

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

#### 1. Jenis Penelitian

Penulis menggunakan jenis kerja lapangan (*field reseach*) untuk jenis penelitiannya, di mana penulis memfokuskan penelitiannya pada situs atau lapangan tertentu. Dalam penelitian ini, dilakukan pada situasi yang alamiah, namun didahului dengan adanya beberapa campur tangan oleh peneliti. Campur tangan ini bertujuan untuk didapatinya fakta atau kejadian yang diinginkan peneliti agar bisa diamati.<sup>56</sup>

#### 2. Pendekatan Penelitian

Metode yang dipakai adalah metode kuantitatif. Metode analisis yang menggunakan angka dimulai dengan pengumpulan data, analisis data, serta penyajian data. Pendekatan analisis kuantitatif ini menekankan pada analisis numerik yang diikuti dengan analisis data numerik yang relevan.<sup>57</sup>

Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkret/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.<sup>58</sup>

### B. Setting Penelitian

Lokasi penelitian yang diambil penulis adalah di CV. Mubarakfood Cipta Delicia yang beralamat di Jl. Sunan Muria No.33 Glantengan Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus Jawa Tengah 59313. Hal ini dikarenakan beberapa alasan diantaranya:

1. Keinginan peneliti sendiri, peneliti ingin melakukan penelitian di CV. Mubarakfood Cipta Delicia mengenai pengaruh harga,

---

<sup>56</sup> Saifuddin Azwar, “*Metode Penelitian*”, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001): 21

<sup>57</sup> Hardani, Dkk, “Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif”, (Yogyakarta:Cv. Pustaka Media,2020): 23

<sup>58</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D)*”, (Bandung : Alfabeta, 2016): 7

saluran distribusi dan daya beli konsumen terhadap keputusan pembelian yang kurang stabil sehingga naik turun.

2. Ketersediaan sumber data, yang meliputi waktu dan jarak yang ditempuh serta ketersediaan sumber referensi yang ada.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah sumber data untuk suatu penelitian tertentu, baik dalam jumlah maupun wilayah. Bila bisa dikeluarkan dari populasi, akan sangat mahal serta memakan waktu, sehingga terlalu banyak penelitian. Alternatifnya adalah penelitian sering dilakukan dengan memilih responden atau sumber data yang kurang relevan tetapi mewakili populasi karena data yang dihasilkan dapat mewakili data populasi yang ada. Proses ini disebut metode sampling.<sup>59</sup> Populasi juga dapat diartikan sebagai keseluruhan dari subjek atau objek yang akan menjadi sasaran penelitian. Subjek penelitian adalah tempat data variabel yang digunakan, sedangkan objek pada penelitian merupakan sebuah atribut, data yang memiliki karakteristik tertentu.<sup>60</sup> Jadi, populasi yang dijadikan peneliti sebagai subjek penelitian adalah semua *customer* di CV. Mubarakfood Cipta Delicia Kudus.

#### 2. Sampel

Sampel ditentukan oleh peneliti dengan mempertimbangkan masalah, tujuan, hipotesis, metode serta alat penelitian, waktu, tenaga, serta biaya. Seperti dijelaskan di atas, sampel terdiri dari sumber data yang dipilih, subjek penelitian (responden), serta hasil metode pengambilan sampel (*sampling method*).<sup>61</sup> Sampel penelitian adalah bagian yang memberikan gambaran secara umum dari populasi. Sampel penelitian memiliki karakteristik yang sama dengan karakteristik populasi, sehingga sampel yang digunakan dapat mewakili populasi yang diamati.<sup>62</sup>

---

<sup>59</sup> Deni Darmawan, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, (Bandung: Pt.Remaja Rosdakarya, 2016), 137-138

<sup>60</sup> Slamet Riyanto, Dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*, (Sleman. Deepublish Grup Penerbitan Cv Budi Utama, 2020): 11

<sup>61</sup> Deni Darmawan, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”: 138

<sup>62</sup> Slamet Riyanto, Dan Aglis Andhita Hatmawan, “*Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*”: 12

Dalam penelitian ini dipakai *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau peluang yang sama untuk setiap elemen atau anggota populasi yang dipilih sebagai sampel.<sup>63</sup> Oleh karena itu, dalam menentukan ukuran sampel menggunakan *accidental sample* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel dan tentu orang tersebut dipandang cocok.<sup>64</sup>

Karena jumlah populasi *customer CV. Mubarakfood Cipta Delicia* tidak diketahui secara pasti maka teknik yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel penulis menggunakan rumus *lemeshow* dalam menghitung ukuran sampel, yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan

moe = *Margin of Error*

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau  $Z = 1,96$  dan tingkat kesalahan maksimal sampel yang masih dapat ditoleransi atau moe sebesar 10% maka jumlah sampel dapat ditentukan dengan rumus *lemeshow* :

$$n = \frac{1.96^2}{4(0.1)^2}$$

$$n = \frac{3.8416}{0.04}$$

$$n = 96.04$$

---

<sup>63</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta, 2018): 122-123.

<sup>64</sup> Henry Syafitri, Amalia, dan Juneris Aritonang, “*Buku Ajar Metodologi Penelitian Kesehatan*”, (Malang: Ahlimedia Press, 2021): 149

[http://books.google.co.id/books?id=7\\_5LEAAQBAJ&pg=PA149&dq=accidental+sampling+buku&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwj2Zv53vj4AhUGkNgFHSTFAI4Q6wF6BAgFEAU#v=onepage&q=accidental%20sampling%20buku&f=false](http://books.google.co.id/books?id=7_5LEAAQBAJ&pg=PA149&dq=accidental+sampling+buku&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwj2Zv53vj4AhUGkNgFHSTFAI4Q6wF6BAgFEAU#v=onepage&q=accidental%20sampling%20buku&f=false)

Berdasarkan hasil dari perhitungan menggunakan rumus *lemeshow* diperoleh sampel yang baik dari populasi minimal sebesar 96,04 orang. Namun untuk mempermudah dalam perhitungan maka dibulatkan menjadi 100 orang.

#### D. Identifikasi Variabel

Tergantung pada kaitan antara satu variabel dengan variabel lainnya, variabel yang berbeda dalam penelitian dapat dikategorikan sebagai berikut:

##### 1. Variabel Independen

Kerap diucap selaku dorongan, prediktor, dan variabel pokok. Dalam bahasa Indonesia kerap diucap variabel bebas. Elastis bebas merupakan variabel yang pengaruhi (mengikat) variabel terikat ataupun mengganti ataupun membuat variabel timbul. Dalam riset kegiatan. Tindakan merupakan variabel independen Variabel independen dalam penelitian. ini adalah Harga ( $X_1$ ), Saluran Distribusi ( $X_2$ ), dan Daya Beli ( $X_3$ ).

##### 2. Variabel Dependen

Variabel dependen Sering disebut sebagai variabel keluaran, kriteria, serta hasil. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel bebas atau variabel yang dipengaruhi atau akibat dari tindakan. Dalam penelitian tindakan, variabel terikat adalah variabel hasil/variabel bebas.<sup>65</sup> Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

#### E. Variabel Operasional

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang dinyatakan dalam kriteria atau operasi yang dapat diuji secara khusus. Definisi dalam penelitian tujuannya adalah memberikan pengertian dan pengukuran konsep-konsep.<sup>66</sup> Dalam penelitian ini, definisi operasional yaitu:

**Tabel 3.1 Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Harga (X1)	Harga adalah jumlah yang telah dibebankan kepada semua pelaku	1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.	<i>Likert</i>

<sup>65</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*”, (Bandung: Alfabeta, 2015): 81

<sup>66</sup> Muhammad, “*Metodologi Penelitian Ekonomi Islam (Pendekatan Kuantitatif)*”, (Jakarta, Pt Raja Grafindo Persada, 2013): 68

		untuk membeli produk maupun jasa guna untuk memperoleh manfaatnya. <sup>67</sup>	2. Daya saing harga 3. Kesesuaian harga dengan manfaat. <sup>68</sup> 4. Keterjangkauan harga. 5. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan akhir. <sup>69</sup>	
2	Saluran Distribusi (X2)	Saluran distribusi adalah serangkaian organisasi yang saling terkait dan terlibat dalam proses penyampaian atau penyaluran barang dan jasa guna untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara menguntungkan. <sup>70</sup>	1. Sistem Transportasi. 2. Ketersediaan Produk. 3. Waktu Penantian. <sup>71</sup>	Likert
3	Daya Beli	Daya beli merupakan	1. Cita rasa	Likert

<sup>67</sup> Rega Dicky Pratama, "Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pt. Semen Indonesia (Persero)", *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol 9 No 6 (2020): 4

<sup>68</sup> Abid Muhtarom, Muhamad Imam Syairozi, Dan Hesty Lovi Yonita "Analisis Perspektif Harga, Lokasi, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditanggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM)-Partial Least Square (PLS)",: 393

<sup>69</sup> Arie Shandy, Shorea Khaswarina, Dan Evy Maharani, "Persepsi Konsumen Terhadap Bauran Pemasaran Di Klapperpie Kota Pekanbaru,": 190

<sup>70</sup> Renny Lubis, "Pengaruh Segmentasi Pasar Dan Saluran Distribusi Terhadap Peningkatan Penjualan Di Pt. Mutifa Medan", *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan*, Vol 4 No 1, (2021): 391

<sup>71</sup> Devi Novitasari Dan Samari, "Upaya Peningkatan Volume Penjualan Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Optimalisasi Promosi, Harga, Dan Saluran Distribusi Pada Pusat Oleh-Oleh Gudange Tahu Takwa",: 57

	(X3)	kesanggupan konsumen dalam hal ini masyarakat untuk melaksanakan pembelian barang maupun jasa yang di butuhkan. <sup>72</sup>	<p>pemilik.</p> <p>2. Pekerjaan.</p> <p>3. Jumlah penghasilan.<sup>73</sup></p>	
4	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan suatu langkah yang harus dilalui konsumen dalam memahami permasalahannya, mendapatkan informasi dan solusi mengenai produk atau merek tertentu serta membandingkan seberapa baik cara tersebut bisa menyelesaikan permasalahan yang kemudian menjadi tolak ukur dalam melakukan sebuah keputusan pembelian. <sup>74</sup>	<p>1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk.</p> <p>2. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai.</p> <p>3. Membeli karenasesuaian dengan keinginan dan kebutuhan.</p> <p>4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain.<sup>75</sup></p>	<i>Likert</i>

<sup>72</sup> Ricky Atmaja, “Analisa Perilaku Konsumtif Dan Daya Beli Konsumen Terhadap Penjualan Online Selama Masa Pandemi Covid -19: 92

<sup>73</sup> Mohammad Ramdhani Kusuma dan Ahmad Ghufrony, “Pengaruh Daya Beli, Minat Konsumen dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Adipoday Cafe and Resto di KabupatenSumenep): 4

<sup>74</sup> Agus Setiawan, Rois Arifin, dan Siti Asiyah, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Saluran Distribusi, Brand Image, Brand Trust, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Lestari Eco Desa Sembung Tulungagung”, *Jurnal Riset Manajemen*, Vol 09 No. 16 (2020): 142

<sup>75</sup> Philip Kotler dan Armstrong, “*Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi ke-12, Alih Bahasa oleh Bob Sabran*”, (Jakarta: Erlangga, 2008): 181

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Metode *Interview* (Wawancara)

Wawancara adalah metode pengumpulan data di mana seorang pewawancara (peneliti atau pengumpul data) mengajukan pertanyaan kepada para responden selama pengumpulan data. Tanya jawab ini akan dipakai sebagai metode pengumpulan data ketika Anda ingin melakukan survei pendahuluan untuk memperjelas masalah serta kemungkinan sasaran survei, atau ketika Anda ingin mengumpulkan pendapat serta permintaan dari responden dengan jumlah responden yang sedikit.<sup>76</sup>

### 2. Angket/Kuesioner

Angket atau kuesioner adalah cara untuk mengumpulkan data yang efektif apabila periset mengetahui secara tepat variabel yang akan dijadikan tolak ukur dan mengetahui apa yang bisa diharapkan dari para responden.<sup>77</sup> Survei merupakan metode pengumpulan informasi yang efektif ketika peneliti yakin dengan variabel yang disurvei serta apa yang diharapkan responden. Jenis pertanyaan ini dapat dijawab secara tertutup melalui jawaban yang disiapkan oleh pengtes. Pemeriksa setuju bahwa responden akan mengidentifikasi serta mengukur pada skala Likert. Angket di sebarakan kepada responden dengan setiap soal terdapat alternatif pilihan, yaitu :

- a. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5.
- b. Setuju (S) diberi skor 4.
- c. Netral (Cukup) (N) diberi skor 3.
- d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2.
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

### 3. Dokumentasi

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode dokumentasi. Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang berarti barang-barang tertulis atau benda mati yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau aktivitas tertentu yang berupa arsip data, surat menyurat, rekaman gambar, dan lain sebagainya.<sup>78</sup>

<sup>76</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Tindakan Komprehensif*": 244

<sup>77</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*": 142

<sup>78</sup> Mahmud, "*Metode Penelitian Pendidikan*", (Bandung, Pustaka Setia, 2011): 184

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin di ukur.<sup>79</sup> Agar penelitian ini dikatakan valid maka peneliti menggunakan alat ukur yang mengandung keterkaitan dengan tujuan penelitian agar mampu mengungkapkan suatu gejala yang sebenarnya yaitu valid atau tidak valid. Kevalidan penelitian ini dapat dilihat dengan menggunakan korelasi *product moment*, dengan ketentuan bahwa sebuah instrumen dikatakan valid apabila  $r$  hitung  $> r$  tabel.

Adapun langkah untuk mengetahui validitas instrumen adalah berawal dari penyebaran angket variabel X yang diberikan kepada 100 responden nantinya akan diketahui hasilnya. Angket yang disebar merupakan pertanyaan dengan 5 alternatif jawaban, dan skor jawaban yang diberikan 5,4,3,2,dan 1.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran yang sama pula.<sup>80</sup> Pengujian ini menggunakan alat ukur *internal consistency*, yaitu dilakukan dengan cara mencoba alat ukur cukup hanya sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Dalam hal ini menggunakan uji reabilitas dengan menggunakan *Alpha Cronbach*.

Apabila nilai *Alpha Cronbach* suatu variabel  $>0,6$  maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut reliabel, itu berarti bahwa apabila nilai *Alpha Cronbach* suatu variabel  $<0,6$  maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel.<sup>81</sup>

## H. Uji Prasyarat

### 1. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas guna mengetahui dalam suatu model regresi terdapat atau ditemukan adanya korelasi antara variabel independen (variabel bebas). Model regresi yang tepat

<sup>79</sup> Syofian Siregar, “*Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*”, (Jakarta : Pt Bumi Aksara, 2014): 75

<sup>80</sup> Syofian Siregar, “*Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*”: 87

<sup>81</sup> Syofian Siregar, “*Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*”: 89-90

itu seharusnya tidak ada korelasi diantara variabel independen (variabel bebas).

Jika variabel independen (variabel bebas) saling berkorelasi, maka suatu variabel tidak ortogonal. Ortogonal ini adalah variabel independen (variabel bebas) yang memiliki nilai korelasi antar variabel yang sesama variabel independen (variabel bebas) = 0.<sup>82</sup>

Untuk mendeteksinya, beberapa cara yang bisa digunakan dalam uji multikolinearitas yaitu:

- a. Dengan melihat nilai toleransi yang ada pada model regresi dan nilai inflation faktor (VIF).
  - b. Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara bersama ( $R^2$ ).<sup>83</sup>
2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk pengujian di dalam model regresi apakah terdapat tidak samanya varian dari residual observasi satu terhadap observasi yang lain. Apabila varian dari residual observasi pada observasi yang lain pasti, disebut dengan homoskedastisitas. Dan apabila tidak sama disebut dengan heteroskedastisitas.

Guna mengetahui apakah ada dan tidak adanya heteroskedastisitas, bisa dilakukan dengan cara melihat ada dan tidak adanya sampel tertentu pada *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED. dimana pada sumbu Y adalah prediksi Y, sedangkan sumbu X adalah residualnya (diprediksi Y- nyata Y) yang telah dipelajari. Apabila tidak didapati pola yang jelas pada grafdik, dan titik-titik memanjang ataupun menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) hingga sumbu Y, bisa ditarik kesimpulan heteroskedastisitas tidak terjadi. Homoskedastisitas atau yang tidak heteroskedastisitas merupakan model regresi yang baik.<sup>84</sup>

3. Uji Normalitas

Pengujian normalitas ini menggunakan analisis parametrik, yaitu seperti analisis korelasi pearson, anova satu arah, uji beda dua rata-rata, dan lainnya, dengan diperlukannya uji normalitas

---

<sup>82</sup> Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*”, (Semarang: UNDIP, 2011), 105.

<sup>83</sup> Duwi Priyanto, “*SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*”, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014): 51.

<sup>84</sup> Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*”, 139

ini untuk bisa melihat data tersebut apakah didapati distribusi normal ataupun distribusi tidak normal. Data normalitas ini adalah hal penting, sebab normalitas data menjadi salah satu syarat wajib yang harus dipenuhi didalam analisis parametrik, karena jika data yang didistribusi itu normal maka sudah dapat dianggap mewakili populasi.<sup>85</sup>

#### 4. Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi ini berguna saat melakukan pengujian didalam model regresi linier apakah ada korelasi antar kesalahan pengganggu terhadap periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Apabila terjadi korelasi, maka terdapat problem autokorelasi. Autokorelasi ini timbul sebab pengamatan yang berkaitan dengan satu sama lain yang dilakukan berurutan sepanjang waktu. Permasalahan ini terlihat sebab residual (kesalahan pengganggu) tidak lepas dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain.

Untuk mengetahui ada dan tidaknya suatu autokorelasi bisa dilakukan dengan Uji Durbin Watson (DW test). Uji Durbin Watson ini digunakan untuk suatu autokorelasi (frist order autocorrection) tingkat satu serta mensyaratkan adanya (*intercept*) didalam model regresi serta tidak ada variabel antara variabel bebas. Cara pengambilan keputusan yang dapat dilakukan sebagai berikut:  $H_0$  : tidak ada autokorelasi ( $r = 0$ ).  $H_a$  : ada autokorelasi ( $r \neq 0$ ).<sup>86</sup> Uji Durbin-Watson sering digunakan untuk mendeteksi uji autokorelasi. Namun secara umum bisa diambil patokan:

- Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

### I. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil, catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari,

<sup>85</sup> Duwi Priyatno, "SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis";: 69.

<sup>86</sup> Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19", 110-111.

serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>87</sup>

Penulis menggunakan 4 teknik dalam menguji analisis data:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian ini merupakan bagian dari pengujian regresi sederhana yang telah dikembangkan serta mempunyai kegunaan meramal nilai dari variabel terikat apabila mempunyai variabel bebas yang minimal dua ataupun lebih. Analisis regresi berganda merupakan alat analisis guna meramalkan nilai variabel bebas yang mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Digunakan dalam memberi informasi apakah ada atau tidak fungsi hubungan ataupun akibat hubungan terhadap dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat.<sup>88</sup>

Rumus yang dipakai dalam persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian.

a = Konstanta.

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi harga.

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi saluran distribusi.

b<sub>3</sub> = Koefisien regresi daya beli.

X<sub>1</sub> = Harga.

X<sub>2</sub> = Saluran Distribusi

X<sub>3</sub> = Daya Beli.

e = Standar *error*.

2. Uji T (Parsial)

Pengujian t ini umumnya berguna untuk melihat berapa jauh variabel bebas berpengaruh yang secara individual untuk menjelaskan tentang variasi variabel terikat. Hipotesis nol (H<sub>0</sub>) yang mau diuji apakah parameternya (b<sub>i</sub>) adalah sama dengan nol, atau H<sub>0</sub>: b<sub>1</sub> = 0. Pengertiannya adalah apakah variabel bebas ini tidak menjadi penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat. Hipotesis alternatifnya (H<sub>A</sub>) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau: H<sub>A</sub>: b<sub>i</sub> ≠ 0. Pengertiannya adalah variabel tersebut menjadi penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.<sup>89</sup>

<sup>87</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)*”: 244.

<sup>88</sup> Riduwan Dan Akdon, “*Rumus Dan Data Dalam Aplikasi Statistika*”, (Bandung: Alfabeta, 2006): 142

<sup>89</sup> Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19*”: 98

3. Uji Simultant (Uji F)

Uji f pada umumnya digunakan untuk melihat tentang semua variabel bebas yang dimasukkan apakah berpengaruh secara stimulant pada variabel terikat. Hipotesis nol ( $H_0$ ) ini yang mau diuji apakah seluruh parameter di dalam model sama dengan nol, atau:  $H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$ . Pengertiannya yaitu apakah seluruh variabel bebas ini tidak penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat. Hipotesis alternatifnya ( $H_A$ ) ini bukan seluruh parameter secara stimulan sama dengan nol, atau :  $H_A : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$ . Pengertiannya adalah seluruh variabel bebas secara stimulan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.<sup>90</sup>

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

Analisis ini berguna untuk melihat sejauh mana model bisa mengukur dan juga menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinasi dalam hal ini memiliki nilai antara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil, berarti kemampuan dalam variabel bebas menjelaskan variasi variabel terikat ini sangatlah terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 1 ini mempunyai arti variabel bebas telah menyediakan semua informasi yang diperlukan dalam memprediksi variasi variabel terikat.<sup>91</sup>

---

<sup>90</sup> Imam Ghozali, “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Proqram Ibm Spss 19”: 98

<sup>91</sup> Imam Ghozali, “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Proqram Ibm Spss 19”: 97