

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono, penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini strategi penelitian asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variabel X (variabel bebas) yang terdiri atas *Product Quality* (X1), *price* (X2), *promotion* (X3), dan *packaging* (X4) terhadap variabel Y yaitu keputusan pembelian (variabel terikat), baik secara parsial maupun simultan.¹

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *survei*, dimana penulis membagikan kuesioner untuk pengumpulan data. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono, penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

B. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan tempat kejadian baik berupa objek maupun subjek yang telah ditentukan oleh peneliti yang mana mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang selanjutnya dipelajari untuk diperoleh kesimpulannya.³ Maka populasi dari penelitian ini adalah konsumen produk Herbalife, terutama yang berada dikota Jepara.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah keseluruhan yang dimiliki oleh populasi yang memiliki karakteristik. Apabila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil dari keseluruhan cukup menggunakan sampel dari populasi harus valid dan benar-benar mewakili karena terbatasnya tenaga dan biaya.⁴ Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan

¹ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. (Bandung: Alfabeta, 2019)

² Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. (Bandung: Alfabeta, 2019)

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 215.

⁴ Sugiyono, 118

diberlakukan untuk populasi. Untuk yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen produk Herbalife, terutama yang berada dikota Jepara. Dalam Penelitian ini untuk pengambilan dan penentuan jumlah sampel penulis menggunakan teori Solvin, pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan menggunakan rumus Solvin sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan (10% atau 0,1)⁵

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian produk Herbalife kurang lebih 100 orang. Maka untuk mengetahui sampel yang digunakan harus menggunakan perhitungan sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{100}{1 + 100 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{100}{1 + 100 \times 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{100}{1,01}$$

$$n = 99,00$$

Sehingga penelitian ini menggunakan 99,00 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

3. Sampling

Peneliti menggunakan teknik pemilihan sampel *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti jika peneliti memiliki pertimbangan-pertimbangan tertentu didalam pengambilan sampelnya.⁶ Teknik ini dipilih dengan tujuan sampel yang diambil dapat mewakili karakteristik populasi yang diinginkan. Maka, sampel yang diambil dari penelitian ini adalah konsumen produk Herbalife, terutama yang berada dikota Jepara.

⁵ Esti Yuandari dan R. Topan Aditya Rahman, *Metodologi Penelitian dan Statistika*, (Bogor: In Media, 2017) hal. 10

⁶ Asrof Syafi'i, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Surabaya: eLKAF, 2005), hal. 137

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Pada penelitian ini, sumber data diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder.

- a. Data primer adalah data yang berasal langsung dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.⁷ Data primer dalam penelitian ini adalah tanggapan responden yang berisi tentang pendapat atau penilaian mereka terhadap variable penelitian.
- b. Dalam Penelitian ini data skunder yang digunakan adalah referensi yang diperoleh melalui studi kepustakaan untuk memperoleh informasi dari buku-buku referensi, literature internet. Dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini merupakan data yang diusahakan sendiri pengumpulannya, oleh karenanya peneliti menggunakan kepustakaan yang diambil dari buku, jurnal, internet, koran dan data lainnya.

2. Variabel Penelitian

Variabel dianggap menjadi suatu rancangan atau ide yang difokuskan oleh pengkaji sebagai sebuah bahan riset yang hendak diteliti. Variabel penelitian yaitu mengenai suatu hal yang sudah diputuskan oleh seorang peneliti dimana berhubungan dengan penelitiannya guna untuk dipelajari kemudian akan didapatkan informasi mengenai segala hal tersebut, lalu kesimpulannya bisa ditarik.⁸

Dalam penelitian ini, ada 2 jenis variabel yang digunakan, yaitu.

- a. Variabel Independen atau Variabel Bebas (X)

Variabel independen adalah suatu variabel yang akan memberikan pengaruh dan juga yang bisa memberi akibat ataupun sebab dari berubahnya variabel dependen (terikat).⁹ Dalam penelitian ini, variabel bebasnya adalah produk (X1), harga (X2), promosi (X3), dan kemasan (X4).

⁷ Husaini Usman & Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistika*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), hal. 14

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi* (Bandung, Alfabeta, 2017)

⁹ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, 61

b. Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹⁰ Dalam penelitian ini, variabel terikat yang digunakan adalah keputusan pembelian (Y).

3. Skala Pengukuran

Skala Pengukuran merupakan skala yang digunakan berbagai alat ukur untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada pada alat ukur. Alat ukur tersebut jika dipakai dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran pada penelitian ini berupa Skala *Likert*. Skala tersebut dipakai dalam pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi individu maupun kelompok tertentu biasanya mengenai fenomena sosial.¹¹

Jadi skala pengukuran akan menghasilkan angka yang kemudian diuji sehingga akan menghasilkan data yang akurat, efisien dan komunikatif. Berikut skala penilaian dengan pengukuran Skala *Likert*.

Tabel 3.1
Skala Pengukuran

Keterangan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

D. Defnisi Operasional Variabel

Untuk mempermudah penelitian, maka diperlukan adanya uraian berkaitan dengan variabel operasional. Adapun variabel operasional di penelitian ini, yaitu.

Tabel 3.2
Variabel Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari	a. <i>Performance</i> (kinerja) b. <i>Features</i> (fitur)	<i>Likert</i> 1-5

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung, Alfabeta: 2014), 64

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta , 2014), hal. 93

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.	c. <i>Reliability</i> (keandalan) d. <i>Esthetics</i> (Estetika) e. <i>Durability</i> (daya tahan) f. <i>Perceived quality</i> (kualitas yang dipersepsikan).	
Harga (X2)	Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan, atau jumlah nilai yang ditukar pelanggan dengan keuntungan memiliki atau menggunakan produk atau layanan tersebut.	a. Daya saing harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. c. Kesesuaian harga dengan manfaaat produk.	<i>Likert 1-5</i>
Promosi (X3)	Promosi merupakan kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut.	a. Periklanan b. Penjualan Personal c. Promosi penjualan d. Publisitas dan Hubungan Masyarakat e. Informasi dari mulut ke mulut f. Pemasaran langsung	<i>Likert 1-5</i>
Desain Kemasan (X4)	<i>Packaging</i> merupakan instrumen penting dalam mengenalkan produk kepada konsumen karena <i>packaging</i> bukan hanya sebagai pelindung atau pembungkus produk tetapi juga sebagai <i>branding</i> dan citra	a. Penggunaan warna pada kemasan. b. Desain dan bentuk kemasan. c. Ukuran kemasan. d. Bahan fisik kemasan.	<i>Likert 1-5</i>

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	dari perusahaan atau pelaku usaha.		
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah proses yang dilewati konsumen untuk mengambil keputusan, dimana konsumen benar-benar membeli.	a. Keyakinan kepada sebuah produk. b. Kebiasaan dalam membeli produk. c. Merekomendasi produk kepada orang lain. d. Membeli kembali produk.	<i>Likert 1-5</i>

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data pada penelitian ini maka peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Metode teknik pengumpulan data adalah sebuah cara yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh informasi dari responden sebagai instrument pengumpulan data yang memastikan tercapai tidaknya suatu penelitian.¹² Teknik mengumpulkan sebuah data pada penelitian yaitu suatu teknik guna mendapatkan berbagai data yang dibutuhkan pada penelitian.¹³ Teknik yang digunakan dalam hal mengumpulkan data di penelitian ini yaitu menggunakan metode angket atau kuesioner.

Kuesioner yaitu sebuah teknik mengumpulkan data secara efisien dilakukan apabila peneliti mengetahui ukuran dari variabel yang akan diteliti secara pasti dan memahami sesuatu yang dapat diharapkan dari pihak responden.¹⁴ Metode angket biasa dikatakan sebagai metode kuesioner yang berasal dari kata questionnaire yang memiliki arti daftar dari pertanyaan. Metode angket yaitu serangkaian beberapa pertanyaan dimana penyusunannya dilakukan dengan runtut, lalu pertanyaan tersebut diberikan dan akan diisi oleh responden. Lalu data tersebut diolah dan dianalisis oleh peneliti sesuai dengan yang diisi oleh responden. Pertanyaan pada angket tersebut disesuaikan dengan masalah, tujuan, dan hipotesis penelitian.¹⁵

Bentuk angket pada penelitian ini yaitu menggunakan angket tertutup.

¹² Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 133

¹³ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 159.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 142.

¹⁵ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), 130.

Disebut angket tertutup karena pertanyaan disusun sedemikian rupa guna merekam data mengenai keadaan responden secara nyata, lalu seluruh alternatif jawaban sudah ada pada angket dan pertanyaannya harus dijawab semua oleh responden.¹⁶ Adapun responden pada penelitian ini yaitu konsumen produk Herbalife, terutama yang berada di kota Jepara.

F. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen/ kuesioner.¹⁷ Suatu item dikatakan valid apabila adanya hubungan yang signifikan dengan nilai totalnya, dan dapat menjelaskan data yang di teliti bahwa adanya dukungan item yang ingin diungkap. Uji validitas ini dibantu dengan SPSS dengan teknik korelasi *Bivariate Person (Product Momen Pearson)* yang mana ini sering dipakai untuk mencari validitas. Uji validitas digunakan untuk mengukur derajat dalam penelitian tentang isi atau arti sebenarnya yang diukur. Pengujian uji dilakukan dengan 2 taraf signifikansi 0,05.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka dinyatakan valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reabilitas Instrumen

Reabilitas adalah indeks (koefisien) yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas berarti pengujian yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil ukur tetap stabil, walaupun telah dilakukan pengukuran mengenai masalah yang sama sebanyak dua kali ataupun lebih yang mana alat ukurnya juga sama.¹⁸

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama – sama terhadap seluruh butir pertanyaan untuk lebih dari satu variabel, tetapi sebaiknya uji reliabilitas sebaliknya dilakukan pada masing – masing variabel lembar kerja yang berbeda sehingga dapat diketahui konstruk variabel mana yang tidak reliabel. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpa Cronbach's* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan

¹⁶ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), 130.

¹⁷ Tony Sitinjak, dkk., *Model Matriks Konsumen Untuk Menciptakan Superior Customer Value*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), hlm. 42.

¹⁸ Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 1* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 173.

ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat di interprestasikan sebagai berikut:

- a. Nilai *alpha Cronbach* 0,0 s.d 0,20, berarti kurang reliabel.
- b. Nilai *alpha Cronbach* 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliabel.
- c. Nilai *alpha Cronbach* 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliabel.
- d. Nilai *alpha Cronbach* 0,61 s.d 0,80, berarti reliabel.
- e. Nilai *alpha Cronbach* 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliabel.

Reliabilitas suatu konstruk dikatakan baik jika memiliki nilai *cronbach's Alpha* $>$ 0,60. Menurut Sayuti kuesioner dinyatakan reliable jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0.60. Jadi pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan keajegan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.¹⁹

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusikan secara normal atau tidak. Apabila data terdistribusi secara normal maka digunakan uji statistik parametrik sedangkan apabila data tidak terdistribusi secara normal maka digunakan uji statistic non parametrik.²⁰ Pendistribusian data dikatakan baik jika polanya seperti distribusi normal, yang mana distribusi data itu tidak membentuk pola yang miring ke kiri ataupun ke kanan dan meruncing ke kiri ataupun ke kanan.²¹ Teknik normal *probability* plot memperbandingkan distribusi yang kumulatif dari distribusi yang normal. Pendistribusian normal berbentuk garis satu yang lurus diagonal dan plotting data residual akan diperbandingkan dengan garis diagonalnya. Apabila pendistribusian data normal, maka data yang ada akan mengikuti garis diagonalnya.²²

2. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali, Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan

¹⁹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hal. 96.

²⁰ Sofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. (Jakarta: Rajawali Press, 2014), hal. 173

²¹ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 187.

²² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 161.

pengganggu periode t-1 (Sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dapat dikatakan terdapat masalah Autokorelasi. Uji autokorelasi hanya dipakai untuk data time series (data yang diperoleh dalam kurun waktu tertentu) seperti data laporan keuangan dan lain-lain. Sementara untuk data cross section (data yang diperoleh secara bersamaan atau sekaligus seperti penyebaran kuisioner), maka data tersebut tidak perlu dilakukan uji auto korelasi.²³

Metode pengujian pada penelitian ini yaitu menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Penggunaan uji ini hanya diperuntukkan autokorelasi yang tingkatannya satu dan terdapat suatu syarat yaitu dengan terdapatnya intercept (konstanta) pada model regresi dan tidak erdapatnya variabel lain ditengah-tengah variabel bebas yang ada. Hipotesis dalam pengujian ini yaitu:

H₀ : Tidak adanya autokorelasi ($r = 0$)

H_a : Adanya suatu autokorelasi ($r \neq 0$)

Kriteria yang digunakan, yaitu:²⁴

- a. Jikalau nilai DW letaknya diantara dU dan $4 - dU$, maka koefisiennya bernilai nol, menandakan bahwa tidak terjadi autokorelasi.
- b. Jikalau nilai DW lebih kecil dari dL, maka koefisiennya lebih besar dari nol, menandakan bahwa terjadinya autokorelasi yang positif.
- c. Jikalau nilai DW lebih besar dari $4 - dL$, maka koefisiennya lebih kecil daripada nol, menandakan bahwa terjadinya autokorelasi yang negatif.
- d. Jikalau nilai DW letaknya diantara dU dan dL atau DW letaknya diantara $4 - dU$ dan $4 - dL$, menandakan bahwa hasil tidak bisa dinyatakan.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel bebas. Apabila terdapat hubungan yang tinggi antara variabel-variabel bebas tersebut maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat akan terganggu.²⁵ Model regresi disebut baik, jika variabel bebas tidak saling berkaitan. Jika terdapat hubungan antar variabel

²³ Firdaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Riau: DOTPLUS Publisher, 2021), hal. 34

²⁴ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 184

²⁵ Nikolaus Duli, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*, (Sleman: Deepublish, 2019), hal. 120

bebas, maka variabel tersebut tidak menjadi variabel ortogonal. Variabel ortogonal yaitu variabel bebas yang mempunyai nilai korelasi dengan variabel bebas lain sama dengan nol.²⁶

Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan nilai VIF $> 10,00$ maka artinya terjadi multikolinearitas.²⁷

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas mempunyai maksud guna menguji mengenai apakah ditemukan adanya perbedaan variance residual dari suatu penelitian ke penelitian berikutnya. Bila variance residual tetap, dikatakan homoskedastisitas lalu bila mempunyai perbedaan maka dikatakan heteroskedastisitas. Model regresi dikatakan baik jikalau ada homoskedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedastisitas dalam pengamatan.²⁸

Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas, dengan cara memperhatikan grafik dari *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED untuk mengetahui terdapat atau tidak terdapatnya bentuk tertentu. Apabila terbentuk pola tertentu, misalnya banyak titik berbentuk pola secara terstruktur seperti berbentuk gelombang, terjadi pelebaran lalu terjadi penyempitan, maka diindikasikan terjadinya heteroskedastisitas. Tetapi, jikalau tidak ada bentuk yang jelas, seperti banyak titik yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 di sumbu Y, maka diindikasikan tidak ada heteroskedastisitas.²⁹

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terkait.³⁰ Pengujian ini dilakukan untuk melakukan identifikasi

²⁶ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 180.

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 105-106.

²⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 139.

²⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 139

³⁰ A. Lind Douglas, G. Marcal William, A. Wathen Samuel, *Teknik-teknik statistika dalam Bisnis dan Ekonomi, Edisi 13*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008)

mengenai suatu variabel bebas yang bisa memberikan pengaruh secara signifikan pada variabel terikatnya dimana hal ini bisa dilakukan secara parsial ataupun simultan.³¹

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis regresi berganda di karenakan jumlah variabel bebas yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel terikat. Berikut Rumus yang digunakan sebagai berikut:Keterangan:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3 + bx_4 + e$$

- Y : Variabel keputusan pembelian
 X1 : Variabel Produk
 X2 : Variabel Harga
 X3 : Variabel Promosi
 X4 : Variabel Kemasan
 a : Konstanta
 b : Koefisien Regresi
 e : Kesalahan Pengganggu, yaitu nilai dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam persamaan.

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi adalah suatu ukuran yang menunjukkan besarnya sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terkait. Apabila nilai koefisien determinasi sama dengan satu artinya garis regresi yang terbentuk cocok secara sempurna dengan nilai-nilai dari hasil pengamatan yang diperoleh. Semakin besar nilai R² maka semakin bagus garis regresi yang terbentuk dan sebaliknya.³² Nilai koefisien determinasi yaitu diantara nilai yang besarnya nol dan satu. Kemampuan yang dimiliki variabel independen dalam hal menerangkan variabel dependen dikatakan terbatas jika mempunyai nilai koefisien determinasi yang kecil.³³

Jikalau nilainya 0, menjelaskan bahwa tidak terdapat sedikitpun pengaruh variabel independen pada variabel dependen, ataupun variabel independen tidak mampu menerangkan variabel dependen walaupun hanya sedikit. Sedangkan nilai koefisien determinasi sama dengan 1, menjelaskan variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara sempurna, ataupun

³¹ Fridayana Yudiaatmaja, *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS* (Jakarta: Gramedia, 2013), 2.

³² Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Mertode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), hal. 259

³³ Mudjarad Kuncoro, *Metode Kuantitatif* (Yogyakarta: AMP YKPN, 2001), 100.

variabel independen mampu menjelaskan 100% variabel dependen.³⁴

3. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap variabel terkaitnya. Uji ini dilakukan secara serentak.³⁵ Uji ini dilakukan dengan tujuan guna melakukan pengujian mengenai variabel independen (X) secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan pada variabel dependen (Y). Tingkat signifikansinya yaitu $\alpha = 5\%$ dan rumus dari $df (n - k - 1)$. Uji ini berguna untuk membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} , dimana ketentuannya tertera seperti berikut:³⁶

- Apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima (tidak ada pengaruh).
- Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak (ada pengaruh).

4. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Uji parsial ini memiliki tujuan untuk menguji pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun perhitungannya dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} atau nilai probabilitas sebesar 5% atau 0,05. Adapun uji t mempunyai kriteria penerimaan atau penolakan.

- Jika H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai probabilitas $< 0,05$
- Jika H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai probabilitas $> 0,05$.³⁷

³⁴ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 66.

³⁵ Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi Dasar Dan Penerapannya Dengan R*, (Jakarta, Kencana, 2016), hal. 96-97

³⁶ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 67.

³⁷ Sofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal 303-304