

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dimana metode kuantitatif merupakan metode yang didasarkan pada data pengukuran variabel penelitian yang ada. Objek penelitian dalam metodologi penelitian kuantitatif adalah ilmu presisi. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivis, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, melakukan teknik pengambilan sampel rutin secara acak, menggunakan alat penelitian untuk pengumpulan data, dan analisis data secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang ada.<sup>1</sup>

Dalam penelitian ini digunakan metode penelitian lapangan (*field research*) melalui survei. Survei adalah studi kuantitatif terhadap banyak orang dengan menggunakan pertanyaan terstruktur atau sistemik yang sama, kemudian jawaban yang diperoleh peneliti akan dicatat, diolah, dan dianalisis. Pertanyaan terstruktur atau sistemik ini disebut kuesioner.<sup>2</sup>

#### B. Sumber Data

Data berperan penting dalam proses penelitian. Data merupakan sekumpulan fakta atau keterangan mengenai suatu

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung : CV Alfabeta, 2010), 14

<sup>2</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 143.

hal yang bisa menjadi sumber untuk tujuan tertentu.<sup>3</sup> Adapun data yang dijadikan acuan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber diantaranya :

1. Data Primer

Data primer yakni data yang didapatkan secara langsung dari sumbernya untuk pertama kali atau belum mengalami proses pengumpulan dari pihak lain.<sup>4</sup> Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner, yaitu mengumpulkan dan mengajukan pertanyaan secara tertulis mengenai kualitas produk, harga jual dan keputusan pembelian. Adapun responden yang menjawab kuesioner tersebut adalah konsumen tetap dan konsumen baru pada UD. Empat Putri Furniture.

2. Data Sekunder

Data sekunder yakni data yang didapatkan secara tidak langsung atau yang telah dikumpulkan, diolah dan dipublikasikan oleh orang lain untuk kepentingan tertentu.<sup>5</sup> Data ini dapat menunjang dan melengkapi data primer. Data sekunder dapat menunjang dan melengkapi data primer. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari pengamatan dan laporan-laporan calon customer yang

---

<sup>3</sup> Didin Fatihudin, Metode Penelitian untuk Ilmu Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi(Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2015), 116.

<sup>4</sup> Wahyu Hidayat Riyanto dan Achmad mohyi, Metodologi Penelitian Ekonomi, (Malang, UMMPress, 2020), 80.

<sup>5</sup> Lijan Poltak Sinambela, Metodologi Penelitian Kuantitatif, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2014), 112

melihat testimoni-testimoni produk dari UD. Empat Putri Furniture.

### C. Populasi dan Sampel

Populasi berasal dari bahasa Inggris “*population*”, yaitu jumlah penduduk. Dalam metode penelitian, istilah “populasi” sering digunakan untuk menggambarkan sekumpulan tujuan penelitian. Oleh karena itu, populasi penelitian adalah semua objek penelitian seperti manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan lain-lain, sehingga objek tersebut dapat menjadi sumber data penelitian.<sup>6</sup>

Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah pembeli (*customer*) yang melakukan pembelian pada UD. Empat Putri Furniture di Desa Lebak Kecamatan Pakis Aji Kabupaten Jepara Jawa Tengah yang berjumlah 110 Orang.<sup>7</sup>

Sampel adalah bagian dari ukuran dan karakteristik populasi. Jika populasinya besar dan tidak mungkin peneliti mengkaji segala sesuatu yang ada dalam populasi, seperti keterbatasan dana, tenaga dan waktu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Kesimpulan yang dapat dipelajari dari sampel akan diterapkan

---

<sup>6</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi Ekonomi Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua* (Kencana: Jakarta, 2017), 109.

<sup>7</sup> Muhammad Tugiri, wawancara oleh Akhidatunnikmah, dikutip pada tanggal 20 Oktober 2020.

pada populasi. Oleh karena itu, sampel yang harus diambil dari populasi tersebut benar-benar representatif.<sup>8</sup>

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random sampling* atau sampel acak. Dengan menggunakan teknik tersebut diharapkan dapat membantu dan mempermudah peneliti dalam memilih sampel yang diinginkan karena semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dapat dipilih sebagai sampel. Untuk mengetahui jumlah sampel yang diambil peneliti menggunakan metode Slovin dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

E = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*).<sup>9</sup>

$$n = \frac{110}{1 + (110) \cdot (0,05)^2}$$

$$n = \frac{110}{1 + (110) \cdot (0,0025)}$$

$$n = \frac{110}{1 + 0,275}$$

$$n = \frac{110}{1,275}$$

n = 86,7 dibulatkan menjadi 87 sampel

---

<sup>8</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 118

<sup>9</sup>Firdaus dan Fakhry Zamzam, *Aplikasi Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2018), 101

Jadi, sampel yang akan diambil dalam penelitian ini berjumlah 87 sampel.

#### **D. Tata Variabel Penelitian**

Variabel penelitian yaitu segala sesuatu dalam bentuk apapun atau sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang atau objek dengan yang lain yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.<sup>10</sup> Variabel penelitian dalam penelitian ini yaitu:

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

Yaitu variabel yang menjadi penyebab atau mempunyai kemungkinan teoritis berpengaruh terhadap variabel lain.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah adanya kualitas produk yang dilambangkan dengan X1 dan harga jual sebagai variabel bebas yang kedua dilambangkan X2.

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

Yaitu variabel yang secara struktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang dipengaruhi oleh perubahan variabel yang lain.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah keputusan pembelian yang dilambangkan (Y).

---

<sup>10</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, 66.

<sup>11</sup> Hardani, dkk, Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), 305.

<sup>12</sup> Hardani, dkk, Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, 305- 306.

**E. Definisi Operasional**

Definisi operasional yaitu penjelasan teknis mengenai cara mengukur sebuah konsep atas variabel yang bersangkutan.<sup>13</sup> Adapun definisi operasional dalam penelitian ini, yaitu:

**Tabel 3. 1. Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. <sup>14</sup>	( <i>Performance</i> ) Kinerja	Proses produksi dengan teliti dan baik	<i>Likert</i> 1-5
		( <i>Durability</i> ) Daya tahan	Daya tahan produk	
		( <i>Conformance to specifications</i> ) Kesesuaian dengan spesifikasi	Bahan baku yang digunakan	
		( <i>Features</i> ) Keistimewaan tambahan	Model ukiran yang menarik	
		( <i>Reliability</i> ) Keandalan	Pelayanan yang sama kepada	

<sup>13</sup> Sirilius Seran, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Sosial*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 60.

<sup>14</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, 54

			semua customer	
		( <i>Asthetic</i> ) Estetika	Desain dan penampilan	
		( <i>Perceived Quality</i> ) Kesan Kualitas	Hasil produk yang baik dan barokah	
		( <i>Serviceability</i> ) <sup>15</sup>	Perbaikan produk yang cacat dengan baik	
Harga (X2)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-	Keterjangkauan harga	Harga yang dapat dijangkau oleh target pasar / semua kalangan	<i>Likert</i> 1-5
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang baik	

<sup>15</sup> Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek*, 99-100

	manfaat karena memiliki atau menggunakan suatu produk. <sup>16</sup>	Daya saing harga	Harga yang berani bersaing dengan perusahaan serupa	
		Kesesuaian harga dengan manfaat. <sup>17</sup>	Harga yang sesuai dengan manfaat produk	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui tahapan-tahapan yang dilalui konsumen sebelum	Pengenalan masalah	Pengenalan masalah atau kebutuhan yang dibutuhkan konsumen	<i>Likert</i> 1-5
		Pencarian informasi	Mencari tahu tentang kualitas dan harga produk mebel ukir melalui informasi dari pembeli	

<sup>16</sup> Sisca., dkk, *Pemasaran Dasar dan Konsep*, 95

<sup>17</sup> Miguna Astuti dan Nurhafifah Matondang, *Manajemen Pemasaran*,



	melakukan pembelian. <sup>18</sup>		sebelumnya sebelum memutuskan membeli	
		Penilaian alternatif	Konsumen memutuskan untuk membeli produk mebel ukir karena sudah mendapatkan informasi bahwa kualitas dan harganya sesuai	
		Keputusan pembelian	Kemantapan dengan kualitas dan harga produk	
		Perilaku pasca pembelian <sup>19</sup>	Pembeli berulang	

<sup>18</sup> Yudhi Soewito, Kualitas Produk, Merek, dan Desain Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yanaha Mio, *Jurnal EMBA* 1, No.3 (2013), 218-229. Diakses pada 8 Februari 2020, <https://journal.ubm.ac.id/index.php/pengabdian-dankewirausahaan/article/view/136>

<sup>19</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 223

## F. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah satuan informasi yang direkam oleh media, yang dapat dibedakan dari data lain, dapat dianalisis, dan terkait dengan program tertentu. Pengumpulan data adalah sistem dan prosedur standar untuk memperoleh data yang diperlukan.<sup>20</sup>

Untuk mengumpulkan data penelitian, penulis menggunakan metode-metode sebagai berikut:

### 1. Teknik Kuessioner (Angket)

Teknik kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan membagi daftar pertanyaan kepada responden sehingga responden dapat memberikan jawaban.<sup>21</sup>

Kuesioner adalah pernyataan tertulis yang digunakan untuk mendapatkan laporan tentang individu atau hal-hal yang diketahui oleh orang yang diwawancarai atau responden.<sup>22</sup>

Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup atau angket langsung, karena responden hanya perlu memberikan jawaban yang dianggap benar. Sebagai tolak ukur penyusunan alat berupa pertanyaan atau pernyataan, alat yang digunakan adalah skala rasio. Rasio rasio merupakan gabungan dari tiga karakteristik rasio lainnya yaitu rasio nominal, rasio ordinal dan rasio internal. Nilai skala proporsional

---

<sup>20</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode...*, hal 57

<sup>21</sup> Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Jakarta: ANDI, 2009), 140.

<sup>22</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta : Rineka Cipta, 2014) 194.

benarbenar nol, dan data dapat dikirim atau dibagikan. Namun demikian, jarak antar kategori berbeda karena tidak berada dalam interval tertentu.<sup>23</sup>

Format kuesioner untuk responden yaitu berisi pertanyaan/ Pernyataan umum mengenai Kualitas Produk, Harga dan keputusan pembelian konsumen yang diukur dengan menggunakan skala likert. Sugiyono menyebutkan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pernyataan-pernyataan positif yang dapat dijawab sesuai dengan jawaban yang telah ditentukan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata dengan kriteria sebagai berikut:<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama, 2006), 19-24.

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 93.

**Tabel 3. 2. Tabel Bobot Nilai**

Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

## 2. Teknik Dokumentasi

Dokumen adalah data pembantu yang disimpan dalam bentuk file (catatan biasa atau elektronik). Pada dasarnya, metode pencatatan adalah metode untuk menelusuri data historis. Sebagian besar data yang tersedia berupa surat, buku harian, cinderamata, laporan, dll. Sifat utama data tersebut tidak terbatas pada ruang dan waktu, sehingga memberikan peluang bagi peneliti dimasa lalu.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis* (Jakarta: PT Indeks, 2009), 104.

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Pengujian validitas atau efektivitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan valid atau tidaknya alat (kuesioner). “Valid” artinya alat tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.<sup>26</sup> Jika instrumen dapat menampilkan data variabel yang sedang dipelajari dengan benar, instrumen dianggap efektif. Metode yang sering digunakan untuk mengevaluasi validitas kuesioner adalah korelasi *product-moment* (korelasi pearson) antara skor item dengan skor total, atau biasa disebut korelasi antar item.<sup>27</sup> Jika  $r$  hitung >  $r$  tabel, maka spesifikasi validitas dianggap akurat.

Rumus perhitungan validitas menurut Pearson dengan rumus product moment sebagai berikut:

$$r = \frac{n (\Sigma XY^2) - \Sigma X \cdot \Sigma Y}{\sqrt{(n \Sigma X^2) - (\Sigma X)^2} \cdot \sqrt{(n \Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2}}$$

Keterangan:

- $r$  = Koefisien korelasi antara X dan Y
- $X$  = Skor butir
- $Y$  = Skor total butir
- $n$  = Jumlah sampel (responden)

### 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas merupakan indikator yang menunjukkan konsistensi alat ukur saat mengukur gejala

---

<sup>26</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 121.

<sup>27</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0* (Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya, 2009), 95.

yang sama.<sup>28</sup> Uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen tersebut cukup andal untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrumen yang andal akan menghasilkan data yang andal, dan instrumen yang andal berarti instrumen yang digunakan untuk mengukur objek yang sama beberapa kali akan menghasilkan data yang sama.<sup>29</sup> SPSS menyediakan alat untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Jika variabel  $\alpha > 0,60$ , variabel tersebut dianggap reliabel, jika nilai  $\alpha$  mendekati 1 maka variabel tersebut akan lebih reliabel.

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ \frac{\sum \sigma^2 b}{v_{21}} \right]$$

---

<sup>28</sup> Husein Umar, *Research Methods in Finance and Bankin* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2000), 135.

<sup>29</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016) 168.

## H. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel dependen dan variabel independen dalam model regresi berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati berdistribusi normal. Uji normalitas data dapat menentukan apakah sebaran data mengikuti atau mendekati distribusi normal yaitu sebaran data berbentuk lonceng. Distribusi data yang baik mengacu pada data yang memiliki pola yang sama dengan distribusi normal, yaitu pada sebaran data tersebut tidak terdapat juling kiri atau kanan dan lipatan kiri atau kanan.<sup>30</sup>

Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak, dapat digunakan uji statistik berdasarkan uji normalitas berdasarkan kondisi sebagai berikut:

- a) Jika angka signifikansi (SIG)  $> 0.05$ , maka data berdistribusi normal.
- b) Jika angka signifikansi (SIG)  $< 0.05$ , maka data berdistribusi tidak normal.<sup>31</sup>

### 2. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas Berfungsi untuk menguji ada tidaknya korelasi antar variabel independen pada model regresi. Tidak terjadinya korelasi diantara variabel

---

<sup>30</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: IAIN Kudus, 2009), 106.

<sup>31</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: IAIN Kudus, 2009), 110.

bebas maka dapat dikatakan model regresi tersebut naik. Variabel tidak akan membentuk ortogonal apabila variabel bebas saling berkorelasi. Variabel dengan nilai korelasi sama dengan nol antar sesama variabel bebas disebut dengan variable ortogonal.<sup>32</sup>

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah regresi didapatkan adanya korelasi antara variabel bebas yaitu Kualitas Produk dan Harga. Model regresi yang baik ialah yang tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Guna mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dapat dilihat dari nilai  $R^2$ , matriks korelasi-korelasi variabel bebas, dan nilai *tolerance* serta lawannya, dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF).<sup>33</sup> Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance*  $\leq 0.10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$ .<sup>34</sup>

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Berfungsi untuk menguji apakah terdapat ketidak samaan pada varian yang berasal dari hasil residual dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Apabila pengamatan tersebut tetap maka dinamakan homoskedastisitas, namun apabila pengamatan tersebut

---

<sup>32</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Manajemen dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005), 103.

<sup>33</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: IAIN Kudus, 2009), 180.

<sup>34</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Manajemen Dengan Program IBM SPSS 21* (Semaarang: Baadan Penerbit Undip, 2005), 105



berbeda maka dinamakan heterokedastisitas. Untuk mendapatkan hasil regresi yang baik maka harus berbentuk homoskedastisitas. Kebanyakan data *cross section* atau mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).<sup>35</sup>

Berikut adalah cara guna mendeteksi terjadinya gejala heterokedastisitas dengan menganalisa pada grafik plot:

- a) Apabila terdapat pola tertentu, atau titik-titik membentuk pola yang teratur seperti melebar, bergelombang atau menyempit. Maka menandakan bahwa terjadi gejala heterokedastisitas.
- b) Apabila tidak terdapat pola tertentu, seperti titik-titik menyebar dibawah dan diatas angka nol pada sumbu Y. Maka menandakan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas.<sup>36</sup>

## I. Teknik Analisa Data

### 1. Koefisiensi Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) ialah salah satu nilai statistik yang bisa dipakai guna mengetahui apakah terdapat hubungan pengaruh antara dua variabel. Nilai koefisien determinasi menunjukkan presentase variansi

---

<sup>35</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Manajemen Dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005), 139

<sup>36</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Manajemen Dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005), 141

nilai variabel dependen yang dapat diejelaskan oleh persamaan regresi yang dihasilkan. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati berarti satu variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Pengujian ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independennya dengan melihat nilai  $R^2$  (*R-Square*) dari hasil estimasi. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0-1.<sup>37</sup>

Dalam kenyataan ini adjusted  $R^2$  dapat bernilai negatif, walaupun menghendaki harus bernilai positif. Jika dalam uji empiris di dapat nilai adjusted  $R^2$  negative, maka nilai adjusted  $R^2$  dianggap bernilai 0. Secara sistematis jika nilai  $R^2=1$ , maka adjusted  $R^2= R^2= 1$ , sedangkan jika nilai  $R^2$  kosong, maka adjusted  $R^2= (1-K) / (N-K)$ , maka adjusted R akan bernilai positif.<sup>38</sup>

## 2. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (Uji T) pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel-variabel terkait. Uji T digunakan untuk mengetahui

---

<sup>37</sup>Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: UPP AMP YKN, 2001), 46.

<sup>38</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Manajemen Dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005), 96.

pengaruh variable bebas secara parsial terhadap variabel terkait.<sup>39</sup>

Uji T (uji koefisien regresi secara parsial) digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial Celebrity Endorser, Citra Merek dan Harga berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap Keputusan Pembelian. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan 2 sisi. Langkah-langkah pengujian sebagai berikut:<sup>40</sup>

- a. Merumuskan hipotesis
- b. Menentukan t hitung dan nilai signifikansi

T hitung dan nilai signifikansi dapat dilihat dari output SPSS.

- c. Menentukan t tabel

T tabel dapat dilihat pada tabel statistic pada signifikansi  $0,05/2 = 0,025$  dengan derajat kebebasan  $df = n - k - 1$ .

Keterangan :

Df (degree of freedom) = derajat kebebasan

N= jumlah data

K= jumlah variabel independen penelitian

- d. Kriteria pengujian
  - 1) Berdasarkan nilai t

---

<sup>39</sup>Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: UPP AMP YKN, 2001), 97-98.

<sup>40</sup>Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengelola Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi, 2014), 161-162.

- a) Jika  $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  diterima
  - b) Jika  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak
- 2) Berdasarkan signifikansi
- a) Jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima
  - b) Jika signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
- e. Membuat kesimpulan.

### 3. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk menguji secara simultan semua variabel bebas apakah berpengaruh terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F yaitu:

- a. Jika  $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima
- b. Jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak<sup>41</sup>

### 4. Analisis Regresi linier Berganda

Berfungsi meramalkan seberapa jauh perubahan nilai variabel terikat apabila nilai variabel bebas diubah-ubah. Analisis ini berguna jika peneliti bertujuan memprediksi bagaimana keadaan naik atau turunnya suatu variabel dependen. Jika lebih dari dua variabel independen dirubah dengan sengaja maka dapat menggunakan analisis regresi berganda.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Duwi Priyatno, Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20, 137-138

<sup>42</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2006 ), 275.

Analisis regresi linier berganda dipakai guna mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen.<sup>43</sup> Adapun persamaan model regresi linier berganda yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 (X_1) + b_2 (X_2) + e$$

**Keterangan :**

Y	= variabel dependen
a	= Konstanta
b <sub>1</sub>	= Koefisien regresi antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian
b <sub>2</sub>	= Koefisien regresi antara harga terhadap keputusan pembelian
e	= eror term

---

<sup>43</sup> Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengelola Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi, 2014), 148.