dari kuesioner yang telah disebar peneliti.

Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi.⁵² Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, seperti lembaga penelitian maupun dari laporan-laporan, buku-buku, literatur atau profil yang lainnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer berupa kuesioner yang telah disebar oleh peneliti. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti secara langsung berhubungan dengan subjek penelitian.

⁵⁰ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, 62.

⁵¹ Carl McDaniel dan Rogers Gates, *Riset Pemasaran Kontemporer* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 81.

⁵² Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: UPPE UMY, 2003), 61.

G. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data secara terperinci dan baik, maka penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuesioner (angket), yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁵³ Dalam penelitian ini, metode angket diberikan kepada mahasiswa Ekonomi Syariah tahun angkatan 2016 dalam rangka menggali data tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari angket berupa:

1. Beberapa butir pernyataan mengenai variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2).
2. Beberapa butir pernyataan mengenai variabel keputusan pembelian (Y).

H. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bagi peneliti yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian.⁵⁴ Instrumen disusun berdasarkan operasionalisasi variabel yang telah dibuat dengan disusun berdasarkan skala yang sesuai.

Berdasarkan penelitian ini, instrumen penelitian berupa Pedoman Angket. Pedoman angket yaitu suatu lembaran berupa pernyataan atau pertanyaan yang harus dijawab responden. Angket ini akan digunakan sebagai alat untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian

⁵³ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 142.

⁵⁴ Rully Indrawan dan R. Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan* (Bandung: PT. Aditama, 2014), 112.

smartphone Oppo. Sebelum pengambilan data dilakukan, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap daftar pertanyaan yang digunakan.

1. Uji Validitas

Suatu instrumen baru dapat dipergunakan dalam penelitian apabila telah dinyatakan valid. Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen mampu mengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan cara menguji validitas yaitu dengan mengukur korelasi antara butir-butir pernyataan dengan skor pertanyaan secara keseluruhan.⁵⁵

Untuk mengetahui valid atau tidak di setiap butir item maka teknik yang digunakan untuk menganalisis hubungan kualitas produk (X1) dan harga (X2) dengan keputusan pembelian (Y) adalah dengan teknik analisa korelasi *pearson product moment*.⁵⁶

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson product moment*

x = Skor setiap pertanyaan/item

y = Skor total

n = Jumlah responden

⁵⁵ Prabu Budi Santoso dan Ashari, *Analisis dengan Microsoft Excel dan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2005), 247-248.

⁵⁶ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya* (Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007), 136.

Untuk menafsirkan hasil uji validitas, kriteria yang digunakan adalah:⁵⁷

- a. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka hasil dari item angket dinyatakan valid dan dapat digunakan,
- b. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka hasil dari item angket dinyatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan,
- c. Nilai r_{tabel} dapat dilihat pada $\alpha=5\%$ dan df (*degree of freedom*) = $n-2$, jadi $df = 30-2=28$, maka r_{tabel} 0,374.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Jadi suatu instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut konsisten dalam memberikan penilaian atas apa yang diukur.⁵⁸ Uji reliabilitas dapat dilihat dengan menggunakan Alpha Cronbach's diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach's, yaitu 0-1. Ukuran kemantapan alpa dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai Alpha Cronbach 0,00-0,2 berarti kurang reliabel.
- b. Nilai Alpha Cronbach 0,21-0,4 berarti agak reliabel.
- c. Nilai Alpha Cronbach 0,42-0,6 berarti cukup reliabel.
- d. Nilai Alpha Cronbach 0,6-0,8 berarti reliabel.
- e. Nilai Alpha Cronbach 0,81-1,0 berarti sangat reliabel.⁵⁹

⁵⁷ V. Wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Mahasiswa dan Umum* (Yogyakarta: Ardana Media, 2008), 193.

⁵⁸ Ibid., 251.

⁵⁹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistika dengan SPSS 16.0* (Jakarta: Prestasi Pustakarya, 2009), 97.

I. Analisis Data

Metode ini dimaksudkan untuk mengolah data yang telah diperoleh yang terkumpul dan tersusun secara berurutan agar diperoleh data yang objektif, melalui analisa statistik untuk menguji hipotesis. Adapun langkah-langkah analisa data sebagai berikut:

1. *Editing* (membersihkan data)

Data yang masuk perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan akan pengisiannya, mungkin ada yang tidak lengkap, tidak sesuai dan sebagainya. Kegiatan mengkoreksi atau melakukan pengecekan ini disebut dengan *editing*.⁶⁰ Tujuan dari *editing* adalah jawaban yang didapatkan dari responden perlu diadakan pembersihan atau pemeriksaan kembali karena tidak semua jawaban yang diberikan responden itu benar.

2. *Coding* dan *Categorizing*

Proses berikutnya adalah *coding* yakni memberi atau membuat kode-kode pada tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama.⁶¹ Kode adalah syarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka dan huruf-huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau data yang akan dianalisis. Sedangkan untuk kategori adalah penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan ke dalam kategori variabelnya masing-masing.

3. *Scoring* atau Memberi Skor

Scoring adalah memberikan skor-skor terhadap item-item yang perlu diberikan skor. Proses ini adalah memberikan skor atau angka-angka pada

⁶⁰ Marzuki, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Bagian Penelitian Fakultas Ekonomi UII, 1996), 81.

⁶¹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), 24.

lembar jawaban angket tiap subjek, tiap skor, dan pada tiap pertanyaan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat pilihan sebagai berikut:

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

4. Penyusunan tabel (*Tabulating*)

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 dijumlahkan seberapa banyak peristiwa atau gejala atau item yang termasuk dalam suatu kategori.

5. *Processing*

Processing atau menghitung dan mengolah atau menganalisis data dengan statistik. Pada tahap penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 21.0 dengan menggunakan analisis statistik. Metode analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengolah dan menganalisa data yang telah dihasilkan dari penelitian lapangan, sehingga akan dapat ditarik kesimpulan.

Metode ini dimaksudkan untuk menganalisis data yang telah diperoleh yang terkumpul dan tersusun secara berurutan, agar diperoleh data yang obyektif melalui analisis statistik untuk menguji hipotesis yaitu ada tidaknya

atau seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo.

J. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pada penelitian ini menggunakan regresi berganda, asumsi yang digunakan adalah uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu memiliki distribusi normal atau tidak. Normalitas dapat dilihat pada grafik normal *Probability Plot*, model regresi yang baik seharusnya distribusi regresi residualnya normal atau mendekati normal.⁶² Dasar pengambilan keputusan untuk mendekati kenormalan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Cara melihat data terdistribusi normal dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya dengan melihat nilai skewness ataupun nilai kurtosis.

Skewness (kemencengan) secara umum besarnya koefisien *skewness* mempunyai ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika koefisien *skewness* positif, berarti distribusi frekuensinya menceng positif, yaitu ekor kurjanya panjang (menjulang) ke kanan.

⁶² Dwi Priyatno, *Belajar Praktis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS & Prediksi Pertanyaan Pendarasan Skripsi dan Tesis* (Yogyakarta: Gava Media, 2012), 60.

- b) Jika koefisien *skewness* sama dengan nol, berarti distribusi frekuensinya simetris.
- c) Jika koefisien *skewness* negatif, berarti distribusi frekuensinya menceng negatif, yaitu ekor kurjanya panjang (menjulang) ke kiri.⁶³

Kurtosis (keruncingan), secara umum ukuran keruncingan suatu data dapat dibedakan dalam 3 kriteria yaitu:

- a) Jika nilai α_4 kurang dari 3 (<3) maka distribusinya adalah distribusi *platikurtik* = sangat datar.
- b) Jika nilai α_4 lebih dari 3 (>3) maka distribusinya adalah distribusi *leptokurtik* = sangat runcing.
- c) Jika nilai α_4 sama dengan 3 ($=3$) maka distribusinya adalah distribusi *mesokurtik* = sedang.⁶⁴

Pada data yang terdistribusi normal memiliki skewnessnya 0 (nol)⁶⁵ ataupun memiliki nilai = 3 untuk nilai kurtosisnya.⁶⁶

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam satu model. Kemiripan antar satu independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu, uji ini untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial

⁶³ Zuraidah, *Statistik Deskriptif* (Kediri: STAIN Kediri Press, 2011), 227.

⁶⁴ Ibid., 256.

⁶⁵ Ibid., 244.

⁶⁶ Ibid., 250.

masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen.⁶⁷ Pendeteksinya dilakukan dengan menggunakan *tolerence value* dan VIF (*Variance Inflation Factor*), jika nilai *tolerence value* > 0,10 dan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka terjadi homoskedastisitas, dan jika berbeda maka terjadi heteroskedastisitas. Konsekuensi dari adanya heteroskedastisitas dalam model regresi adalah penaksir yang diperoleh tidak efisien. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas pada data dilakukan dengan melihat grafik *scatter plot*.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatter plot*:

- 1) Jika terdapat pola tertentu pada grafik *scatter plot*, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.

⁶⁷ Ibid., 95.

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar, maka indikasinya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.⁶⁸

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara periode t dengan periode *cros selection* sebelumnya ($t-1$). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jika tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan observasi sebelumnya.

Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtun waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data seperti pada kuesioner dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan.

Cara untuk mendeteksi adanya autokorelasi dalam penelitian ini dengan menggunakan *Durbin-Watson*. Secara garis besar tolak ukur untuk menyimpulkan adanya autokorelasi atau tidak adalah sebagai berikut:

- 1) Jika DW lebih kecil dari d_l atau lebih besar dari $(4-d_l)$ maka H_0 ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika DW terletak antara d_u dan $(4-d_u)$, maka H_0 diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika DW terletak antara d_l dan d_u atau antara $(4-d_u)$ dan $(4-d_l)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

⁶⁸ <http://www.konsistensi.com/2015/01/uji-heteroskedastisitas-dengan-grafik.html>, diakses tanggal 14 Juli 2018.

e. Analisis Korelasi

Analisis korelasi dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh *Pearson*. Dimana untuk mencari arah kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dan data bentuk interval rasio. Nilai uji korelasi ganda dirumuskan sebagai berikut:⁶⁹

$$R_{X_1X_2Y} = \sqrt{\frac{r^2_{X_1Y} + r^2_{X_2Y} - 2 \cdot r_{X_1Y} \cdot r_{X_2Y} \cdot r_{X_1X_2}}{1 - r^2_{X_1X_2}}}$$

Keterangan:

$R_{X_1X_2Y}$	: Korelasi ganda (<i>multiple correlate</i>)
r_{X_1Y}	: Korelasi <i>product moment</i> antara X_1 dan Y
r_{X_2Y}	: Korelasi <i>product moment</i> antara X_2 dan Y
$r_{X_1X_2}$	: Korelasi <i>product moment</i> antara X_1 dan X_2
X_1	: Variabel bebas (kualitas produk)
X_2	: Variabel bebas (harga)
Y	: Variabel terikat (keputusan pembelian)

Jadi untuk dapat menghitung korelasi ganda, maka harus dihitung terlebih dahulu korelasi sederhananya dulu melalui korelasi *product moment* dari *Pearson*. Rumus korelasi *product moment* adalah sebagai berikut:

⁶⁹ Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2013), 238.

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{[n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2] [n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2]}}$$

Keterangan:

n = Banyaknya Pasangan data X dan Y

$\sum x_i$ = Total Jumlah dari Variabel X

$\sum y_i$ = Total Jumlah dari Variabel Y

$\sum x_i^2$ = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel X

$\sum y_i^2$ = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel Y

$\sum xy$ = Hasil Perkalian dari Total Jumlah Variabel X dan Variabel Y

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditentukan tersebut maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel sebagai berikut:⁷⁰

Tabel 3.1
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Interpretasi Tingkat Hubungan
0,70-1,000	Antara variabel x dan y terdapat korelasi yang sangat kuat
0,50-0,699	Antara variabel x dan y terdapat korelasi yang kuat
0,30-0,499	Antara variabel x dan y terdapat korelasi yang sedang
0,10-0,299	Antara variabel x dan y terdapat korelasi yang rendah
0,00	Antara variabel x dan y terdapat korelasi yang sangat rendah

Sumber: Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 284.

f. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, yaitu metode analisis penelitian yang melibatkan satu variabel terikat yang diperkirakan berhubungan dengan dengan satu atau lebih variabel bebas. Tujuannya adalah untuk memperkirakan perubahan respon pada variabel terikat terhadap beberapa variabel bebas. Model analisis regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (keputusan pembelian)

a : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi untuk Variabel Kualitas Produk

b_2 : Koefisien regresi untuk Variabel Harga

X_1 : Variabel bebas (kualitas produk)

X_2 : Variabel bebas (harga)

2. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen. Langkah-langkah uji F adalah sebagai berikut:

1) Menentukan hipotesis nihil dan alternatif

$H_0 : \beta = 0$, artinya variabel kualitas produk dan harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

$H_0 : \beta \neq 0$, artinya variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

2) *Level of significant* $\alpha = 0,05$

Derajat kebebasan (dk1) : k-1 dan derajat kebebasan (dk2) : n-k

Derajat kebebasan (dk) : n-k

$F_{\text{tabel}} = \alpha = 0,05 ; (dk1) ; (dk2)$

3) Kriteria dan aturan pengujian

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

H_0 ditolak apabila $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$

4) Kesimpulan

Membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} , maka dapat ditentukan apakah H_0 diterima atau ditolak.⁷¹

b. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.⁷² Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

$t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} \geq -t_{\text{tabel}}$ jadi H_0 diterima

$t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} \leq -t_{\text{tabel}}$ jadi H_0 ditolak⁷³

⁷¹ Damondar Gujarati, *Dasar-dasar Ekonometrika* (Jakarta: Erlangga, 2006), 193.

⁷² Danang Sunyoto, *Prosedur Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi* (Yogyakarta: Alfabeta, 2012), 62.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (r^2) yang berkaitan dengan variabel bebas dan variabel terikat. Secara umum dikatakan bahwa r^2 merupakan kuadrat korelasi antara variabel yang digunakan sebagai *predictor* dan variabel yang memberikan *response*. Koefisien determinasi dalam analisis regresi biasanya dijadikan dasar dalam menentukan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Koefisien determinasi (R) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.⁷⁴ Dalam penelitian ini perhitungan korelasi determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas X_1 (Kualitas Produk) dan X_2 (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 mendekati 100% artinya variabel bebas berpengaruh kuat terhadap variabel terikat.

$$\text{Rumus: } R = r^2 \times 100\%$$

⁷³ V. Wiratna Sujarweni, *Panduan Mudah Menggunakan SPSS & Contoh Penelitian Bidang Ekonomi* (Yogyakarta: Ardana Media, 2007), 67.

⁷⁴ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 79.