

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Adapun jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field reseach) yaitu melakukan penelitian di lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung.<sup>1</sup> Dalam penelitian ini yang akan diamati adalah Pengaruh Demografi, Situasi dan Karakter Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Muslimah (Studi Masyarakat Desa Rejoagung Trangkil Pati).

##### **2. Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain dengan syarat utamanya adalah sampel yang diambil harus representatif (dapat mewakili).<sup>2</sup>

Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif data-data yang diperoleh dari lapangan menjadi angka-angka. Kemudian angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil oleh data yang diinginkan.

#### **B. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

---

<sup>1</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 32.

<sup>2</sup> Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm. 7.

ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>3</sup> Adapun populasi penelitian ini adalah masyarakat perempuan desa Rejoagung Trangkil Pati yaitu 1.716 jiwa. Karena peneliti berfokus pada masyarakat yang memiliki dan menggunakan pakaian muslimah.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>4</sup> Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah non probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (masyarakat) populasi untuk dipilih menjadi sampel, karena sampel yang akan digunakan hanya masyarakat perempuan.

Dan metode yang digunakan adalah metode sampling purposive yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>5</sup> Berdasarkan kriteria usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, agama, jenis keluarga, dan status pernikahan.

Untuk menentukan beberapa minimal sampel yang dibutuhkan jika populasi diketahui, dapat digunakan rumus Slovin seperti berikut:

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

Di mana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel). Peneliti menginginkan nilai kritis sebesar 10%.<sup>6</sup>

Maka banyaknya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>3</sup> Sugiyono, Statistik untuk Penelitian, Alfabet, Bandung, 2014, hlm. 61

<sup>4</sup> Ibid., hlm. 62.

<sup>5</sup> Ibid., hlm. 68.

<sup>6</sup> Bambang Prasetyo, Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006, hlm. 137-138.

$$n = \frac{1716}{1+(1716)(10)\%}$$
$$n = \frac{1716}{1+(1716)(0,01)}$$
$$n = \frac{1716}{1+17,16}$$
$$n = \frac{1716}{18,16}$$

$n = 94,49$  dibulatkan menjadi 95 responden

Untuk mengurangi tingkat kesalahan dalam pengisian kuesioner dan pengambilan keputusan yang terlalu lama, maka setiap kuesioner yang diberikan kepada responden tidak boleh disimpan tapi harus diisi dan diserahkan kembali.

### C. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>7</sup> Pada penelitian ini variabel yang digunakan variabel bebas dan variabel terikat.

#### 1. Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel bebas merupakan variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain.<sup>8</sup> Variabel bebas pada penelitian yaitu Demografi ( $X_1$ ), Situasi ( $X_2$ ) dan Karakter Konsumen ( $X_3$ ).

#### 2. Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat merupakan variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y).

---

<sup>7</sup> Masrukin, Metodologi Penelitian Kuantitatif, STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm. 134.

<sup>8</sup>Ibid., hlm. 134.

<sup>9</sup>Ibid., hlm. 134.

#### D. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dan memperjelas apa yang dimaksud dengan variabel-variabel dalam penelitian ini maka perlu diberikan definisi operasional. Definisi operasional adalah alat untuk mengukur suatu variabel atau dapat dikatakan petunjuk pelaksanaan bagaimana mengukur variabel.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

No	Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Referensi
1.	Demografi (X <sub>1</sub> )	Penggambaran perbedaan masyarakat berdasarkan usia, jenis kelamin, pendidikan dan status pernikahan.	a. Usia b. Jenis Kelamin c. Pendidikan d. Status pernikahan	1. Usia menentukan motivasi dalam pembelian 2. Jenis kelamin sesuai dengan keputusan pembelian yang diambil 3. Pendidikan mempengaruhi tingkat pemenuhan kebutuhan 4. Status pernikahan menjadi motivasi dalam keputusan pembelian. <sup>11</sup>	Ayu Mentari dan Saed Armia, Pengaruh Faktor Demografi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di Kota Aceh Dengan Persepsi Merek Mewah Sebagai Variabel Mediasi, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Volume. 2, Nomor 1, Februari 2017, hlm. 29.

<sup>10</sup> Ibid., hlm. 138.

<sup>11</sup> Ayu Mentari dan Saed Armia, Pengaruh Faktor Demografi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Di Kota Aceh Dengan Persepsi Merek Mewah Sebagai Variabel Mediasi, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Volume. 2, Nomor 1, Februari 2017, hlm. 29.

2.	Situasi (X <sub>2</sub> )	Sekumpulan faktor yang terkait dengan waktu dan tempat tertentu yang terlepas dari karakteristik individual dan produk serta memiliki pengaruh pada perilaku konsumen.	a. Lingkungan fisik b. Lingkungan sosial c. Keadaan terdahulu	1. Lingkungan fisik menentukan motivasi dalam pembelian 2. Lingkungan sosial mempengaruhi tingkat pemenuhan kebutuhan 3. Keadaan terdahulu mempengaruhi dalam keputusan pembelian. <sup>12</sup>	Nova Kristian Mamuaya, The Effect Of Situational Factors and Product On Cunsumer Buying Decisinon In Hypermart At Manado City, DeReMa Jurnal Manajemen, Volume. 11. Nomor 1, Mei 2016, hlm. 137-138
3.	Karakter Konsumen (X <sub>3</sub> )	Nilai, kebiasaan, sudut pandang manusia yang bisa mempengaruhi perilaku konsumen dalam masyarakat.	a. Motivasi b. Keyakinan c. Sikap	1. Motivasi menjadikan pendorong untuk membuat keputusan pembelian 2. Keyakinan menjadikan pertimbangan dalam keputusan pembelian 3. Sikap mempengaruhi dalam keputusan pembelian. <sup>13</sup>	Kuncoro Aprilia Hikmawati, Zainul Arifin, Kadarisma n Hidayat, Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Mahasiswa

<sup>12</sup> Nova Kristian Mamuaya, The Effect Of Situational Factors and Product On Cunsumer Buying Decisinon In Hypermart At Manado City, DeReMa Jurnal Manajemen, Volume. 11. Nomor 1, Mei 2016, hlm. 137-138.

<sup>13</sup> Kuncoro Aprilia Hikmawati, Zainul Arifin, Kadarisman Hidayat, Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Mahasiswa Peserta Telkomsel

					Peserta Telkomsel Apprentice Program Pembeli Kartu Simpati Di Grapari Telkomsel Malang), Jurusan Administra si Bisnis (JAB) Vol. 37, No. 2, Agustus, 2016, hlm. 13.
4.	Keputusan Pembelian (Y <sub>1</sub> )	Proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.	a. Pengenalan kebutuhan b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku paska pembelian.	1. Pengenalan kebutuhan mempengaruhi tingkat pemenuhan kebutuhan 2. Pencarian informasi menentukan motivasi dalam keputusan pembelian 3. Evaluasi alternatif mempengaruhi dalam pengambilan keputusan 4. Keputusan pembelian menentukan motivasi dalam pembelian	Kuncoro Aprilia Hikmawati, Zainul Arifin, Kadarisma n Hidayat, Pengaruh Karakterist ik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Mahasiswa Peserta Telkomsel Apprentice Program Pembeli Kartu Simpati Di Grapari

Apprentice Program Pembeli Kartu Simpati Di Grapari Telkomsel Malang), Jurusan Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 37, No. 2, Agustus, 2016. hlm. 13.

				5. Perilaku pasca pembelian menentukan motivasi dalam pembelian. <sup>14</sup>	Telkomsel Malang), Jurusan Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 37, No. 2, Agustus, 2016, hlm. 13.
--	--	--	--	--	--

### E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Metode Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

Metode Observasi adalah teknik yang digunakan berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.<sup>15</sup> Dengan teknik ini penelitian harus berusaha dapat diterima sebagai konsumen atau orang dalam para responden, karena teknik ini memerlukan hilangnya kecurigaan para subjek penelitian terhadap kehadiran peneliti.

#### 2. Angket (Kuesioner)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila diketahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden.<sup>16</sup>

<sup>14</sup> Ibid, hlm. 13.

<sup>15</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, Alfabet, Bandung, 2014, hlm. 203.

<sup>16</sup> Ibid., hlm. 199.

Dalam penelitian ini yang menjawab kuesioner adalah masyarakat desa Rejoagung Trangkil Pati.

Dalam operasionalnya survei didesain dengan menggunakan pada skala likert (likert Scale), di mana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapat data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut: Sangat Setuju (skor 5), Setuju (skor 4), Ragu-ragu (skor 3), Tidak Setuju (skor 2), Sangat Tidak Setuju (skor 1).

## **F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

### **1. Uji Validitas Instrumen**

Merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan instrumen.<sup>17</sup> Kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi terhadap uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan dengan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel pada  $df = n - k$ , di mana  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah konstruk. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid.<sup>18</sup> Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan komputerisasi yaitu dengan menggunakan program SPSS.

### **2. Uji Reliabilitas Instrumen**

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini, pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara pengukuran sekali

---

<sup>17</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 2014, hlm. 211.

<sup>18</sup> Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm. 175-176.



saja atau one shot. Di mana pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Adapun kriteria bahwa instrumen itu dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik Cronbach Alpha  $>0,60$ . Dan sebaliknya jika Cronbach Alpha ditemukan angka koefisien lebih kecil ( $< 0,60$ ), maka dikatakan tidak reliabel.<sup>19</sup>

Pada pengujian validitas dan reliabilitas instrument, penulis menggunakan analisis SPSS versi 22. Dalam penelitian ini yang menjadi non responden adalah selain masyarakat Desa Rejoagung Trangkil Pati sebanyak 25 orang. Adapun uji validitas dan reliabilitas hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.2**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Corret item Total Correlation (r hitung)	R tabel	Keterangan
Demografi (X1)	D1	0,437	0,396	Valid
	D2	0,428	0,396	Valid
	D3	0,560	0,396	Valid
	D4	0,458	0,396	Valid
Situasi (X2)	S1	0,417	0,396	Valid
	S2	0,441	0,396	Valid
	S3	0,452	0,396	Valid
Karakter Konsumen (X3)	KK1	0,524	0,396	Valid
	KK2	0,467	0,396	Valid
	KK3	0,430	0,396	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	KP1	0,493	0,396	Valid
	KP2	0,636	0,396	Valid
	KP3	0,555	0,396	Valid
	KP4	0,636	0,396	Valid

<sup>19</sup>Ibid., hlm. 139.

	KP5	0,446	0,396	Valid
	KP6	0,404	0,396	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dari r tabel (0,396) dan bernilai positif. Dengan demikian butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Untuk uji reliabilitas, dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach Alpha, dimana dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,60.

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Alpha	Keterangan
Demografi (X1)	0,659	0,60	Reliabel
Situasi (X2)	0,621	0,60	Reliabel
Karakter Konsumen (X3)	0,657	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,778	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,60. Dengan demikian semua variabel (X1, X2, X3 dan Y) dapat dikatakan reliabel.

## G. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu modal regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tentu tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasinya antar

sesama variabel bebas sama dengan nol. Uji multikolinieritas menunjukkan variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai  $R^2$ , matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan nilai tolerance dan lawannya, dan variance inflation faktor (VIF).<sup>20</sup> Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai Cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$ .<sup>21</sup>

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan Variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika Variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang terjadi homoskedastisitas atau tidak terjadi homoskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi- Y sesungguhnya) yang telah di studential. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu model regresi.<sup>22</sup>

## 3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka

---

<sup>20</sup> Ibid., hlm. 180.

<sup>21</sup> Ibid., hlm. 183.

<sup>22</sup> Imam Ghazali, Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2011, hlm. 139.

dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.<sup>23</sup> Pada penelitian ini, cara untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi yaitu dengan melakukan Uji Darbin-Watson (DW Test). Dimana uji ini hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel bebas.<sup>24</sup>

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dapat didasarkan pada kriteria berikut:<sup>25</sup>

**Tabel 3.4**  
**Kriteria Autokorelasi**

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No desicion	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	No desicion	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negative	Tidak ditolak	$Du < d < 4 - du$

#### 4. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dapat mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang berbentuk lonceng (bell shaped).

Uji normalitas pada analisis regresi dan multivariate sangat kompleks, karena dilakukan pada seluruh variabel secara bersama-sama. Uji ini bisa dilakukan pada setiap variabel, dengan logika bahwa

<sup>23</sup> Masrukin, Metodologi Penelitian Kuantitatif, STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm. 183.

<sup>24</sup> Ibid., hlm. 184.

<sup>25</sup> Imam Ghazali, Op.Cit., hlm. 111.

jika secara individual masing-masing variabel memenuhi asumsi normalitas, maka secara bersama-sama (multivariate) variabel-variabel tersebut juga bisa dianggap memenuhi asumsi normalitas.<sup>26</sup> Data berdistribusi dinyatakan normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05.<sup>27</sup>

## H. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda (multiple linier regression) dengan bantuan program SPSS.

### 1. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Uji analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.<sup>28</sup>

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:<sup>29</sup>

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana:

Y : Keputusan Pembelian

a : konstanta

b<sub>1</sub> : koefisien regresi demografi terhadap keputusan pembelian

b<sub>2</sub> : koefisien regresi situasi terhadap keputusan pembelian

b<sub>3</sub> : koefisien regresi karakter konsumen terhadap keputusan pembelian

---

<sup>26</sup>Masrukin, Metodologi Penelitian Kuantitatif, STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm. 187.

<sup>27</sup>Ibid., hlm. 195.

<sup>28</sup>Ibid., hlm. 216.

<sup>29</sup>M. Iqbal Hasan, Pokok-Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif), Bumi Aksara, Jakarta, 2005, hlm. 269.

- $X_1$  : Demografi  
 $X_2$  : Situasi  
 $X_3$  : Karakter Konsumen  
 $e$  : kesalahan penganggu

## 2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Langkah-langkah pengujian koefisien regresi secara parsial sebagai berikut:

- a) Menentukan Hipotesis
  - $H_0$  = Secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.
  - $H_a$  = Secara parsial ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.
- b) Menentukan Tingkat Signifikansi
  - Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).
- c) Kriteria Pengujian
  - $H_0$  diterima jika  $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$
  - $H_0$  ditolak jika,  $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$  atau  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ .<sup>30</sup>

## 3. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama (Uji F)

Uji digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap nilai variabel dependen.

Tahap-tahap untuk melakukan pengujian koefisien regresi secara bersama-sama (uji f) adalah:

- a. Merumuskan hipotesis  
 $H_0$ : tidak ada pengaruh antara variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

---

<sup>30</sup> Ibid., hlm. 68-69.

Ha: ada pengaruh antara variabel-variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

b. Tingkat signifikan

Tingkat signifikan menggunakan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ )

c. Kriteria pengujian

-Ho diterima bila  $f \text{ hitung} \leq f \text{ tabel}$

-Ho ditolak bila  $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$ .<sup>31</sup>

#### 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (X) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Jika  $R^2$  sama dengan 0 (nol), maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya  $R^2$  sama dengan 1, maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Ibid., hlm. 67.

<sup>32</sup> Ibid., hlm. 66.