

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai kali ini ialah penelitian asosiatif memakai pola pendekatan kuantitatif. Pola kuantitatif ialah penelitian dengan memanfaatkan uraian fakta dalam bentuk angka (*numeric*). Pendekatan kuantitatif pada prinsipnya melukiskan fakta lewat angka. Penelitian kuantitatif bertujuan memperluas serta memanfaatkan bentuk matematis, konsep maupun dugaan yang memiliki kaitan atas kejadian yang diamati oleh peneliti. Logika hipotesis verifikatif lebih banyak digunakan dalam metode penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif diawali asumsi deduktif bertujuan menurunkan dugaan, selanjutnya melaksanakan pengujian di lapangan. Simpulan serta dugaan dapat ditarik bersumber pada fakta penemuan. Kesimpulannya adalah penelitian kuantitatif bertumpu pada indikator-indikator serta pengukuran empiris.¹

Penelitian asosiatif ialah penelitian yang dilakuakn dengan tujuan melacak kaitan maupun dampak antara satu atau lebih variabel bebas dengan satu atau lebih variabel terikat. Jenis hubungan bias dikategorikan jadi tiga, yakni hubungan simetris, kausal, dan resiprokal. Hubungan simetris merupakan hubungan sejajar dengan artian tidak ada yang ditempatkan sebagai variabel bebas maupun terikat. Hubungan kausal ialah hubungan sebab akibat yang dapat diartikan bahwa variasi pada X (variabel bebas) bakal memberi pengaruh variasi pada Y (variabel terikat). Hubungan resiprokal merupakan hubungan timbale balik atau dua arah.²

¹ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 109.

² Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, 119-120.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini memiliki subyek mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah di IAIN Kudus dengan cara mengambil data dari kuesioner. Sedangkan objek dalam penelitian ini ialah pengaruh iklan, kesadaran merk, dan harga produk terhadap keputusan pembelian mie Samyang di IAIN Kudus.

C. Sumber Data

Pengumpulan informasi yang dipakai penulis berupa data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

Data primer dimaknai dengan informasi yang dihimpun dan diolah secara mandiri oleh sebuah lembaga maupun individual yang didapat langsung dari objeknya. Pengumpulan data dilakuakn secara khusus untuk memecahkan persoalan penyelidikan yang sedang diawasi. Pada penelitian ini, data primer didapat melalui pengedaran angket atas sampel yang sudah ditentukan.³

2. Data Sekunder

Data sekunder dipakai menjadi informasi mendukung dalam peneltian ini. Data sekunder merupaka informasi yang didapat dalam bentuk jadi atau dengan kata lain telah dihimpun dan diolah oleh orang berbeda, umumnya telah berbentuk embaran. Data sekunder pada penelitian ini diambil melalui berbagai jurnal, buku dan berita elektronik.⁴

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk menemukan fakta dilapangan, oleh sebab itu peneliti memakai teknik pengumpulan data seperti dibawah:

1. Metode Kuesioner

Metode angket ialah metode penghimpunan informasi yang dikerjakan dengan aturan memberikan pertanyaan kepada individu sebagai reponden untuk mendapatkan

³ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, 171.

⁴ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, 171.

informasi darinya melalui jawaban yang diberikan. Teknik pengumpulan data melalui angket mungkin sekilas mudah, namun metode penghimpunan informasi menggunakan daftar pertanyaan ini lumayan rumit dilakukan apabila jumlah respondennya lumayan banyak serta menyebar di berbagai daerah. Prosedur angket bisa dilakukan lewat tatap muka secara langsung atau lewat angket surat yang berupa elektronik atau fisik.⁵

Kuesioner pada penelitian ini ialah skala likert yang dipakai menaksir perilaku, pandangan, serta pemahaman orang mengenai sebuah gejala serta kejadian khusus.⁶ Peneliti wajib merumuskan beberapa pernyataan atas sebuah pembahasan khusus dan jawabannya terhadap pertanyaan tersebut. Setiap opsi jawaban mempunyai nilai berbeda, semua respon penjawab ditotal berlandaskan nilainya hingga dapat membuat suatu penilaian individual menyinggung sebuah bahasan khusus.⁷

2. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi ialah metode penghimpunan informasi yang tidak secara langsung diarahkan pada subjek penelitian. Dokumentasi yang diteliti bisa beragam bentuknya, tak sekadar salinan sah. Dokumen bisa berbentuk buku harian, surat pribadi, laporan, notulen rapat, maupun data lainnya.⁸ Informasi tersebut berbentuk gambaran umum objek penelitian, yaitu berbentuk biografi perusahaan Mie Samyang.

⁵ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, 173-174.

⁶ Sofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 50.

⁷ Morissan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 88, diakses pada 12 Desember 2020 pada pukul 23.31 WIB, <https://books.google.co.id/books?id=LhZNDwAAQBAJ&pg=PA88&dq=skala+likert+5+poin&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiNtM6EmdjuAhUZWCsKH W6wA7EQ6AEwAXoECAQQA#v=onepage&q=skala%20likert%205%20poin&f=false>

⁸ Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 70-71.

E. Populasi dan Sampel

Definisi populasi sebagaimana dikutip dari Sugiyono, yaitu area penyearataan berupa objek atau subjek yang mempunyai bobot serta keunikan tersendiri yang telah diterapkan oleh peneliti untuk diamati serta diambil simpulannya.⁹ Berdasarkan definisi diatas, penelitian ini memiliki populasi mahasiswa aktif tahun 2017-2020 progam studi Manajemen Bisnis Syariah di IAIN Kudus.

Sampel didefinisikan sebagai separuhatas populasi yang ditarik untuk diteliti serta hasilnya akan dipakai menjadi perwakilan atas populasi secara menyeluruh. Sampel bisa disimpulkan sebagai bagian dari populasi yang didapatkan melalui teknik khusus dalam penelitian dan digeneralisasi kepada populasinya. Penentuan sampel didasarkan pada tabel atau dihitung dengan rumus tertentu. Jumlah sampel dapat dilihat berdasarkan tingkat ketelitian atau kesalahan yang diinginkan peneliti.¹⁰ Terdapat suatu rumus umum bahwasannya banyaknya sampel yang mewakili suatu populasi memperkecil tingkat kesalahan pada penelitian yang dilakukan dan hal sebaliknya juga berlaku.¹¹ Ukuran sampel idealnya adalah 10% dari jumlah populasi . jika anggota populasi 1000 orang maka sampel yang terdiri dari 100 orang dianggap sudah cukup memadai.¹²Populasi dalam penelitian ini telah diketahui maka dapat menggunakan rumus Yamane dan Issac *and* Michael dalam menentukan jumlah sampel. Pada penelitian kali ini, penulis menentukan ukuran sampel menggunakan rumus Yamane dan Issac *and* Michael dan rumusnya:

⁹ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, 190.

¹⁰ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, 192-193.

¹¹ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, 193-194.

¹² Sutopo, "Penentuan Jumlah Sampel dalam Penelitian", *Jurnal Ekonomi Manajemen Akutansi* 17, no. 29 (2010): 1, diakses pada 2 Oktober 2021,

<http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1232577&val=12499&title=PENENTUAN%20JUMLAH%20SAMPEL%20DALAM%20PE NELITIAN>

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

Keterangan:

n= sampel yang diperlukan

N= jumlah populasi

e= tingkat kesalahan sampel (sampling error 1-15%)

Apabila angka-angka tersebut dimasukkan kedalam rumus, maka dapat mewakili sampel yang ada. Populasi didapatkan berjumlah 931 dengan tingkat error 10% (0,10) sehingga jumlah sampel dapat ditentukan melalui perhitungan sebagai berikut:¹³

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

$$N = \frac{931}{1 + (931(0,10)^2)}$$

$$N = \frac{931}{1 + (931 \cdot 0,01)}$$

$$N = \frac{931}{1 + 9,31}$$

$$N = \frac{931}{10,31}$$

$$N = 90,30$$

dibulatkan menjadi 90

Non-probabilitas sampel merupakan teknik untuk melakukan penentuan sampel. Metode penarikan sampel non-probabilitas yang sifatnya subyektif, dimana penentuan elemen populasi tidak dapat dilakukan. Ini dikarenakan elemen populasi tidak mempunyai peluang serupa untuk digunakan menjadi sampel.¹⁴ Penelitian ini sendiri memiliki sampel sejumlah 90 sampel yang ditentukan dengan memakai rumus Yamane dan Issac and Michael. Kriteria yang digunakan yaitu:

1. Responden mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah di IAIN Kudus yang telah melakukan pembelian mie samyang minimal satu kali
2. Usia responden minimal 17 tahun. Karena pada masa ini peneliti menganggap keputusan pembelian sudah bisa dilaksanakan oleh responden.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 149.

¹⁴ Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2017), 103

F. Skala Pengukuran

Untuk memperoleh data dari lapangan digunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Kuesioner ialah pertanyaan yang ditujukan dengan maksud memperoleh informasi dari responden. Pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner yang akan dibagikan berkenaan dengan produk mie Sanyang kepada mahasiswa program studi Manajemen Bisnis Syariah di IAIN Kudus, kemudian responden akan memilih jawaban yang telah disediakan penulis perihal pertanyaan yang telah diberikan. bobot pada tiap jawaban dari responden beragam.

Skala likert ialah skala yang dipakai untuk melakukan pengukuran isinya mengenai persetujuan dan ketidaksetujuan responden berkaitan dengan pertanyaan yang berkenaan dengan aktivitas atau keyakinan obyek yang diteliti. Skala likert umumnya menggunakan lima angka penilaian, yaitu:

Sangat tidak setuju	: berbobot 1
Tidak setuju	: berbobot 2
Netral	: berbobot 3
Setuju	: berbobot 4
Sangat setuju	: berbobot 5 ¹⁵

G. Variabel Operasional

1. Definisi variabel operasional

Definisi variabel operasional ialah sebuah pengertian yang dibubuhkan terhadap sebuah variabel lewat metode membubuhkan makna, atau menspesifikasi tindakan, menjelaskan suatu operasional yang dibutuhkan guna melakukan pengukuran terhadap variabel. Definisi operasional bisa berwujud pengertian yang ditakar maupun eksperimental. Arti operasional yang ditakar dapat member sketsa macam mana variabel itu ditakar. Definisi operasional ekperimental memiliki arti variabel melalui petunjuk percobaan yang dilaksanakan pada variabel.¹⁶ Tabel dibawah ini menyajikan definisi operasional variabel yang dibutuhkan dalam penelitian:

¹⁵ Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*, 87-88.

¹⁶ Muslich Anshori dan Sri Iswati, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR, 2009), 60,

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
1	Iklan (X_1)	Iklan adalah segala bentuk informasi prihal barang yang disampaikan dengan menggunakan media berbayar, dan diarahkan kepada masyarakat luas. ¹⁷	<ol style="list-style-type: none"> 1. Musik dan warna 2. Model iklan 3. Desain iklan 4. Pesan 5. Naskah iklan 	Skala likert
2	Kesadaran Merek (X_2)	Kesadaran merek dimaknai dengan kemampuan anggota dalam mengingat kembali dan mengetahui merk yang menjadi bagian barang. ¹⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Consumption</i> 2. <i>Purchase</i> 3. <i>Recognition</i> 4. <i>Recall</i> 	Skala likert
3	Harga (X_3)	Harga dimaknai dengan ukuran mengenai tinggi rendahnya nilai kepuasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga memberikan pengaruh pada pengambilan keputusan 2. Sesuainya harga 	Skala likert

diakses pada 13 Januari 2021 pada pukul 21.18 WIB,
[https://books.google.co.id/books?id=ltq0DwAAQBAJ&printsec=](https://books.google.co.id/books?id=ltq0DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=definisi+variabel+operasional&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiwlc_xOnuAhXhjOYKHQ11BLMQ6AEwBH0ECAyQAg#v=onepage&q=definisi%20variabel%20operasional&f=false)

[frontcover&dq=definisi+variabel+operasional&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiwlc_xOnuAhXhjOYKHQ11BLMQ6AEwBH0ECAyQAg#v=onepage&q=definisi%20variabel%20operasional&f=false](https://books.google.co.id/books?id=ltq0DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=definisi+variabel+operasional&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiwlc_xOnuAhXhjOYKHQ11BLMQ6AEwBH0ECAyQAg#v=onepage&q=definisi%20variabel%20operasional&f=false)

¹⁷ Rahmat Kriyantono, *Manajemen Periklanan Teori dan Praktek*, 8

¹⁸ Darmadi Duriyanto, dkk, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk*, 54, diakses pada 14 November 2020 pada pukul 22.23 WIB,

<https://books.google.co.id/books?id=bfhUJTSbapEC&pg=PA54&dq=brand+awareness+adalah&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwisoY2kq4LtAhUHeisKHdFIAXcQ6AEwB3oECAkQAg#v=onepage&q=brand%20awareness%20adalah&f=false>

		pelanggan mengenai barang yang dibelinya ¹⁹	<p>dan faedah yang diperoleh</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Daya saing harga 4. Sesuainya harga dengan kualitas barang 5. Terjangkaunya harga 	
4	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian diartikan dengan aktivitas penggabungan yang mengkombinasikan pengetahuan dan sikap guna menilai dua atau lebih perilaku alternatif serta melakukan pemilihan diantaranya ²⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian ulang 2. Perekomendasiian kepada orang lain 3. Mantapnya suatu produk 4. Pemrosesan informasi sampai kepada memilih merk 5. Tujuan pembelian barang 	Skala likert

2. Variabel Bebas

Variabel ini merupakan variabel stimulus atau variabel yang dapat memberi pengaruh variabel lainnya, umumnya dicatatkan melalui simbol X. iklan (X1), kesadaran merk (X2), dan harga (X3) merupakan variabel terikat yang diajukan.

3. Variabel Terikat

Variabel ini merupakan variabel yang memberikan reaksi apabila disambungkan bersama variabel bebas.

¹⁹ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, 228

²⁰ Rudot Yuli Saputro, dkk, “Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario 124 di Dealer Astra Honda Semarang”, 8, diakses pada 4 Agustus, 2020, <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/499/485>

Umumnya dicatatkan melalui simbol Y . keputusan pembelian merupakan variabel terikat yang diajukan.²¹

H. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas data ialah aktivitas dalam menentukan validitas suatu data yang didapatkan melalui survei, observasi ataupun wawancara.²² Uji validitas digunakan memperkirakan koefisien hubungan antara jumlah indikator atau pertanyaan yang di tes dengan jumlah akhir variabelnya. Sebuah item dapat disimpulkan layak dipakai atau tidak layak digunakan ialah melalui uji signifikansi koefisien korelasi dengan taraf signifikansinya 0,1 (10%) yang dapat disimpulkan bahwa kevalidan suatu item dibuktikan dengan korelasinya signifikan terhadap umlah item keseluruhan. Untuk mengetahuinya digunakan Korelasi product moment atau korelasi pearson. Metode lain yang biasa digunakan yaitu *Corrected Item-Total Correlation*. Instrumen dinyatakan valid jika r tabel $< r$ hitung yang berlaku untuk tiap item secara keseluruhan.²³

2. Uji Reliabilitas

Alat yang digunakan guna melakukan pada instrumen yang menjadi indikator pada suatu variabel disebut uji reliabilitas. Sebuah angket mampu memenuhi kerliabelan apabila jawaban responden memberi jawaban secara konsisten atau stabil terhadap pertanyaan yang

²¹ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, 90-91.

²² Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*, 140.

²³ Vivi Herlina, *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2019), 58, diakses pada tanggal 12 Februari 2021 pada pukul 23.53 WIB, <https://books.google.co.id/books?id=WTOyDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=uji+validitas+dan+reliabilitas&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjT5aHQ4-TuAhWpILcAHWmeAZ0Q6AEwAnoECAQQAg#v=onepage&q=uji%20validitas%20dan%20reliabilitas&f=false>

TuAhWpILcAHWmeAZ0Q6AEwAnoECAQQAg#v=onepage&q=uji%20validitas%20dan%20reliabilitas&f=false

diberikan.²⁴ Metode ukur reliabilitas bisa dilaksanakan melalui teknik *alpha crobanbach* yaitu dengan digunakan untuk menentukan apakah sebuah perangkat penelitian dapat diartikan reabel melalui teknik ini. Sebuah perangkat dapat disimpulkan reabel jika nilai *alpha crobanbach* lebih besar dari 0,6.²⁵

I. Uji Asumsi Klasik

Analisis kuantitatif digunakan dalam menganalisis hasil yang didapatkan. Analisis ini memanfaatkan program SPSS dan analisis linier berganda dalam upaya pengolahan data hasil penelitian. Akan tetapi sebelumnya, harus ada uji asumsi klasik yang bertujuan membagikan kejelasan bahwasanya persamaan regresi yang didapatkan mempunyai akurasi pada estimasi, tidak bisa dan konstan.²⁶ Uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas digunakan dalam uji asumsi klasik.

1. Uji Normalitas

Uji ini dipakai guna memahami kenormalan distribusi residual dalam suatu model regresi.²⁷ Baiknya model regresi dibuktikan dengan normalnya distribusi residualnya.²⁸ terdapat dua metode untuk mengetahui

²⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 47-48.

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 105.

²⁶ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 108, diakses pada 13 Februari 2021 pada pukul 22.58 WIB, <https://books.google.co.id/books?id=babXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=uji+asumsi+klasik&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwjc5YvAmufuAhUpH7cAHZscBOEQ6AEwAXoECAGQAg#v=onepage&q=uji%20asumsi%20klasik&f=false>

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, 160.

²⁸ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, (Ponorogo: CV Wade Group, 2017), 108, diakses pada 13 Februari 2021 pada pukul 23.20 WIB, <https://books.google.co.id/books?id=MQCGDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=uji+normalitas&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwizhqrYoeFuAhWof30>

kenormalan distribusi ini yakni menggunakan analisis grafik ataupun rumus statistik. Analisis grafik memiliki dua metode ialah melalui uji grafik normal probability plot dan uji grafik histogram. Analisis grafik ialah metode paling mudah buat mengamati normalitas residual yakni melalui mengamati grafik histogram yang membandingkan data observasi melalui pengiriman yang mendekati pengiriman normal. Analisis grafik memiliki kekurangan yaitu dengan hanya melihat histogram dapat menyesatkan terutama pada data yang memiliki sampel kecil. Uji grafik dianjurkan dipenuhi melalui uji statistik. Uji statistik sederhana bisa dilaksanakan melalui pengamatan nilai kurtosis dan skewness dari residual.²⁹ Pada penelitian kali ini memakai dua metode yakni melalui menggunakan histogram dan grafik normal plot, ialah seraya mengamati sebaran titik yang terdapat pada grafik normal dan sumbu diagonal dengan basis pengambilan keputusan. Apabila sebaran titik berada disekitar garis diagonal dan membayangi haluan garis diagonal, dapat dikatakan model regresi mencukupi asumsi normalitas. Sebaliknya, jikalau masukan menghambur menjauh dari garis diagonal atau tak membayangi garis diagonal, dapat dikatakan model regresi tak mencukupi anggapan normative.³⁰

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini berguna mengetes mengenai ketidakselarasan varian pada residual satu pemantauan ke pemantauan lainnya. Untuk mengindikasikan terdapat atau tidaknya sebuah heteroskedastisitas dapat dilakukan melalui pengamatan terdapat atau tidaknya corak khusus di grafik *scatterplot*. Aturan pengutipan putusan bilamana terdapat corak khusus semacam titik-titik yang menciptakan corak runtut (menyempit, melebar serta

KHazuD0gQ6AEwBnoECAyQAg#v=onepage&q=uji%20normalitas&f=false

²⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 160-163.

³⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 160.

bergelombang), dengan demikian bisa disimpulkan adanya heteroskedastisitas, tetapi apabila tak terdapat corak jelas serta titik-titik merata dibawah dan atas angka 0 pada sumbu Y, disimpulkan ketiadaan heteroskedastisitas.³¹

3. Uji Multikolinearitas

Uji ini berguna mengecek mengenai terjadinya hubungan diantara variabel independennya. Bentuk regresi semestinya tak menjadi hubungan diantara variabel independen. Agar dapat mengindikasi terdapat ataupun tidaknya multikolinearitas pada model regresi ialah dengan melihat nilai R^2 yang didapatkan dari estimasi model regresi empiris amat tinggi namun selaku personal variabel-variabel tak terikat melimpah yang tak relevan mempengaruhi variabel terikat, menelaah bagan hubungan variabel takterikat, apabila antara variabel independen terdapat hubungan yang lumayan tinggi (umumnya diatas 0,90) maka dapat diindikasikan multikolonearitas. Cara mengindikasi terdapat tidaknya multikolonearitas dalam bentuk regresi juga bias diamati melalui jumlah *tolerance* serta lawannya, serta *variance inflation factor* (VIF).³²

J. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

analisis linier berganda merupakan teknik yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis ini dipakai buat menganalisis korelasi linear diantara beberapa variabel tak terikat atau lebih dengan satu variabel dependen.³³ Adapun variabel tak terikat (bebas) pada penelitian ini mencakup iklan (X_1), kesadaran merek (X_2), dan harga (X_3), adapun variabel dependen yang diajukan ialah

³¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, 139.

³² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*, 105.

³³ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), 149

keputusan pembelian (Y). regresi linier berganda memiliki persamaan berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

- Y' : keputusan pembelian (angka dugaan variabel terikat (rentabilitas ekonomi))
- a : konstanta, yakni jumlah Y' apabila X₁ dan X₂ = 0
- b₁b₂b₃ : koefisien regresi, yakni angka kenaikan atau penyusutan variabel Y' memiliki dasar variabel X₁, X₂, dan X₃
- X₁ : variabel iklan
- X₂ : variabel kesadaran merek
- X₃ : variabel harga³⁴

2. Koefisien Determinasi (R²)

Analisis determinasi dipakai agar dapat memahami presentase bantuan dampak variabel bebas (X₁, X₂,...X_n) dengan bersamaan akan variabel terikat (Y). Nilai R² antara nol dan satu (0<R₂<1). R₂ berarti 0, jadi tak terdapat sedikit pun presentase bantuan dampak yang dihasilkan variabel bebas kepada variabel terikat, atau variabel bebas yang dipakai pada corak tak memberi penjelasan sedikit pun variasi variabel terikat. Sedangkan jika R₂ adalah satu, maka presentase sumbangan pengaruh yang dihasilkan variabel bebas pada variabel terikat ialah lengkap alias ragam variabel bebas yang dipakai pada corak memaparkan 100% variasi variabel terikat. Kecilnya nilai Nilai R₂ mengartikan bahwasannya kapasiats variabel bebas saat memaparkan variabel terikat sungguh terpaku. Rumus memeriksa koefisien determinasi melalui dua variabel bebas adalah :

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Dimana:

- R² : koefisien determinasi
- ryx₁ : hubungan biasa antara X₁
- ryx₂ : hubungan biasa antara X₂ dengan Y
- rx₁x₂ : hubungan biasa antara X₁ dengan X₂³⁵

³⁴ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, 160

K. Uji Hipotesis

1. ANOVA atau analisis varian (uji f)

Uji f dipakai untuk mengetahui nilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Tingkat signifikansi yang digunakan 0,10. Adapun cara-cara pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. Merumuskan hipotesis
Ho: secara simultan tidak berpengaruh
Ha: secara simultan berpengaruh
- b. Menentukan F hitung dan nilai signifikansi
- c. Menentukan F tabel
- d. Kriteria Pengujian
Jika $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$ maka Ho diterima
Jika $F \text{ hitung} \geq F \text{ tabel}$ maka Ho ditolak
- e. Membuat kesimpulan³⁶

2. Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)

Uji t (uji koefisien regresi secara parsial) dipakai agar mengerti apakah variabel independen secara terpisah memiliki pengaruh signifikan atau tidaknya atas variabel terikat. Cara-cara pengujiannya ialah seperti dibawah:

- a. Merumuskan hipotesis
Ho: secara parsial tak ada pengaruh
Ha: secara parsial ada pengaruh
- b. Menentukan t hitung melalui nilai signifikansi
Untuk pangkat signifikansi menggunakan 0,10 ($\alpha = 10\%$)
- c. Menetapkan nilai t tabel
T tabel bisa diamati melalui tabel statistik pada signifikansi 0,10

³⁵ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta: Buku Seru, 2010), 66.

³⁶ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, 157-158.

- d. Tolak ukur pengetesan
Jika $t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima
Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak
Berdasarkan signifikansi:
Jika signifikansi $> 0,10$ maka H_0 diterima
Jika signifikansi $< 0,10$ maka H_0 ditolak
- e. Membuat kesimpulan³⁷



³⁷ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, 161-162.