

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode berlandaskan sampel filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode tersebut mendasari pada data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik.³² Penelitian kuantitatif menekankan penelitian pada data-data *numerical* (angka) yang dikelola dengan metode statistik.³³

Sedangkan jenis penelitian ini merupakan penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yaitu penelitian hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuan utamanya adalah untuk mendapat bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui variabel mana yang mempengaruhi dan variabel mana yang dipengaruhi.³⁴

B. Definisi Operasional

Untuk menjelaskan variabel-variabel yang sudah didefinisikan maka perlu definisi operasional dari masing-masing variabel sebagai upaya pemahaman dan penelitian. Definisi dari variabel-variabel yang diteliti adalah:

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabet, 2013), 8.

³³ I Made Wiratha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, (Yogyakarta: CV Andi Offse, : 2006), 140.

³⁴ Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 37

1. Variabel Bebas X (*independent*):

a. Variabel Kualitas Produk (X_1)

Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan.³⁵ Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya. Dalam fungsi itu termasuk keseluruhan *durabilitas*, *reliabilitas*, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Tabel 3.1
Indikator Kualitas Produk

No	Indikator
1	Bentuk (<i>form</i>)
2	Fitur (<i>feature</i>)
3	Kualitas kinerja (<i>performance quality</i>)
4	Ketahanan (<i>durability</i>)
5	Kesan kualitas (<i>perceived quality</i>)
6	Keandalan (<i>reability</i>)
7	Kemudahan perbaikan (<i>repairability</i>)
8	Gaya (<i>style</i>)
9	Desain (<i>design</i>)

Dalam tabel 3.1 terdapat beberapa indikator diantaranya bentuk, fitur, kualitas kinerja, ketahanan, kesan kualitas, keandalan, kemudahan perbaikan, gaya dan desain. Demi menyesuaikan indikator kualitas produk dengan jilbab rawis Saudia Ansanica maka peneliti tidak memasukkan semua indikator kedalam penelitian.

³⁵ Fandy Tjiptono, Gregorius dan Dadi Adriana, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2008), 25

Indikator-indikator yang digunakan peneliti adalah bentuk, gaya, desain dan kesan kualitas.³⁶

b. Variabel Harga (X_2)

Harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.³⁷ Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu. Berdasarkan definisi menurut para ahli, dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah nilai uang yang ditentukan oleh penjual barang/jasa dan dibayar oleh pembeli suatu produk barang/jasa guna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli.

Tabel 3.2
Indikator Harga

No	Indikator Harga
1	Daftar harga
2	Diskon
3	Syarat pembayaran
4	Potongan harga
5	Kredit
6	Periode pembayaran

Dalam tabel 3.2 peneliti menggunakan empat indikator harga yakni daftar harga, diskon, syarat pembayaran dan potongan harga.

³⁶ Mullins Jhon W, C. Orville, Jean Claude Larrenche dan Harper W Walker Boyd, *ManajemenPemasaran*, (Jakarta :Erlangga, 2009), 78.

³⁷ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Bauran Pemasaran Edisi 4*, (Jakarta: PT. Penhalindo, 2010), 85.

2. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian konsumen adalah pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.³⁸ Keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.³⁹

Tabel 3.3

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

Menurut Philip dan Kotler, terdapat 5 indikator di dalam pengambilan keputusan pembelian. Indikator-indikator tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 5 indikator tersebut sebagai kriteria penelitian.⁴⁰

³⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta : ANDI, 2008), 19.

³⁹ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 184.

⁴⁰ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 253.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di kampus IAIN Kediri Fakultas Syariah Jurusan Ekonomi Syariah yang beralamatkan di Jl. Sunan Ampel No 07 Ngronggo Kota Kediri Jawa Timur.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang menjadi sasaran penelitian.⁴¹ Populasi berasal dari bahasa Inggris *population* yang berarti jumlah penduduk dalam penelitian yang merupakan keseluruhan dari obyek sehingga obyek–obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁴² Dalam penelitian ini populasi merupakan konsumen jilbab rawis Saudia Ansanía yang berada di Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015.

Berdasarkan penelitian pendahuluan diperoleh data bahwa pengguna jilbab rawis Saudi Ansanía pada mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2015 sebanyak 126. Sehingga populasi dalam penelitian ini adalah konsumen jilbab rawis Saudia Ansanía pada mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015 berjumlah 126.

2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang akan diteliti dan yang dianggap dapat menggambarkan populasi dengan tujuan untuk

⁴¹ Ibid, 130.

⁴² Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2009), 99

mendapatkan kesimpulan umum dari hasil penelitian.⁴³ Dalam penelitian ini, penilaian representatif responden ditentukan berdasarkan kategori kontrol. Kategori kontrol dibuat oleh peneliti agar sampel yang ingin dipilih sesuai dengan kriteria yang diinginkan peneliti/tidak melebar kemana mana.

Kategori kontrol yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

- a. Konsumen berjenis kelamin wanita.
- b. Konsumen menggunakan produk jilbab rawis Saudia Ansania.
- c. Konsumen mengenyam pendidikan di kampus IAIN Kediri.
- d. Konsumen mempunyai pengetahuan tentang jilbab rawis Saudia Ansania.

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling jenuh. Sampel jenuh adalah penggunaan seluruh anggota populasi sebagai sampel peneliti. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 126 orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data diperoleh.⁴⁴ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber

⁴³ Sugiarto, *Teknik Sampling*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2001), 38.

⁴⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2007), 129.

pertamanya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan pengisian kuesioner (daftar pertanyaan) yang dijawab oleh responden. Adapun yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015 yang menggunakan produk jilbab rawis.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner (daftar pertanyaan) kepada responden (sumber data). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁴⁵ Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari angket berupa :

- a. Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (X_1) kualitas produk.
- b. Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (X_2) harga
- c. Beberapa butir pernyataan mengenai variabel (Y) keputusan pembelian

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bagi peneliti yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian.⁴⁶ Instrumen di dalam penelitian ini adalah angket,

⁴⁵ Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 142

⁴⁶ Rully Indrawan dan R. Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan*, (Bandung: PT Rafika Aditama, 2014), 112

yaitu lembaran berupa pernyataan atau pertanyaan yang harus dijawab oleh responden.

G. Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.⁴⁷ Metode ini dimaksudkan untuk meringkas data dalam bentuk yang mudah dipahami dan mudah ditafsirkan sehingga hubungan antar problem penelitian dapat dipelajari dan diuji.⁴⁸ Dalam prosedur analisis data, ada beberapa langkah pokok yang harus dilakukan yaitu:

1. Pemeriksaan Data (*editing*)

Sebelum pengumpulan data dilakukan, pewawancara sudah memberikan penjelasan tentang data yang diperlukan dalam praktiknya, hasil kuesioner yang masuk dari responden masih banyak mendapatkan kesalahan. Oleh karena itu, *editing* diperlukan untuk memeriksa kesalahan atau kekurangan.

2. Pembuatan Kode (*coding*)

Proses pembuatan kode merupakan proses pemberian tanda menggunakan angka atau simbol pada semua jawaban yang terdapat dalam kuesioner. Kode diberikan untuk semua kuesioner yang sama sehingga semua jawaban dapat dimasukkan dalam sejumlah kategori atau kelompok. Di sini efisiensi analisis akan tercipta sebab semua

⁴⁷ Masri Singarimbun, Sofyan Efendi, *Metodologi Penelitian Survei* (Jakarta: Pustaka, 1990), 203.

⁴⁸ M. Katsiran, *Metodologi Penelitian*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), 128.

jawaban dapat diturunkan menjadi beberapa kategori yang dipilih secara seksama.

3. *Scoring*

Scoring adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembar jawaban angket tiap subjek, tiap skor dari item pernyataan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat *option* (pilihan) sebagai berikut :

- a. Jawaban A diberi skor 5
- b. Jawaban B diberi skor 4
- c. Jawaban C diberi skor 3
- d. Jawaban D diberi skor 2
- e. Jawaban E diberi skor 1

4. Penyusunan Tabel (Tabulasi)

Tabulasi merupakan proses peringkasan data dan menampilkannya dalam bentuk yang lebih rapi untuk kepentingan analisis lebih lanjut. Tabulasi merupakan yang harus dipertimbangkan sejak awal dalam urutan penelitian. Dalam prosesnya, tabulasi dapat dilakukan secara manual maupun dengan komputer.

5. *Processing*

- a. Uji Intrumen
 - 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.⁴⁹

Pengukuran validitas faktor ini dengan cara mengkorelasikan antar skor faktor (penjumlahan item dalam satu faktor) dengan skor total faktor (total keseluruhan faktor). Sedangkan pada pengukuran validitas item dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Untuk mengetahui valid tidaknya butir item menggunakan teknik untuk menganalisis pengaruh hubungan kualitas (X_1) dan harga (X_2) dengan keputusan pembelian (Y) dengan teknik analisa korelasi pearson product moment :⁵⁰

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson product moment*

x = Skor setiap pertanyaan atau item

y = Skor total

n = Jumlah responden

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi

0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

⁴⁹ Prabu Budi Santoso dan Ashari, *Analisis dengan Microsoft Excel dan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 247-248

⁵⁰ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya*, (Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007), 136.

- a) Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b) Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) atau r_{hitung} negatif, maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas dibantu dengan menggunakan koefisien *croanbach alpha*.⁵¹ Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS *for windows* 21. Kriteria yang digunakan untuk menafsirkan hasil uji reliabilitas, adalah :⁵²

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

⁵¹ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), 135

⁵² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: UNDIP, 2005, 129.

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 juga tidak terdapat autokorelasi. Jika tidak ditemukan permasalahan maka dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis regresi.

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.⁵³

⁵³ Dwi Priyatno, *Belajar Praktis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS & Prediksi Pertanyaan Pendarasan Skripsi dan Tesis*, (Yogyakarta: Gava Media,2012), 60.

Dasar pengambilan keputusan untuk mendekati kenormalan adalah jika nilai 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)⁵⁴ ataupun memiliki nilai = 3 untuk nilai kurtosisnya.⁵⁵

2) Multikoleniaritas

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*.⁵⁶ 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*.

⁵⁴ Zuraidah, *Statistik Deskriptif*, (Kediri: STAIN Press, 2012), 244

⁵⁵ *Ibid*, 250.

⁵⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 89.

- 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* > 10.⁵⁷

⁵⁷ Ibid, 92.

3) Uji Heteroskedastisitas

Dalam model regresi jika terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.⁵⁸ 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 SRESID dan ZPRED. Dengan keterangan yang mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) 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.

⁵⁸ Ibid, 125.

b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Menurut Priyatno, uji autokorelasi merupakan suatu hubungan yang terjadi diantara residual dari pengamatan satu dengan pengamatan yang lainnya. Uji ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Untuk mendeteksi ada atau tidak autokorelasi, dalam penelitian ini digunakan metode lagrange multiplier (LM test) dengan menggunakan SPSS.

c. Analisis Korelasi Pearson

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.

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:⁵⁹

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

keterangan :

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

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

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

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

Korelasi PPM dilambangkan dengan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila nilai $r = -1$ artinya korelasinya negatif sempurna; $r = 0$ artinya tidak ada korelasi; dan $r = 1$ berarti korelasinya sempurna. Sedangkan arti harga r akan dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r sebagai berikut:⁶⁰

⁵⁹ Irham Fahmi, *Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), 67.

⁶⁰ Ibid, 68.

Tabel 3.4
Interpretasi Koefisien Nilai r

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

d. Analisis Regresi Berganda

1) Persamaan Regresi Linier Berganda

Untuk menguji hipotesis tentang kekuatan variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, dalam penelitian menggunakan analisis regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil (OLS) dengan model dasar :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Variabel *dependent* (keputusan pembelian)

X₁ = Variabel *independent* (kualitas produk)

X₂ = Variabel *Independent* (harga)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e. Pengujian Hipotesis

1) Uji F

Dalam pengujian ini, memiliki suatu tujuan untuk membuktikan apakah variabel-variabel *independent* (X) secara simultan (bersama-sama) memiliki suatu pengaruh terhadap

variabel *dependent* (Y).⁶¹ Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel *independent* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent* dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05.

Selain menggunakan itu, dapat juga dengan melihat nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas lebih kecil daripada 0,05 (untuk tingkat signifikansi = 0,05), maka variabel *independent* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel *dependent*. Sedangkan jika nilai probabilitas lebih besar daripada 0,05 maka variabel *independent* secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

Kemudian akan diketahui apakah hipotesis dalam penelitian ini secara simultan ditolak atau diterima, adapun bentuk hipotesis secara simultan adalah:

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$; harga dan kualitas produk secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq 0$; harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2) Uji t

Untuk mengetahui apakah variabel *independent* secara parsial (individual) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan

⁶¹ Ibid, 88.

seberapa jauh pengaruh satu variabel individu *independent* secara individu dalam menerangkan variabel *dependent*.⁶² Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* berpengaruh secara parsial terhadap variabel *dependent* secara *significant* atau tidak.⁶³

Dalam penelitian ini menggunakan uji signifikan dua arah atau *two tailed test*, yaitu suatu uji yang mempunyai dua daerah penolakan H_0 yaitu terletak di ujung sebelah kanan dan kiri. Dalam pengujian dua arah, biasa digunakan untuk tanda sama dengan (=) pada hipotesis nol dan tanda tidak sama dengan (\neq) pada hipotesis alternatif. Tanda (=) dan (\neq) ini tidak menunjukkan satu arah, sehingga pengujian dilakukan untuk dua arah. Kriteria dalam uji parsial (Uji t) dapat dilihat sebagai berikut:

Uji Hipotesis dengan membandingkan t hitung dengan t tabel

- a) Apabila $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel *independent* secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*.
- b) Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel *independent* secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*.

⁶² Ibid, 88.

⁶³ Singgih Santoso, *Total Quality Management (TQM) dan Six Sigma*, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2007), 168.

Uji Hipotesis berdasarkan Signifikansi

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

f. Uji Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi (*Adjusted R²*) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel *independent* menjelaskan variabel *dependent*. Nilai R^2 sebesar 1, berarti pengaruh variabel *dependent* seluruhnya dapat dijelaskan oleh variabel *independent* dan tidak ada faktor lain yang menyebabkan pengaruh variabel *dependent*. Jika nilai *Adjusted R²* berkisar antara 0 sampai dengan 1, berarti semakin kuat kemampuan variabel *independent* dapat menjelaskan pengaruh variabel *dependent*.⁶⁴

⁶⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, 87.