

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan informasi yang diperoleh dalam penelitian, maka jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian yang akan diamati adalah *Pengaruh WOM (Word Of Mouth), Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi Kasus Pada *Coffee shop* Di Sidji Coffee Kudus).

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka yang datanya berwujud bilangan yang dianalisis dan diolah dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain.¹

B. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh, maka sumber data dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung melalui narasumber atau konsumen. Data primer adalah data yang diperoleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh peneliti. Responden yang menjawab daftar kuesioner tersebut adalah pembeli yang datang ke Sidji Coffee Kudus.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen/ publikasi/ laporan penelitian dari dinas/instansi maupun sumber data lainnya yang menunjang.² Data sekunder ini peneliti peroleh dari dokumen, arsip, buku-buku literatur dan

¹ Maskurin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus : Media Ilmu Pers & Mibarda Publishing, 2015), 7.

² Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 13.

media alternatif lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. Data ini diperoleh dari dokumentasi, pengamatan di Sidji Coffee, buku-buku dan jurnal penelitian yang mendukung bagi penelitian ini .

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya .³

Populasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang membeli di Coffee shop Sidji Coffee. Jumlah populasi pada penelitian ini jumlahnya tidak diketahui dengan pasti (populasi *infinite*).

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili) .⁴

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel ditentukan dengan metode *Insidental*. Metode *Insidental* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itui cocok sebagai sumber data .⁵

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dan metode pengambilan sampelnya menggunakan *accidental sampling*. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti (populasi *infinite*). Menurut Sugiyono, untuk penelitian dengan populasi *infinite*,

³ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, Cet. XI, (Bandung : Alfabeta, 2008), 115.

⁴ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, 116.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2014), 81.

maka jumlah sampel yang digunakan merujuk pada rumus Roscoe yaitu :

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z² = tingkat keyakinan (sebesar 95% atau

Z = 1,96)

Moe = *margin of error* (tingkat kesalahan maksimal sampel yang masih bisa ditoleransi atau moe = 10%

Sehingga dalam penelitian ini diperoleh perhitungan berikut ini :

$$N = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

$$N = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$N = 96,4$$

Maka jumlah sampel dari penelitian ini dibulatkan menjadi 97 responden. Sampel ini merupakan konsumen dari peminat Sidji Coffee Kudus.

D. Definisi Operasional

Variabel dan definisi operasional akan dijelaskan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Referensi
WOM (X1)	<i>Word of Mouth</i> adalah suatu komunikasi personal tentang produk diantara pembeli dan orang-orang disekitar.	1. <i>To talk</i> (membicarakan) 2. <i>To promote</i> (mempromosikan) 3. <i>To sell</i> (menjual) ⁶ 4. Merekomendasikan 5. Memberikan dorongan kepada	Hartanti Nugrahaningsih, Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian, Vol. 20 No. 1, Edisi

⁶ Hartanti Nugrahaningsih dan Dewangga Oktaviano, Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderating di kedai Es krim Nevantara Tanjung Priok, Vol. 20 No. 1, Edisi Januari-Juni 2017, 18.

		teman atau relasi 6.Mendapatkan informasi	Januari-Juni 2017, 18.
Harga (X2)	Harga adalah beban atau nilai bagi konsumen, yang didapatkan dalam memperoleh dan menggunakan suatu produk. ⁷	1.Keterjangkauan harga 2.Kesesuaian harga dengan kualitas/rasa 3.Persaingan harga (harga lebih murah atau sama dengan pesaing) 4.Kesesuaian harga dengan kuantitas produk ⁸	Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 39.
Gaya Hidup (X3)	Gaya hidup adalah suatu perilaku seorang dalam mencerminkan kejadian apa yang sebenarnya dialami oleh pelanggan yang cenderung berbaur dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi konsumen. ⁹	a. Aktivitas 1. Bekerja 2. Komunitas b. Minat 1. Media 2. Makanan/minuman c. Pendapat 1. Diri sendiri 2. Produk ¹⁰	Nugraha J.Setiadi, Edisi Revisi Perilaku Konsumen, (Jakarta : Prenada Media Group, 2010), 77.

⁷ Sofjan Assauri, *Strategic Marketing*, Edisi 1 Cet 1, (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), 18.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 39.

⁹ Nugraha J.Setiadi, *Edisi Revisi Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2010), 77.

¹⁰ Bintang Jalasena Anogara dan Sri Setyo Iriani, *Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone*

Keputusan Pembelian (Y)	Setiadi mendefinisikan bahwa pengambilan Keputusan konsumen merupakan proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu di antaranya. ¹¹	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengenalan masalah, b. Tujuan dalam membeli sebuah produk c. Pencarian informasi, d. Evaluasi alternatif, e. Keputusan membeli, f. Hasil atau Perilaku sesudah membeli. 	Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, <i>Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis</i> , 121.
-------------------------	---	---	---

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dapat diperoleh dengan menggunakan metode kuesioner, metode wawancara, metode dokumentasi.

1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *survey* yaitu dengan cara menyebar kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode angket (kuisisioner) .¹²

Kuesioner terdiri dari pertanyaan atau pernyataan yang meliputi variabel *Word Of Mouth* (X₁), Harga (X₂), Gaya

Merek Samsung Galaxy, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol 1 No. 4 juli 2014, Jurusan Manajemen Fakultas UNS, Surabaya, 989.

¹¹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, 121.

¹² Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, 142.

Hidup (X_3), dan Keputusan pembelian (Y_1). Angket didesain dengan pertanyaan yaitu yang terdiri beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dan penghasilan. Pertanyaan ini digunakan untuk menganalisa jawaban yang diberikan responden pada pertanyaan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencarian dan penemuan bukti-bukti. Selain itu foto juga bermanfaat sebagai sumber informasi karena mampu membekukan dan menggambarkan peristiwa yang terjadi. Akan tetapi penelitian tidak boleh menggunakan kamera sebagai alat pencari data secara sembarangan. Karena orang akan menjadi curiga. Dokumen-dokumen yang dikumpulkan akan membantu penelitian dan membantu dalam membuat interpretasi data.¹³ Metode dokumentasi diambil dari data pada Coffee Shop Sidji Coffee Kudus .

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.¹⁴

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk (*validity construct*) yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh masing-masing item yang dapat berupa pertanyaan maupun pertanyaan deng skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan berdasarkan ukuran statistik. Bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas. Rumus korelasi yang

¹³ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta : UII Press, 2005), 139.

¹⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 52.

digunakan dalam penelitian ini adalah rumus product-moment sebagai berikut :

$$rb = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

Rb = Koefisien korelasi pearson antar item instrumen yang akan digunakan dengan variabel bersangkutan

X = Skor item instrumen yang akan digunakan

Y = Skor semua item instrumen dalam variabel tersebut

n = Jumlah responden dalam uji coba instrumen

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (rb) dilakukan dengan taraf signifikan 5%. Rumus uji t yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} ; db = n - 2$$

keputusan pengujian validitas konsume dengan menggunakan taraf signifikan 5% adalah sebagai berikut :

1. Item pertanyaan kuesioner penelitian dikatakan valid jika t hitung lebih besar atau sama dengan t tabel.
2. Item pertanyaan kuesioner penelitian tidak valid jika t hitung lebih kecil dari t tabel.¹⁵

2. Uji Realibilitas

Uji realibitas adalah uji untuk mengetahui konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur yang mengandung kecermatan pengukuran. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu.¹⁶

¹⁵ J.Supranto dan Nandan Limakrisna, *Petunjuk praktis penelitian ilmiah untuk menyusun skripsi, tesis, dan disertasi edisi 3* (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2012), 97.

¹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21*, 47.

Untuk melakukan uji realibilitas, penulis menggunakan rumus alpha. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

- a. Membuat daftar distribusi nilai untuk setiap bulir angket dengan langkah-langkah sebagai berikut:
 - 1) Memberikan nomor pada angket yang masuk.
 - 2) Memberikan skor pada setiap bulir sesuai dengan bobot yang telah ditentukan yakni kategori 5 skala likert.
 - 3) Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor ini dikuadratkan.
 - 4) Menjumlahkan skor yang ada pada setiap bulir dari setiap jawaban yang diberikan responden.
 - 5) Mengkuadratkan skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap bulir dan kemudian menjumlahkannya.
- b. Menghitung koefisien r untuk uji realibilitas dengan menggunakan rumus alpha sebagai berikut :

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

Keterangan :

r_{11} = Realibilitas instrumen

k = Banyaknya bulir pertanyaan

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

σ_t^2 = Varian total

Mencari varians tiap butir digunakan rumus

$$\sigma^2 = \frac{\sum(X)^2 - \frac{\sum(X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

σ^2 = Varians tiap butir

X = Jumlah skor butir

n = Jumlah responden¹⁷

¹⁷ J.Supranto dan Nandan Limakrisna, *Petunjuk praktis penelitian ilmiah untuk menyusun skripsi, tesis, dan disertasi edisi 3*, 99-100.

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independent dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independent akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat.¹⁸

Uji multikolinearitas dengan SPSS dilakukan dengan uji regresi, dengan patokan VIF (*Varian Inflation Factor*) dan koefisien korelasi antar korelasi bebas.

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.¹⁹

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada *problem autokoreksi*. Autokoreksi muncul karena observasi berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.²⁰

Dalam penelitian ini autokorelasi menggunakan uji Durbin Watson (DW test). Uji Durbin Watson digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstan) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi di antara variabel independen. Hipotesis yang diuji adalah

H_0 = tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

H_A = ada autokorelasi ($r \neq 0$)

¹⁸ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 234.

¹⁹ Muhammad Ali Gunawan, *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi dan Sosial*, (Yogyakarta: Parama Publishing, 2015), 95.

²⁰ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21*, 107.

Kriteria pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tdk ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tdk ada autokorelasi positif	No decision	$dl \leq d \leq du$
Tdk ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tdk ada korelasi negatif	No decision	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tdk ada autokorelasi	Tdk ditolak	$du < d < 4 - du$
Positif atau negatif		

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghazali, uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang 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 *Homoskedastisitas* atau tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi *heteroskedastisitas* karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).²¹

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-studentized. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas* dalam suatu model regresi.²²

4. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ada dua acara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak

²¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21*, 134.

²² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21*, 134-135.

yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Dalam penelitian untuk menguji apakah model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak.²³ Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji normalitas data adalah dengan bentuk histogram atau menggunakan normal P-P Plot dengan cara melihat penyebaran datanya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

H. Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono, analisis regresi digunakan untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen di manipulasi/dirubah-ubah atau dinaik-turunkan. Analisis regresi berganda digunakan bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).²⁴

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (*Word of Mouth*, Harga, Gaya Hidup) terhadap variabel dependen (Keputusan pembelian). Adapun bentuk persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X₁ = *Word of Mouth*

X₂ = Harga

X₃ = Gaya Hidup

e = Standart Error

β₁ = Koefisien regresi variabel *Word of Mouth*

β₂ = Koefisien regresi variabel Harga

β₃ = Koefisien regresi variabel Gaya Hidup

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang : Badan Penerbit Undip), 2011, 105.

²⁴ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, 275.

2. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Pengujian secara parsial ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (*word of mouth*, *price* dan *life style*) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Rumus t hitung pada analisis regresi adalah

$$t_{\text{hitung}} = \frac{bi}{Sbi}$$

Keterangan :

bi = Koefisien regresi variabel
 Sbi = Standart error variabel

Pengujian ini dilakukan dengan uji t pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikan.
 - 1) Jika tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
 - 2) Jika tingkat signifikan lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.
- b. Dengan membandingkan t hitung dengan t tabel
 - 1) Jika t hitung \leq t tabel, maka H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
 - 2) Jika t hitung \geq t tabel, maka H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.²⁵

Hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian dirumuskan sebagai berikut:

- a. $H_{a1}: \beta_1 \geq 0$, artinya terdapat pengaruh positif *word of mout* terhadap keputusan pembelian.
- b. $H_{a2}: \beta_2 \geq 0$, artinya terdapat pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian.
- c. $H_{a3}: \beta_3 \geq 0$, artinya terdapat pengaruh positif gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

²⁵ Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta : PT Buku Seru, 2010), 69.

3. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Uji simultan F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. F hitung dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2 / k}{(1-R^2) / (n-k-1)}$$

K = Jumlah variabel independen

n = Banyaknya sampel

R = Koefisien determinasi

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol atau $H_0: \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$ artinya adalah *word of mouth*, harga produk dan gaya hidup secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hipotesis alternatif (H_a), ada pengaruh *word of mouth*, harga produk dan gaya hidup terhadap Keputusan pembelian.

a. Dengan menggunakan nilai probabilitas signifikan

- 1) Jika nilai signifikan lebih besar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
- 2) Jika tingkat signifikan lebih kecil 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.

b. Dengan membandingkan F hitung dengan F tabel

- 1) Jika F hitung \leq F tabel maka H_0 diterima, sebaliknya H_a ditolak.
- 2) Jika F hitung $>$ F tabel maka H_0 ditolak, sebaliknya H_a diterima.²⁶

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghazali, uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk

²⁶ Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 67.

memproduksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relative rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.²⁷



²⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, 87.