

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Metode Penelitian

Jenis riset ini memakai pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang dalam setiap proses penelitiannya melalui perencanaan, perhitungan, pengukuran, rumus-rumus dan kepastian data numerik. Pendekatan kuantitatif mengutamakan tersedianya beberapa variabel sebagai objek riset dimana variabel-variabel itu hendaknya diidentifikasi pada wujud operasionalisasi variabel masing-masing.¹

Riset ini memakai metode penelitian lapangan (*field research*). *Field research* merupakan suatu riset dimana data-data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian didapatkan dari aktivitas di kancah (lapangan) kerja riset tersebut.² Pada riset ini metode *field research* dilakukan menggunakan metode survei yaitu metode penghimpunan data dengan mengajukan pernyataan atau pertanyaan bagi responden baik secara lisan maupun tertulis. Disini peneliti menggunakan metode survei secara tertulis yang biasanya disebut dengan kuesioner. Kuesioner ialah cara pengumpulan data melalui daftar pertanyaan secara tertulis yang sudah dirangkai secara cermat terlebih dahulu sebelum disebarkan ke responden-responden yang di kehendaki untuk mendapatkan data empiris guna memecahkan masalah dalam penelitian.³

B. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer ialah data yang hanya dapat diperoleh dari data asli atau pertama. Data primer haruslah diambil dan dikumpulkan dari sumber aslinya melalui responden

¹ Jonathan dan Sarwono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Edisi Pertama* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 258.

² Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 34.

³ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 105-109.

yang telah dipilih dalam riset. Data primer pada riset ini didapatkan dengan survei. Survei berguna dalam menyediakan cara yang cepat, tepat dan efisien dalam mengevaluasi keterangan dari responden.⁴ Cara survei yang digunakan disini adalah melalui kuesioner (metode pengumpulan data dengan menyebarkan daftar beberapa pertanyaan yang sesuai dengan instrumen penelitian yang telah disusun secara cermat kepada subyek yang diteliti) dan observasi (cara pengumpulan data dengan mencatat perilaku subjek, objek atau fenomena tertentu tanpa melibatkan pertanyaan maupun komunikasi dengan subyek yang diteliti).⁵

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang telah ada. Pada riset ini pengumpulan data sekunder diperoleh dengan metode dokumentasi (cara pengumpulan data sekunder dari beragam sumber, baik secara individu maupun kelembagaan).⁶ Dokumentasi tersebut diperoleh dari *review-review* santri Al-Mustaqim terhadap penggunaan Sarung Batik Mahda dan juga komentar-komentar pembeli dari *website* (toko *online*) Sarung Batik Mahda dari Pekalongan (<https://g.co/kgs/jw4Mbv>).

C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan seperangkat unit analisis (subyek) dalam kawasan dan masa serta memiliki mutu spesifik yang sedang diteliti selanjutnya ditarik kesimpulannya. Dalam riset yang memakai pendekatan kuantitatif, populasi ialah hal yang esensial dan perlu memperoleh pengawasan serius karena akan menggeneralisasi hasil temuannya.⁷ Populasi juga bisa disebut sebagai totalitas subyek penelitian. Sedangkan sampel ialah sebagian dari

⁴ Jonathan dan Sarwono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Edisi Pertama* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 129-130.

⁵ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 109-111.

⁶ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 114.

⁷ Tegor, dkk., *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Klaten: Lakeisha, 2020), 46.

populasi yang telah dipilih berdasarkan sifat dan metode tertentu. Jika pada suatu riset populasi yang akan diteliti terlalu besar dan luas, penelitian yang dilakukan akan memakan banyak tenaga dan waktu, sehingga dengan menyeleksi dari elemen-elemen populasi yang ada, maka penelitian akan menjadi efektif. Dari sinilah ide *sampling* dicetuskan karena sampel bersifat ekonomis dan cepat.⁸

Populasi dalam penelitian ini adalah santri pondok pesantren Al-Mustaqim di desa Bugel, Kedung, Jepara yang berjumlah 186 santriwati sehingga total keseluruhan subyek penelitian adalah 186. Populasi diambil dari kalangan santriwati pondok pesantren Al-Mustaqim karena perempuan lebih peduli dengan gaya hidup. Perempuan diilustrasikan lebih konsumtif dibandingkan pria sebab keperluannya yang beragam, penampilan merupakan suatu hal penting bagi perempuan sehingga memaksa terjadinya kontestasi konsumsi *fashion* pada bingkai gaya hidup (*lifestyle*).⁹ Selain itu, dalam keseharian mereka juga diwajibkan untuk bersarung, sehingga mereka lebih paham tentang sarung serta keputusan pembelian sarung khususnya Sarung Batik Mahda.

Teknik *sampling* yang dipakai pada riset ini ialah teknik *random sampling*, dimana tiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Untuk mengukur sampel yang dibutuhkan, peneliti menggunakan metode Slovin dengan rumus sebagai berikut:¹⁰

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

keterangan:

- n : Ukuran sampel
- N : Ukuran populasi
- α : Toleransi kesalahan (%). Toleransi kesalahan yang dikehendaki adalah 10%

⁸ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 27.

⁹ Rahmi Rachel dan Rakhmadsyah Putra Rangkuty, “Konsumerisme dan Gaya Hidup Perempuan di Ruang Sosial: Analisis Budaya Pembedaan Diri di Lingkungan FISIP Unimal”, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, Vol.1 No.1, 2020, 98.

¹⁰ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 101.

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1+N\alpha^2} \\
 &= \frac{186}{1+186 \times (10\%)^2} \\
 &= \frac{186}{2,86} \\
 &= 65,034965 \\
 &= \text{dibulatkan menjadi } 65 \text{ responden.}
 \end{aligned}$$

Jadi, total sampel yang dibutuhkan pada riset ini sebanyak 65 responden santriwati.

D. Desain Variabel Penelitian

Variabel ialah suatu yang dapat dipakai untuk membedakan atau mengubah nilai. Variabel merupakan persamaan dari konstruk yang dinyatakan dengan nilai ataupun dengan angka.¹¹ Variabel-variabel yang digunakan perlu ditetapkan, diidentifikasi, diklasifikasikan dan dideskripsikan. Jumlah variabel yang dipakai pada suatu riset tergantung dari luas dan kedalaman riset yang akan dilakukan. Variabel sangat penting pada riset dimana variabel menjadi alat dan sarana penakaran dalam riset.¹² Adapun berbagai variabel pada riset ini ialah sebagai berikut:¹³

1. Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi (stimulus) atau variabel yang nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel bebas pada riset ini yaitu kualitas produk sebagai X1, harga sebagai X2, dan gaya hidup sebagai X3.

2. Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi (respon) atau variabel yang nilainya tergantung oleh perubahan variabel lain. Variabel terikat pada riset ini yaitu keputusan pembelian yang dilambangkan dengan Y.

¹¹ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 13.

¹² Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), 91.

¹³ Tony wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 13.

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional mengarah dalam arti serta penakaran dari variabel-variabel dalam penelitian yang berupa karakteristik-karakteristik yang melekat pada variabel. Definisi operasional merupakan penentuan konstruk sehingga menjadi variabel yang bisa ditakar. Definisi operasional berhubungan dengan penyusunan alat ukur atau skala riset. Definisi operasional memaparkan metode tertentu guna menjalankan konstruk sehingga peneliti lain juga bisa menjalankan penakaran yang sama untuk konstruk atau mengembangkan metode yang lebih baik.¹⁴ Adapun definisi operasional dari riset ini ialah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Suatu kondisi dinamis yang memenuhi atau melebihi ekspektasi harapan terhadap produk, jasa, manusia, proses dan lingkungannya. ¹⁵	Bentuk (<i>form</i>)	Likert: 1 = sangat tidak setuju 2 = tidak setuju 3 = netral 4 = setuju 5 = sangat setuju
		Ciri-ciri produk (<i>features</i>)	
		Kinerja (<i>performance</i>)	
		Ketepatan/ kesesuaian (<i>conformance</i>)	
		Ketahanan (<i>durability</i>)	
		Kehandalan (<i>reliability</i>)	
		Kemudahan perbaikan (<i>repairability</i>)	
		Gaya (<i>style</i>)	
		Desain (<i>design</i>) ¹⁶	
Harga (X2)	Sesuatu yang harus	Harga yang	Likert:

¹⁴ Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 14.

¹⁵ A. Rusdiana, *Manajemen Operasi* (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 215-216.

¹⁶ Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (Sulawesi Selatan: Global-RCI, 2017), 34-40.

	dibayar atau dikorbankan guna mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan. ¹⁷	terjangkau Pesaing harga Keseuaian harga ¹⁸	1 – 5
Gaya Hidup (X3)	Cara hidup seseorang yang dilihat dari bagaimana seseorang tersebut menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang dianggap penting dan menarik (ketertarikan), dan apa yang diperkirakan tentang dirinya sendiri serta lingkungannya. ¹⁹	Aktifitas <i>Interest</i> Opini ²⁰	Likert: 1 – 5
Keputusan Pembelian (Y)	Suatu tindakan atau perilaku seorang individu untuk menggunakan barang maupun jasa yang diyakini dapat memenuhi dan	Keputusan tentang jenis produk Keputusan tentang karakteristik produk	Likert: 1 – 5

¹⁷ Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam* (Bogor: Guepedia Publisher, 2018), 26.

¹⁸ Fitriana, dkk., “Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.2 No.1, 2019, 2.

¹⁹ Ekawati Rahayu Ningsih, *PERILAKU KONSUMEN: Pengembangan Konsep dan Praktek dalam Pemasaran* (Kudus: Nora Media Enterprise, 2010), 64.

²⁰ Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen: panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen* (Yogyakarta: CAPS, 2013), 36.

	memuaskan kebutuhannya. ²¹	Keputusan tentang merek	
		Keputusan tentang jumlah produk	
		Keputusan tentang waktu pembelian	
		Keputusan tentang metode pembayaran	
		Keputusan tentang pelayanan ²²	

F. Teknik Pengumpulan Data

Pada tiap riset, terdapat beberapa teknik pengumpulan data. Metode Teknik pengumpulan data ialah cara-cara peneliti untuk mengumpulkan data secara objektif. Beberapa metode dalam penelitian yang beragam pada dasarnya mempunyai maksud yang serupa yakni menghimpun informasi (data) yang dapat menjawab permasalahan yang sedang diteliti secara objektif.²³ Adapun beberapa teknik pengumpulan data dalam riset ini ialah:

1. Metode Angket (Kuesioner)

Angket (*questionary*) adalah suatu daftar pernyataan atau pertanyaan yang tertulis yang ditujukan kepada responden untuk mendapatkan informasi (data).²⁴ Dalam penelitian ini kuesioner yang disebarkan kepada responden berupa pertanyaan terbuka dan pertanyaan tertutup. Pertanyaan terbuka berupa data diri (identitas)

²¹ Fitriana, dkk., “Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.2 No.1, 2019, 2.

²² M. Anang Firmansyah, *PERILAKU KONSUMEN: Sikap dan Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 37-41.

²³ Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2012), 131.

²⁴ Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2012), 135.

umum yang perlu di jawab oleh responden yang meliputi nama, umur, jenis kelamin, dan profesi. Sedangkan pertanyaan tertutup merupakan pertanyaan yang berkaitan dengan indikator masing-masing variabel penelitian yang meliputi variabel kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Sarung Batik Mahda. Dalam menjawab pertanyaan tertutup, responden hanya perlu memberikan jawaban yang dianggap benar.

Metode angket dalam penelitian ini di desain menggunakan skala likert (*likert scale*). Skala likert merupakan skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden terhadap respon dari pertanyaan yang berkaitan dengan indikator masing-masing variabel yang sedang diukur. Responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap setiap pertanyaan skala likert. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini diberikan skor sebagai berikut: Sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), dan sangat tidak setuju (skor 1).²⁵

2. Metode Observasi

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui pencatatan perilaku subjek, objek, maupun peristiwa yang sistematis tanpa adanya pernyataan (komunikasi) dengan yang diteliti. Observasi pada penelitian ini diarahkan pada observasi perilaku manusia baik sebagai subjek sekaligus sebagai objek penelitian. Metode observasi yang dipilih peneliti yaitu observasi partisipan dimana peneliti ikut ambil bagian dalam aktivitas subjek yang diamati.²⁶ Peneliti mencatat dan mengamati secara langsung aktivitas para santri di lokasi penelitian serta peneliti ikut ambil bagian dalam aktivitas keseharian subjek yang memakai sarung khususnya Sarung Batik Mahda.

²⁵ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 59.

²⁶ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 111-113.

3. Metode Dokumentasi

Cara dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data skunder. Data tersebut dapat berupa laporan keuangan, struktur kepengurusan, peraturan-peraturan, dan sebagainya. Data dokumentasi dapat diperoleh dari data yang sudah ada di lapangan.²⁷ Selain data-data yang sudah ada di lapangan, jurnal-jurnal penelitian yang mendukung peneliti dalam memahami objek penelitian bahkan literatur-literatur yang relevan juga dapat dikategorikan sebagai dokumen data skunder dimana dokumen yang berhubungan dengan penelitian perlu dicatat sebagai sumber informasi.²⁸

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas Instrumen

Validitas dipakai untuk mengukur sah atau tidaknya sebuah alat instrumen (kuesioner). Kuesioner akan benar jika setiap pertanyaan dapat mengungkapkan sesuatu yang hendak ditakar oleh angket tersebut. Validitas suatu alat instrumen dapat diketahui dengan menghitung hubungan skor yang didapatkan dari hasil uji coba dengan skor yang didapatkan dari alat ukur yang diasumsikan mempunyai validitas tinggi.²⁹ Dalam pengukuran suatu instrumen, dibuatlah suatu angket yang kemudian dimintakan respon dari responden yang memberikan skor pada tiap pertanyaan. Validitas instrumen ditetapkan oleh korelasi antara skor yang didapatkan tiap butir pertanyaan dengan nilai total. Apabila nilai tiap butir pertanyaan berkorelasi secara signifikan dengan skor total pada tingkat $\alpha = 5\%$ maka alat pengukur tersebut dapat dikatakan valid. Begitu pula sebaliknya jika alat pengukur dikatakan tidak valid maka alat ukur tersebut

²⁷ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 114.

²⁸ Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2012), 146.

²⁹ Nurlina T. Muhyiddin, dkk., *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial: Teori, Konsep, dan Rencana Proposal* (Jakarta: Salemba Empat, 2018), 94-95.

tidak dibutuhkan dalam mengambil data. Nilai korelasi dapat dihitung dengan rumus korelasi *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

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

Keterangan:

- r : Koefisien korelasi.
 X : Skor butir.
 Y : Skor total butir.
 N : Jumlah responden.

Setelah dihitung, jika nilai r dibandingkan dengan r_{tabel} dengan derajat bebas $df = n-2$ (n adalah jumlah hitung sampel), jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ maka tiap pertanyaan dinyatakan valid.³⁰

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas sebuah parameter menyatakan konsistensi hasil pengukuran meskipun dipakai orang yang sama dan masa yang berlainan atau dipakai orang yang tidak sama dalam masa yang sama.³¹ Dalam penelitian kuantitatif, reliabilitas merupakan konsistensi pengukuran. Suatu tes dikatakan reliabel jika tingkat konsistensi tes tersebut bisa diyakini maksudnya menghasilkan nilai yang sama atau relatif tidak berubah walaupun diuji dalam kondisi yang berbeda-beda.³² Uji reliabilitas bisa dihitung dengan rumus *Cronbach Alpha* berikut.³³

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

Keterangan:

- r_{11} : Reliabilitas instrumen.
 k : Banyaknya butir pertanyaan.

³⁰ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 77.

³¹ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 80.

³² Nurliana T. Muhyiddin, dkk., *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis: Teori, Konsep, dan Rencana Proposal* (Jakarta: Salemba Empat, 2018), 91.

³³ Nurliana T. Muhyiddin, dkk., *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis: Teori, Konsep, dan Rencana Proposal* (Jakarta: Salemba Empat, 2018), 102.

$$\sum \sigma_b^2 : \text{Jumlah varians butir.}$$

$$\sigma_t^2 ; \text{ Varians total.}$$

Jika nilai $r_{11} > 0,70$ maka reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*), jika $r_{11} > 0,80$ maka diasumsikan seluruh tes secara konsisten mempunyai reliabilitas yang erat. Adapula yang mengartikan hasil nilai sebagai berikut:³⁴

- 1) Jika $r_{11} > 0,90$ maka reliabilitas sempurna.
- 2) Jika r_{11} antara 0,70 - 0,90 maka reliabilitas tinggi.
- 3) Jika r_{11} antara 0,50 - 0,70 maka reliabilitas moderat.
- 4) Jika $r_{11} < 0,50$ maka reliabilitas rendah.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai untuk melihat apakah nilai residual yang diambil dari populasi terdistribusi normal atau tidak, karena model regresi yang baik mempunyai nilai residual yang terdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variabel.³⁵ Berdasarkan pengalaman empiris oleh beberapa pakar statistik, dinyatakan bahwa data yang jumlahnya diatas 30 ($n > 30$) dapat diasumsikan berdistribusi normal. Salah satu metode untuk melihat secara visual distribusi adalah melalui Normal P.P Plot dengan ketentuan jika titik-titik masih terdapat di sekitar garis diagonal maka residual yang menyebar bisa dinyatakan normal.³⁶ *Test normality* juga bisa dilihat dari nilai signifikan dengan ketentuan apabila nilai signifikan $> 5\%$ maka residual menyebar

³⁴ Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS & Eviews* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 79.

³⁵ Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), 156.

³⁶ Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS dan EViews* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 57.

normal, dan apabila nilai signifikan $< 5\%$ maka residual menyebar tidak normal.³⁷

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui terdapat atau tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam suatu model regresi linear berganda. Jika terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen, maka hubungan antar variabel independen terhadap variabel dependen menjadi terganggu. Kriteria untuk mendeteksi multikolinearitas adalah jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai *Tolerance* $> 0,1$ maka model regresi dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas.³⁸

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas yaitu adanya ketidakserupaan varian dari residual untuk seluruh obserasi dalam pola regresi. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat asumsi klasik pada model regresi yaitu tidak adanya heretoskedastisitas.³⁹ Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan metode Scatter Plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya).⁴⁰

3. Uji Statistik Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi (*regression analysis*) merupakan sebuah teknik yang dipakai untuk membuat perkiraan (*prediction*) melalui suatu persamaan. Analisis regresi dapat disebut juga dengan analisis prediksi. Sifat hubungan antar variabel dalam analisis

³⁷ Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS dan EVIEWS* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 60.

³⁸ Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), 157.

³⁹ Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis: Dilengkapi Aplikasi SPSS dan EVIEWS* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 63.

⁴⁰ Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), 158.

regresi yaitu hubungan sebab akibat (*causal relationship*) dimana dua variabel atau lebih dalam penelitian memiliki hubungan sebab akibat. Variabel yang nilainya mempengaruhi variabel lain disebut variabel bebas (variabel independen), sedangkan variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lain disebut variabel terikat (variabel dependen).⁴¹

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi linear berganda dapat diprediksi dengan model persamaan sebagai berikut:⁴²

$$Y = a + b_1 (X1) + b_2 (X2) + b_3 (X3) + e$$

Keterangan:

Y	: Keputusan pembelian.
a	: Konstanta.
X1	: Kualitas produk.
X2	: Harga.
X3	: Gaya hidup.
b_1, b_2, b_3	: Koefisien regresi antara X1, X2, dan X3 terhadap Y.
e	: Variabel pengganggu (<i>error</i>).

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji signifikansi terhadap masing-masing koefisien regresi dibutuhkan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Oleh sebab itu uji signifikansi secara parsial (Uji t) digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Uji t (uji koefisien regresi secara parsial) digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas produk, harga, dan gaya hidup berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap

⁴¹ Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), 178.

⁴² Anwar sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 135.

keputusan pembelian. Adapun langkah-langkah pengujian Uji t adalah sebagai berikut:⁴³

1) Merumuskan hipotesis nol dan hipotesis alternatif:

$$H_0 : b_i = 0$$

$$H_0 : b_i \neq 0$$

2) Menghitung nilai t menggunakan rumus $t = \frac{b_i}{S b_i}$

3) Membandingkan nilai dari t_{hitung} dan t_{tabel} yang tersedia pada $\alpha = \frac{5\%}{2} = 0,025$ dengan derajat kebebasan $df = n - (k + 1)$

Keterangan :

df (*degree of freedom*) : Derajat kebebasan.

N : Jumlah data.

k : Jumlah variabel independen.

4) Mengambil keputusan dari kriteria sebagai berikut:

a) Berdasarkan nilai t:

- Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima.
- Jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

b) Berdasarkan signifikansi:

- Jika signifikansi $\geq 5\%$, maka H_0 diterima.
- Jika signifikansi $< 5\%$, maka H_0 ditolak.

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya dipakai untuk membuktikan secara simultan variabel independen apakah berpengaruh terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Uji F bisa dilakukan melalui beberapa tahapan berikut:⁴⁴

1) Menetapkan hipotesis nol dan hipotesis alternatif.

2) Menghitung nilai F dengan rumus $F_{hitung} = \frac{MSR}{MSE}$

⁴³ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 138.

⁴⁴ Anwar Sanusi, *Merodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 137-138.

- 3) Membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} yang tersedia pada $\alpha = 5\%$, $df = k; n - k$.
- 4) Mengambil kebijakan dengan karakteristik:
 - a) Jika $F_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima.
 - b) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.
 - c) Jika signifikansi $\geq 5\%$, maka H_0 diterima.
 - d) Jika signifikansi $< 5\%$, maka H_0 ditolak.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi sering disebut juga dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient determination*). R^2 menguraikan proporsi variasi dalam variabel dependen dengan seluruh variabel independen yang menguraikan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif. Persamaan regresi linear berganda akan semakin baik apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati angka 1) dan nilai tersebut cenderung meningkat beriringan dengan meningkatnya total variabel independen. Nilai koefisien determinasi (R^2) berdasarkan tabel ANOVA dapat dihitung melalui rumus berikut:

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Sedangkan pada praktiknya, nilai koefisien determinasi (R^2) yang dipakai untuk analisis ialah R^2 yang sudah disamakan ($R^2_{adjusted}$) yang dihitung dengan rumus:⁴⁵

$$R^2_{adjusted} = 1 - (1 - R^2) \frac{n - 1}{n - k}$$

⁴⁵ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 136.