

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis pendekatan

Dalam penelitian ini metode yang digunakan yakni metode survey yang mana metode survey sendiri berti penelitian dengan cara mengambil sejumlah sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner yang digunakan sebagai alat data pokok. Dalam penelitian kuantitatif survey merupakan sebuah study yang mana dilakukan untuk mempelajari atau meneliti adanya suatu gejala kelompok atau perilaku dari individu.pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dalam bentuk google form. Dalam aturan pendekatan kuantitatif jika dara survey semakin besar maka hasilnya semakin menggambarkan dari populasi<sup>1</sup>. Dalam penelitian ini dilakukan penelitian secara langsung terkait pengaruh dari **quality product, brand luxury dan lifestyle terhadap keputusan pembelian smartphone iphone pada mahasiswa IAIN KUDUS.**

Dalam Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mana merupakan pendekatan dengan menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penyajian data dan hasil data. Penelitian secara kuantitatif merupakan metode dengan mengedepankan pada aspek fenomena sosial yang mana nantinya secara objektif bisa diukur dengan gambaran beberapa masalah, Variabel dan indikator.<sup>2</sup>

### B. Latar atau setting penelitian

Dalam penelitian ini dilaksanakan di kampus Institut agama islam negeri kudus yang memiliki *smartphone* iphone dengan berbagai tipe. Adapun untuk memperoleh datanya dilakukan dengan membagikan kuesioner baik secara hardfile maupun dalam bentuk google form. Pembagian kuesioner kepada para mahasiswa pengguna *smartphone* iphone inilah

---

<sup>1</sup> Muhammad Arsyam Dan M. Yusuf Tahir, Ragam Jenis Penelitian Dan Perspektif, 8-9.

<sup>2</sup> Sandu Siyoto, Dasar Metode Penelitian (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015),18

yang nantinya akan dilakukan analisis data yang kemudian diolah untuk penyusunan skripsi.

### C. Populasi dan sampel

Populasi merupakan total dari seluruh individu maupun subjek bersama dengan ciri-ciri ataupun kualitas yang mana telah ditentukan oleh peneliti guna melaksanakan penelitian, yang nantinya akan ditarik kesimpulan<sup>3</sup>. Berdasarkan jumlahnya populasi dibagi menjadi dua yaitu yang pertama populasi terbatas atau *finite Population* yang mana memiliki sumber data yang jelas mengenai batas kuantitatif berupa elemen atau anggota yang bisa dihitung dan diketahui dengan mudah jumlahnya. Dan yang kedua populasi tidak terbatas atau *Infinite Population* merupakan sumber data yang tidak dapat ditentukan batas kuantitatif berupa anggota yang tidak dapat diketahui jumlahnya.<sup>4</sup> dari sumber data tidak dapat ditentukan. Dalam penelitian ini populasi berjumlah 14.734 mahasiswa yakni seluruh mahasiswa sarjana aktif institute agama islam negeri kudus 2022.

Sampel merupakan bagian dari jumlah yang dimiliki dari populasi. Apabila jumlahnya besar dan peneliti tidak dapat mengamati adanya keseluruhan dari jumlah populasi misalnya dikarenakan adanya suatu keterbatasan sumber daya, materi, tenaga, dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel dari suatu populasi itu. Apa yang nantinya kita pelajari dari sampel maka kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi<sup>5</sup>. Oleh karena itu sampel dari populasi harus mewakili.

Dalam penelitian ini teknik yang dipakai dalam pengambilan sampel yakni Non-Probability Sampling dengan jenis purposive sampling atau sampel pertimbangan yang mana memiliki arti bahwa teknik pengambilan sampel tidak memberikan peluang untuk setiap anggota dari populasi<sup>6</sup>.

---

<sup>3</sup> Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 80.

<sup>4</sup> Indra Jaya, "*Penerapan Statistik Penelitian Pendidikan Ed*", (Jakarta : Kencana, 2019), 17.

<sup>5</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Press & Mibarda Publishing, 2015), 80.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), 131

Dalam purposive sampling akan dipilih berdasarkan adanya pertimbangan tertentu yang memiliki sesuatu yang dikehendaki atau diinginkan, beberapa kriteria yang dijadikan sampel melainkan dengan menggunakan suatu pertimbangan dengan menetapkan beberapa kriteria yaitu:

- a. Mahasiswa S1 aktif Institut Agama Negeri Kudus,
- b. Memiliki dan menggunakan *smartphone* iphone.

Penelitian ini menggunakan rumus parameter proporsi dengan jumlah sampel minimal yang akan digunakan dengan menggunakan rumus seperti berikut:

$$n = \left[ \frac{z^2 \alpha / 2pq}{e^2} \right] \text{ atau } \left[ \frac{z^2 \alpha / 2}{4e^2} \right]$$

Keterangan :

n = jumlah sampel minimal

Z = area dibawah kurva normal

e = area tingkat kesalahan

p = proporsi yang diharapkan

q = proporsi yang tidak diharapkan (jika p dan q tidak diketahui anggap p dan q masing-masing 0,5)<sup>7</sup>

$$n = \left[ \frac{z^2 \alpha / 2}{4e^2} \right]$$

$$n = \left[ \frac{1,96^2}{4(0,10)^2} \right] = 96,04$$

Hasil sampel yang harus didapatkan dalam penelitian ini minimal 96 mahasiswa atau dibulatkan menjadi 100 mahasiswa sebagai responden dikarenakan ketika jumlah sampel telah mendekati populasi umum maka kesalahan generalisasi nantinya akan berkurang.

## D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan segala hal yang mana terbentuk apa saja nantinya yang akan ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari untuk menghasilkan informasi mengenai hal

---

<sup>7</sup> Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis Teori. Konsep Dan Praktik Penelitian Bisnis ( Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data Dengan Ibm Spss 22.0)* (Bandung: Alfabeta, Cv, 2014). 83.

tersebut dan akan ditarik suatu kesimpulan.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini Variabel yang digunakan diklasifikasikan menjadi:

1. Variabel Independen yakni Variabel yang mempengaruhi Variabel lain atau mempengaruhi Variabel dependen serta berhubungan secara positif maupun negatif dengan Variabel dependen. Adapun dalam penelitian ini Variabel independennya yaitu *quality product*, *brand luxury* and *lifestyle*.
2. Variabel dependen yakni Variabel yang dipengaruhi adanya Variabel bebas atau Variabel independent. Dalam penelitian ini Variabel dependennya yakni keputusan pembelian *smartphone* *iphone*.

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang mana menjelaskan bagaimana cara pengukuran suatu Variabel agar dapat dioperasikan.<sup>9</sup> Definisi operasional adalah sebuah informasi ilmiah yang mana membantu penelitian dalam penggunaan Variabel yang sama. definisi operasional yakni suatu definisi yang mana karakteristiknya dapat diuji kebenarannya oleh orang lain<sup>10</sup>

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	<i>Quality product</i> (X1)	<i>Quality product</i> merupakan total dari ciri yang ada dalam produk yang memiliki pengaruh untuk memuaskan adanya kebutuhan yang diperlihatkan ataupun tidak. Kualitas produk	1. Bentuk 2. Fitur 3. Kinerja 4. Kesan kualitas 5. Ketahanan 6. Keandalan 7. Kemudahan perbaikan 8. Gaya 9. Desain. <sup>12</sup>	Liker t

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 1999). 72.

<sup>9</sup> Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis Teori, Konsep, Dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengelolaan Data Dengan Ibm Spss 22.0)*, Ed. Ferli Zulhendri (Bandung: Alfabeta, Cv, 2014).

<sup>10</sup> Jonathan Sarwo Dan Tutty Martodihardjo, *Riset Bisnis Untuk Pengambilan Keputusan*, Ed. Sigit Suryantoro (Yogyakarta: Cv Andi Offset, 2008).

<sup>12</sup> Rohani Fitriyani Carmelia Cesariana, Fadlan Juliansyah, "Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas

		juga yang menjadikan suatu produk berbeda dengan produk lain oleh karena itu perusahaan harus memaksimalkan produknya agar dapat bersaing di hati konsumen. <sup>11</sup>		
2.	Brand luxury(X2)	suatu citra di benak konsumen mengenai kualitas yang dimiliki, tingkat harga, estetika, kelangkaan, keanehan dan tingkat asosiasi non fungsional; yang nilainya tinggi. <sup>13</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Status Simbol</li> <li>2. Reputasi</li> <li>3. Tingkat Harga (mahal)</li> <li>4. Level Pelayanan</li> <li>5. Tingkat sosial</li> <li>6. Kepercayaan</li> <li>7. Harga diri<sup>14</sup></li> </ol>	Liker t
3.	Lifestyle (X3)	gaya hidup diartikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aktivitas</li> <li>2. Ketertarikan pembelian</li> <li>3. Pendapat atau</li> </ol>	Liker t

Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran),” *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, No. 1 (2022): 211–24, <https://Dinastirev.Org/Jmpis/Article/View/867>.

<sup>11</sup> Vicky Brama Kumbara, “Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse,” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2, No. 5 (2021): 604–30, <https://Doi.Org/10.31933/Jimt.V2i5.568>.

<sup>13</sup> Dhiya’u Shidiqy And Rendy Setiawan, “Dominasi Brand Minded Dan Multi-Brand Loyalty Dalam Pembelian Produk Dengan Luxury Brand,” *Sosebi: Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis Islam* 2, No. 1 (2022): 123–36, <https://Doi.Org/10.21274/Sosebi.V2i1.5352>.

<sup>14</sup> Danny Marcheta Alfitrada, “Pengaruh Brand Luxury Dan Brand Awareness Terhadap Willingness To Pay (Studi Pada Konsumen Pembeli Motor Dengan Mesin Diatas 500cc Di Indonesia) Danny,” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 2019, 82.

		dengan bagaimana seseorang menghabiskan waktu yang dimiliki apa yang telah dianggap penting dalam lingkungannya dan apa yang telah dipikirkan tentang diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya. <sup>15</sup>	opini. <sup>16</sup>	
4.	Keputusan Pembelian (Y)	proses yang dilakukan oleh konsumen dalam melakukan keputusan baik itu sebelum, selama ataupun setelah melaksanakan pembelian barang atau jasa menggunakan uang sebagai alat tukarnya <sup>17</sup> .	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemantapan mengenai informasi produk</li> <li>2. Kemantapan manfaat, kualitas dan reputasi yang dimiliki produk</li> <li>3. Kemantapan pembelian produk</li> <li>4. Kemantapan untuk membeli ulang produk<sup>18</sup>.</li> </ol>	Likert

<sup>15</sup> Ginanjar Rahmawan Sabike Tabitha Bora, “Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, Sosial, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tas Branded Kw” 5, No. 2 (N.D.): 163–75.

<sup>16</sup> Yulius And Ansorullah, “Kualitas Produk , Gaya Hidup , Harga Dan Keputusan Pembelian Iphone Di Wilayah Dki Jakarta Product Quality , Lifestyle , Price And Iphone Purchase Decision In Dki Jakarta Area.”

<sup>17</sup> Suryani And Batu, “Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Di Kota Bogor.”

<sup>18</sup> Wildan Aziz Rifai And Murwanto Sigit, “Pengaruh Citra Merek , Sikap Konsumen , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Harga Sebagai Variabel Intervening ( Pertimbangan Mahasiswa Yang Berkuliah Di Yogyakarta Dalam Membeli Iphone )” 01, No. 04 (2022): 15–29.

## E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui telah dijalankan sesuai fungsinya atau tidak sebuah instrumen alat ukur. Dalam validitas akan menunjukkan fungsi alat ukur secara tepat dan cermat. Adapun skala pengukuran dikatakan valid apabila telah mengukur dan melakukan sesuai dengan yang seharusnya.<sup>19</sup>

Dalam validitas penelitian terdapat dua macam pembagiannya yaitu, internal dan eksternal. Validitas internal membahas mengenai akurasi dari desain penelitian sedangkan validasi eksternal mengenai akurasi dari hasil penelitian dapat diterapkan pada populasi tempat sampel diambil. Ketika sampel penelitian representatif instrumen valid dan reliabel atau penelitian valid untuk semua objek, situasi dan waktu yang berhubungan dengan sampel yang telah dipilih.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan guna mengetahui seberapa kestabilan dari alat ukur. Dalam uji ini digunakan untuk menguji adanya kepercayaan terhadap instrumen yang mana pengujian instrumen memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Ketika hasil pengujian terhadap instrumen tersebut menghasilkan hasil yang tetap. Oleh karena itu masalah reliabilitas instrumen terdapat hubungan dengan ketepatan hasil. Hasil pengukuran dapat dipercaya. Ketika dilakukan beberapa kali pengujian dengan hasil yang diperoleh relatif sama dengan Batasan aspek yang diukur dari subyek tidak ada perubahan.<sup>20</sup> Pengukuran dalam uji reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu repeat measure dan one shot dalam pengukuran reliabilitas dapat dikatakan reliabel. Ketika memiliki cronbach alpha  $> 0,60$ .<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Teori Dan Praktik*, Pertama (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013)

<sup>20</sup> Wijaya.

<sup>21</sup> Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis Teori, Konsep, Dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengelolaan Data Dengan Ibm Spss 22.0)*.

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Data Primer

penyebaran kuesioner kepada responden merupakan data primer yang dipakai dalam penelitian ini. Kuesioner merupakan serangkaian pertanyaan yang diajukan kepada responden sebagai alat untuk pengumpulan data berkaitan dengan pengembangan hipotesis hipotesis sesuai dengan tujuan penelitian.<sup>22</sup> Kuesioner disebarkan telah terstruktur. Dalam penelitian kuesioner dapat disebarkan melalui beberapa baik melalui pengiriman langsung maupun pengiriman oleh pengirim langsung maupun dikirimkan dengan melalui pengiriman menggunakan teknologi komunikasi. Secara personal.<sup>23</sup> penyebaran kuesioner kepada responden dilakukan dengan menggunakan *google form*. Kuesioner kemudian diisi oleh responden tanpa adanya unsur paksaan dan atas kemauannya sendiri.

Dalam kuesioner penelitian ini diukur menggunakan skala *likert* dengan menggunakan metode tertutup. dalam skala *likert* variabelnya dijabarkan sehingga menjadi indikator variabel yang nantinya Variabel digunakan sebagai titik tolak variabel penyusunan instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan. Setiap instrumen yang menggunakan skala *likert* maka jawabannya mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif seperti:

- 1) STS diberi skor = 1
- 2) TS diberi skor = 2
- 3) RG diberi skor = 3
- 4) ST diberi skor = 4
- 5) SS diberi skor = 5

Keterangan :

- |     |                       |
|-----|-----------------------|
| SS  | = sangat setuju       |
| ST  | = setuju              |
| RG  | = ragu-ragu/netral    |
| TS  | = tidak setuju        |
| STS | = sangat tidak setuju |

---

<sup>22</sup> Kurniawan.

<sup>23</sup> Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Teori Dan Praktik*.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dengan cara tidak langsung diperoleh oleh peneliti. Dalam data sekunder bisa berupa buku, catatan, laporan, arsip dan lain-lain. Data sekunder yang telah didapatkan tidak memerlukan pengolahan ulang.<sup>24</sup>

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian merupakan proses yang paling akhir yang dilakukan dalam penelitian yang berfungsi untuk membuktikan suatu hipotesis. Dalam melakukan analisis ini data yang telah dikumpulkan dilakukan pengeditan data, pengkodean dan pengkategorian data. Dan data yang tidak lengkap jawabannya dari responden perlu diselesaikan. Data yang telah sesuai kemudian disimpan dan dianalisis menggunakan program komputer. Teknik analisis data merupakan metode yang dilakukan untuk melakukan pengujian antar Variabel dependen dengan Variabel independen.<sup>25</sup> Metode analisis data dilakukan dengan pengukuran langsung dan penafsiran data yang telah diperoleh Adapun analisis data dilakukan dengan menggunakan program komputer yakni SPSS.

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing Variabel tetapi pada nilai residualnya. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal P Plot, Skewness dan Kurtosis atau uji Kolmogorov Smirnov. Tidak ada metode yang buruk atau tidak tepat. Tipsnya adalah bahwa pengujian dengan metode grafik sering menimbulkan perbedaan persepsi di antara beberapa pengamat. Dalam Ghozali

---

<sup>24</sup> Andra Tersiana, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2018).

<sup>25</sup> Anna Yulianita Nurlina Tmuhyiddin, M. Irfan Tarmizi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Sosial: Teori, Konsep, Dan Rencana Proposal*, Ed. Dedy A Halim (Jakarta: Salemba Empat, 2018).

untuk mendeteksi normalitas data dapat juga dengan uji Kolmogorov Smirnov dilihat dari nilai residual. Dikatakan normal bila nilai residu yang dihasilkan di atas nilai signifikansi yang ditetapkan.

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara Variabel-Variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara Variabel-Variabel bebasnya, maka hubungan antara Variabel bebas terhadap Variabel terikatnya menjadi terganggu. Uji multikolinieritas dilakukan juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing Variabel independen terhadap Variabel dependen. Beberapa kriteria untuk mendeteksi multikolinieritas pada suatu model adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai Tolerance tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas. Semakin tinggi VIF, maka semakin rendah Tolerance.
- 2) Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing Variabel independen kurang dari 0,70, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas. Jika lebih dari 0,70 maka diasumsikan terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar Variabel independen sehingga terjadi multikolinieritas.
- 3) Jika nilai koefisien determinasi, baik nilai  $R^2$  maupun Adjusted  $R^2$  di atas 0,60, namun tidak ada Variabel independen yang berpengaruh terhadap Variabel dependen, maka diasumsikan model terkena multikolinieritas.<sup>26</sup>

#### **c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke

---

<sup>26</sup> Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis Teori, Konsep, Dan Praktik Penelitian Bisnis*, 157.

pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah diana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID Nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tangan, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. Uji statistik yang dapat digunakan oleh uji Glejser, uji Rho Spearman, uji Glejser, uji Park, dan uji Rho Spearman.

**d. Uji Autokorelasi**

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang disusun menurut runtut waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi. Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara Variabel pengganggu ( $e_i$ ) pada periode tertentu dengan Variabel pengganggu periode sebelumnya ( $e_{t-1}$ ). Autokorelasi terjadi pada sampel dengan data time series dengan sampel dan-sampel adalah periode waktu. Beberapa uji statistik yang sering dipergunakan adalah uji Durbin-Watson, uji run test.<sup>27</sup>

**e. Uji Regresi Linier Berganda**

Regresi linier berganda merupakan proses yang dilakukan untuk menguji adanya hubungan antar Variabel dependen dengan Variabel dependen baik itu satu ataupun lebih.persamaan dalam regresi linier berganda merupakan model persamaan regresi linier dengan Variabel bebas yang lebih dari satu. Adapun bentuk umum persamaan ini yakni :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 \dots + \varepsilon$$

---

<sup>27</sup> Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi Dan Bisnis Teori, Konsep, Dan Praktik Penelitian Bisnis*, 158.

Keterangan :

$Y$  = Nilai dari Variabel dependen ( Variabel tidak bebas/  
Variabel terikat/Variabel yang dipengaruhi)

$\alpha$  = koefisien konstanta

$X_1$  = *quality produk* (Kualitas Produk)

$X_2$  = *Brand Luxury* (Merek Mewah)

$X_3$  = *lifestyle* (Gaya Hidup)

$\varepsilon$  = Error

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial (Uji-t)

Uji ini dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui apakah model regresi Variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Variabel dependen. Hipotesis:

- 1)  $H_0$  : Tidak ada pengaruh  $X_1, X_2$  secara parsial terhadap  $Y_3$
- 2)  $H_a$  : Ada pengaruh  $X_1, X_2$  secara parsial terhadap  $Y_3$

Kriteria pengambilan keputusan:

- 1)  $H_0$  diterima bila signifikansi  $> 0,005$  (tidak berpengaruh)
- 2)  $H_0$  ditolak bila signifikansi  $< 0,005$  (berpengaruh)

### b. Uji Simultan (Uji-f)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah Variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Variabel dependen. Hipotesis:

- 1)  $H_0$  : Tidak ada pengaruh  $X_1, X_2$  secara bersama-sama terhadap  $Y_3$
- 2)  $H_a$  : Ada pengaruh  $X_1, X_2$  secara bersama-sama terhadap  $Y_3$

Kriteria pengambilan keputusan:

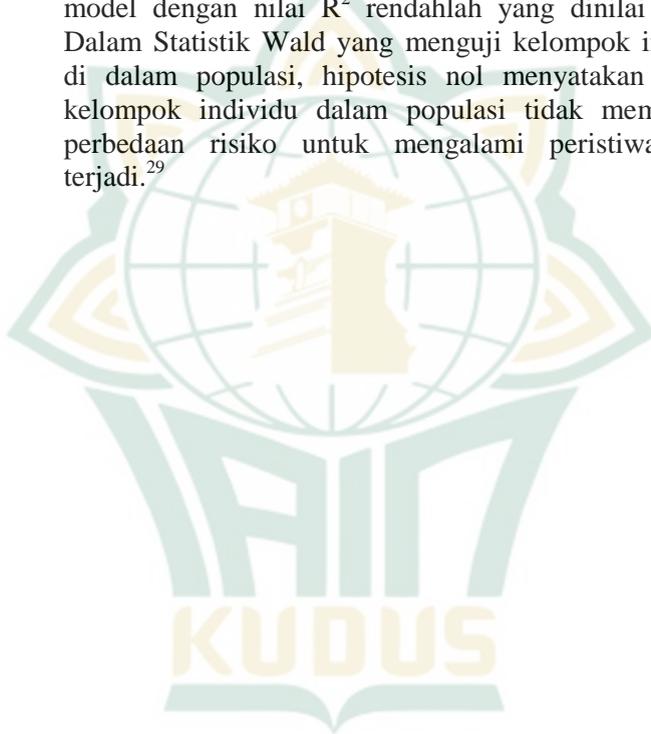
- 1)  $H_0$  diterima bila signifikansi  $> 0,05$  (tidak berpengaruh)
- 2)  $H_0$  ditolak bila signifikansi  $< 0,05$  (berpengaruh)<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup>Gun Mardiatmoko, Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda

**c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Nilai  $R^2$  mengukur tingkat ketepatan dan kecermatan (*goodness of fit*) antara Variabel independen dan dependen, sedangkan pada regresi logistik tidak boleh diterapkan karena tidak mungkin untuk mengamati nilai 0 dan 1 dari Variabel dependen. Pada regresi logistik, tidak diharapkan adanya nilai  $R^2$  yang terlalu tinggi sebagaimana pada regresi berganda. Oleh karena itu, model dengan nilai  $R^2$  rendahlah yang dinilai sesuai. Dalam Statistik Wald yang menguji kelompok individu di dalam populasi, hipotesis nol menyatakan bahwa kelompok individu dalam populasi tidak mempunyai perbedaan risiko untuk mengalami peristiwa yang terjadi.<sup>29</sup>



---

[*Canarium Indicum L.*], *Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14, (2020):335-336.

<sup>29</sup> Nurlina T. Muhyidin, Dkk, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial*, 117-118.