

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian lapangan, (*field research*) Karena penulis terlibat langsung dalam penelitian. Dalam ilmu-ilmu sosial, *field research* merupakan bagian terbesar dari berbagai bentuk penelitian yang telah dikembangkan dan karena *field research* dihuni oleh masyarakat maka dapat dipastikan bahwa keseluruhan penelitian *field research* berhubungan dengan pranata dan budaya serta pengalaman hidup masyarakat, kelompok, individu.¹ Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris, menguji dan menjelaskan pengaruh gaya hidup dan kelas sosial terhadap keputusan pembelian produk Phy Shop. Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian di toko Phy Shop Kudus dengan objek konsumen yang pernah menggunakan produk dari Phy Shop atau yang sekarang menggunakan produk tersebut.

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pendekatan ini menekankan analisisnya pada data-data numeral (angka) yang diolah dengan metode statistika. Pada dasarnya pendekatan kuantitatif ini penulis lakukan dalam rangka pengujian hipotesis akan diperoleh hubungan antara variabel yang sedang diteliti. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau hubungan antara variabel yang diteliti yang pada umumnya penelitian kuantitatif merupakan penelitian sampel besar.²

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti (atau petugas-petugasnya) dari sumber

¹ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media, 2005), 56.

² Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), 5.

pertamanya.³ Jadi peneliti akan memperoleh data langsung dari narasumber atau responden. Dalam penelitian ini data yang diperoleh adalah dari hasil jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan peneliti. Responden yang menjawab daftar kuesioner tersebut adalah konsumen yang menggunakan atau pernah menggunakan produk dari toko Phy Shop.

2. Sumber Data Sekunder.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan, sumber data sekunder diharapkan dapat berperan membantu mengungkap data yang diharapkan. Data sekunder juga bisa digunakan sebagai data pembanding dari data primer.⁴

Dalam penelitian ini penulis memperoleh data dari dokumen, literatur dan media alternatif lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Data-data ini diperoleh dari dokumentasi, wawancara kepada pemilik toko Phy Shop dan konsumen produk Phy Shop, lalu dengan mempelajari dari buku-buku dan jurnal penelitian yang dapat mendukung penelitian ini.

C. Populasi dan Sempel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Studi atau penelitiannya juga disebut populasi atau studi sensus.⁵

Adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan atau sekarang sedang menggunakan produk dari toko Phy Shop. Sedangkan konsumen dari toko Phy Shop ini memiliki ribuan konsumen yang tidak dapat diketahui jumlahnya,

³ Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), 39.

⁴ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 132-133.

⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 173.

pengikuti instagram Phy Shop khusus tas dan sepatu saja mencapai jumlah sembilan puluh tiga ribu konsumen, belum ditambah pengikut dari instagram Phy Shop kusus baju dan jilbab. Dan untuk konsumen yang tidak menggunakan sosial media juga memang belum dapat diketahui jumlahnya. Oleh karena itu, populasi pada penelitian ini merupakan populasi yang tak terbatas karna tidak dapat diketahui secara pasti berapa jumlah konsumen yang pernah menggunakan atau sekarang sedang menggunakan produk dari toko Phy Shop.

2. Sampel

Jika hanya akan meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian tersebut disebut penelitian sampel. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dimaksud penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel.

Maksud dari menggeneralisasikan adalah mengangkat kesimpulan penelitian sebagai suatu yang berlaku bagi populasi.

Pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel (contoh) yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh, atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.⁶

Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel yaitu dengan metode *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Menurut Purba (1996), jika jumlah populasi tidak diketahui, maka jumlah sampel minimal ditentukan dengan rumus:

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel.

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96.

⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 174-175.

e = *Margin Of Error Max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan.

Dengan menggunakan *margin of error max* sebesar 10% maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar:

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96}{4 (0,10)^2} \\ &= 96,04 \\ &= 96 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diperoleh jumlah sampel minimal yang harus dipenuhi sebanyak 96 responden. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan metode purposive sampling (sampel bertujuan) atau cara pengambilan berdasarkan kriteria tertentu, yaitu minimal konsumen yang sudah pernah menggunakan produk dari toko Phy Shop.⁷

D. Identifikasi Variabel

Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas merupakan variabel yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi.

Variabel tergantung (*dependent variabel*) adalah variabel yang memberikan reaksi atau respons jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel tergantung adalah variabel yang diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas.⁸

Variabel dalam penelitian ini ada 2 yakni:

1. Variabel independen : gaya hidup, dan kelas sosial
2. Variabel dependen : keputusan pembelian

⁷ Wiratna Sujarweni, *Metodelogi Penelitian-Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2015), 154-155.

⁸ Jonathan Sarwono dan Tutty Martodiredjo, *Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan*, Edisi 1 (Yogyakarta: ANDI, 2008), 107.

E. Variabel Operasional

Variabel dan dan definisi operasional akan dijelaskan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Pengukuran
1.	Gaya Hidup	Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat). Gaya masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya, bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Namun demikian,	1. Aktivitas	1. Aktifitas saat bekerja 2. Aktifitas saat liburan	<i>Likert</i>
			2. Minat	1. Keinginan pada produk 2. Minat terhadap fashion	<i>Likert</i>
			3. Pendapat	1. Kesesuaian harga produk 2. Kepuasan terhadap produk ¹⁰	<i>Likert</i>

¹⁰ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Edisi Revisi, Prenada Media Group, 2010), 79.

		gay hidup tidak cepat berubah sehingga pada kurun waktu tertentu gaya hidup relative permanen. ⁹			
2.	Kelas Sosial	<p>Kelas sosial (social class) adalah pembagian masyarakat yang relatif permanen dan berjangjang di mana anggotanya berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama.¹¹</p> <p>kelas sosial adalah pembagian masyarakat ke dalam kelas-kelas yang berbeda atau strata yang berbeda. Perbedaan kelas atau strata akan menggambarkan perbedaan pendidikan, pendapatan, pemilikan harta benda, gaya hidup, dan nilai-nilai yang dianut. Perbedaan-perbedaan tersebut akan mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang atau keluarga.¹²</p>	1. Pendidikan	<p>1. Seorang pelajar</p> <p>2. Seorang mahasiswa</p>	<i>Likert</i>
			2. Pendapatan	<p>1. Di bawah 5 juta</p> <p>2. Di atas 5 juta</p>	<i>Likert</i>
			3. Pekerjaan	<p>1. Seorang pegawai</p> <p>2. Seorang wirausaha¹³</p>	<i>Likert</i>

⁹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, 77.

¹¹ Philip Kotler Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Edisi 12, Erlangga, 2008), 163.

¹² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Cetakan Pertama, Ghalia Indonesia, 2011), 265.

3.	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian adalah pemahaman dan evaluasi informasi merek, bagaimana pertimbangan alternatif merek bisa disesuaikan dengan kebutuhan konsumen adalah berusaha memahami bagaimana konsumen mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa. Setiap saat konsumen melakukan berbagai macam keputusan tentang pencarian penggunaan beragam produk merek untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. ¹⁴	1. Pengenalan kebutuhan	1. Kebutuhan terhadap produk	<i>Likert</i>
			2. Pencarian informasi	1. Informasi dari orang lain 2. Informasi dari media sosial	<i>Likert</i>
			3. Evaluasi alternative	1. Membandingkan produk pesaing	<i>Likert</i>
			4. Keputusan pembelian	1. Keputusan penggunaan produk	<i>Likert</i>
			5. Hasil	1. Pembelian ulang 2. Rekomendasi produk ¹⁵	<i>Likert</i>

¹³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Cetakan Pertama, Ghalia Indonesia, 2011), 268.

¹⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 149.

¹⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopiiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2013), 334.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam proses pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri atas metode angket atau kuesioner dan observasi untuk melengkapi data yang diperoleh melalui angket.

1. Metode Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian, dan setiap pertanyaan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis.¹⁶

Dalam metode kuesioner ini terdiri dari pertanyaan atau pernyataan yang meliputi variabel gaya hidup (X-1), kelas sosial (X-2) dan keputusan pembelian (Y). Metode ini juga disertai jawaban acuan dengan bobot nilai yang berbeda. Model skala dalam penyusunan kuesioner ini adalah model likert.

Agar mendapat data yang subyektif, maka masing-masing pertanyaan dibuat dengan menggunakan pilihan yang diberikan skor, responden dapat memilih jawaban yang tersedia dimana setiap pertanyaan terdiri dari 5 buah pilihan jawaban.

Skala yang digunakan dalam desain pengukuran penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial.

- a. Sangat setuju (SS) skor 5
- b. Setuju (S) skor 4
- c. Ragu-ragu (RR) skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) skor 1¹⁷

2. Pengumpulan Data dengan Observasi Langsung

Pengumpulan data dengan observasi langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan standar lain untuk keperluan tersebut. Pengamatan data secara langsung dilaksanakan

¹⁶ Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2013), 203.

¹⁷ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, 2013), 169.

terhadap subjek sebagaimana adanya dilapangan. Dengan cara pengamatan, data yang langsung mengenai perilaku yang tipikal dari objek dapat dicatat segera, dan tidak mengangtungkan data dari ingatan seseorang.¹⁸

Metode observasi langsung ini digunakan untuk memperoleh data mengenai keadaan situasi umum pada konsumen Phy Shop dalam pengambilan keputusan pembelian.

3. Pengumpulan Data dengan Wawancara

Pengumpulan data dengan wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden.

Walaupun wawancara adalah proses percakapan yang berbentuk tanya jawab dengan tatap muka, wawancara adalah suatu proses pengumpulan data untuk suatu penelitian.¹⁹

Dalam metode wawancara ini, nantinya digunakan untuk mencari sumber informasi mengenai gambaran dari objek penelitian yang meliputi sejarah perusahaan, profil perusahaan, dan juga visi dan misi perusahaan.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas Instrument

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaiknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas intrumen menunjukkan sejauh mana

¹⁸ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, 175-176.

¹⁹ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, 193-194.

data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Rumus kolerasi yang dapat digunakan adalah yang dikemukakan oleh pearson, dikenal dengan rumus kolerasi product moment, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X^2)\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y^2)\}}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = koefisien korelasi antara x dan y
- X = skor soal / item
- Y = skor total
- $\sum X$ = jumlah seluruh skor untuk tiap butir soal / item
- $\sum Y$ = jumlah seluruh skor total
- $\sum X^2$ = jumlah kuadrat dari tiap skor butir soal / item
- $\sum Y^2$ = jumlah kuadrat dari skor total
- $\sum XY$ = jumlah hasil kali dari skor tiap butir soal dengan skor total
- N = banyak peserta tes²⁰

Uji validitas instrumen ini nantinya digunakan oleh peneliti dalam membuat rancangan pertanyaan di dalam kuesioner, di dalam pertanyaan tersebut harus diuji terlebih dahulu valid tidaknya pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan menggunakan pendapat dari non responden, yang dimaksud non responden adalah masyarakat umum yang tidak menjadi sasaran responden dari penelitian.

b. Uji Realibilitas Instrument

Reliabilitas menunjukan pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah

²⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 212-213.

dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.²¹

Rumus yang digunakan untuk mencari reliabilitas adalah rumus Alpha sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k - 1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = reabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal.

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total.²²

Uji realibilitas ini merupakan hasil dari uji validitas yang berupa bentuk pertanyaan-pertanyaan yang sudah valid dan sudah sah, dimana pertanyaan tersebut nantinya akan diberikan kepada responden dari penelitian. Di dalam penelitian ini digunakan skala likert untuk memberi arti bagi jawaban responden yang dinyatakan dengan nilai 1-5. Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner tersebut valid dan reliabel, maka dilakukan uji validitas membandingkan rhitung dengan rtabel.

2. Uji Prasyarat

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam 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 pada analisis regresi dan multivariate sebenarnya sangat kompleks, karena dilakukan pada seluruh variable secara bersama-sama. Namun uji ini

²¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 221-222.

²² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, 239.

bisa dilakukan pada setiap variable, dengan logika bahwa jika secara individual masing-masing variable memenuhi asumsi normalitas, maka secara bersama-sama variable tersebut juga bisa dianggap memenuhi asumsi normalitas.

Kriteria yang digunakan adalah :

- 1) Jika angka signifikan (SIG) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika angka signifikan (SIG) $< 0,05$, maka data berdistribusi tidak normal.²³

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen yang seharusnya tidak terjadi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen yang berkorelasi, maka variabel-variabel itu tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antara sesama variabel independen sama dengan nol.

Kriteria yang digunakan adalah :

- 1) Jika nilai tolerance lebih besar dari $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika nilai VIF lebih kecil dari $< 10,00$, maka artinya tidak terjadi masalah multikolinearitas.²⁴

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini, pendeteksian heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser. Glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolute residual terhadap variabel independent. Analisis yang dapat dilakukan yaitu dengan melihat signifikansi variable independent terhadap variabel dependen. Jika variabel independent signifikan secara

²³ Masrukin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015), 106-110.

²⁴ Iman Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 95-96.

statistik mempengaruhi variable dependen (probabilitas signifikansinya diatas kepercayaan 5%), maka ada indikasi terjadi gejala heterokedastisitas.²⁵

4) Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada kolerasi antara kesalahan penggunaan pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi kolerasi, maka dinamakan ada problem autokolerasi. Autokolerasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karna residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokolerasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji Durbin-Watson (DW Test) dalam mendeteksi ada tidaknya autokorelasi. Dengan kriteria

- 1) Jika DW terletak antara batas atas atau upper bound (du) dan $(4-du)$, maka koefisien autokolerasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokolerasi.
- 2) Jika DW lebih rendah daripada batas bawah atau lower bound (dl), maka koefisien autokolerasi lebih besaar daripada nol, berarti ada autokolerasi positif.
- 3) Bila DW lebih besar daripada $(4-dl)$, maka koefisien autokolerasi lebih lecil daripada nol, berarti ada autokolerasi.
- 4) Bila DW terletak di antara atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara $(4-du)$ dan $(4-dl)$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan²⁶ :

²⁵ Wiratna Sujarweni, “ *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* “, 235-236.

²⁶ Masrukin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, 104-105

3. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh dan gaya hidup dan kelas sosial terhadap keputusan pembelian produk Phy Shop. Uji-t digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variable bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.

Analisis parsial uji-t digunakan untuk menguji besarnya pengaruh dari variabel independen secara parsial atau individual dengan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.²⁷

b. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel independen atau terikat. Uji F digunakan untuk menguji dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima

Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

- 1) Taraf signifikansi = 0,05 ($\alpha = 5\%$)
- 2) Derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = n-k$
- 3) F_{tabel} yang nilainya dari daftar tabel distribusi F.²⁸

²⁷ Masrukin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, (Kudus : Media Ilmu Press, 2008), 266.

Dalam analisis ini juga dapat diketahui dengan analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel *independen* mempunyai pengaruh variabel *dependen*. Dengan variabel- variabel tersebut dapat disusun dalam persamaan sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = keputusan pembelian

x1 = citra merek

x2 = gaya hidup

a = nilai intercept (konstanta)

b1 = Koefisien regresi citra merek

b2 = Koefisien regresi gaya hidup

e = faktor error/ faktor lain diluar penelitian

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengukur ketepatan dari model analisis yang dibuat. Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel tergantung. Bila R^2 mendekati angka satu maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan variasi variabel tergantung.²⁹

²⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21*, 88.

²⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21*, 87.