

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan informasi yang diperoleh dalam penelitian, jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Kajian yang akan diamati adalah Pengaruh *Word Of Mouth*, Harga dan Halal *Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Kata Kopi Kudus.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka-angka dimana data numerik dianalisis dan diproses menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan penelitian atau hipotesis tertentu dan membuat prediksi bahwa variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain.¹

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah sekelompok individu, peristiwa, atau sesuatu yang memiliki ciri khas. Sebutan untuk orang-orang yang menjadi bagian dari suatu populasi dikenal dengan elemen populasi.² Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang membeli di Coffe shop Kata kopi Kudus. Oleh karena itu, populasinya tidak terbatas jumlahnya.

2. Sampel

Sampel adalah jumlah anggota yang memiliki karakteristik yang sudah diidentifikasi oleh peneliti, sehingga sampel yang telah diidentifikasi dapat mewakili penelitian yang akan dilakukan.³ Metode nonprobability dapat digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang

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

² Nur Indrianto dan Bambang Suparno, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Cetakan Kedua (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2002), 115.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Ketujuh, (Bandung: Alfabeta, 2004), 31.

akan diambil. Sedangkan teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu pengelompokan berdasarkan kriteria.⁴

Peneliti menentukan sampel sebanyak 100 orang dengan kriteria sampling yaitu anak-anak milenial yang berusia sekitar 18 sampai 25 tahun. Karena banyak generasi milenial yang menyukai dunia kuliner, apalagi banyak kreasi yang dibuat oleh para pengelola bisnis di bidang makanan dan minuman. Sehingga mereka dapat berpendapat tentang yang mereka rasakan saat berkunjung di kata kopi kudus.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang mempunyai *value*, karena mengandung informasi penting di dalamnya yang kemudian diputuskan untuk dipelajari dan ilmu yang bermanfaat bagi banyak orang.⁵ Terdapat beberapa variabel dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel Bebas (*Independent*) variabel ini merupakan variabel yang digunakan sebagai faktor penyebab terjadinya perubahan variabel *dependen* (Y). Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah *Word Of Mouth* (X1), *Price* (X2), dan *Halal Lifestyle* (X3).
2. Variabel Terikat (*Dependent*) merupakan variabel yang bermasalah karena terjadi masalah pada variabel bebasnya.⁶ Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat yakni Keputusan Pembelian (Y).

D. Definisi Operasional

Definisi operasional dari variabel *independent Word Of Mouth* (X₁), *Price* (X₂), *Halal Lifestyle* (X₃) dan Keputusan Pembelian (Y) dapat diukur berdasarkan jawaban responden atas pernyataan yang diberikan dalam bentuk kuesioner.

⁴ Herien Puspitawati dan Tin Herawati, *Metode Penelitian Keluarga*, (Bandung: IPB Press, 2018), 136.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Binsnis*, Cet Ketujuh, (Bandung: Alfabeta, 2004), 31.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Binsnis*, Cet Ketujuh, (Bandung: Alfabeta, 2004), 33.

Tabel 3.1
Variabel Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Word Of Mouth (X1)	Menurut Sernovitz mengatakan bahwa memberikan orang alasan untuk membicarakan tentang produk yang dijual dan mempermudah pembicaraan itu terjadi. ⁷	1. Talk (Pembicara)	Likert (1-5)
		2. Topics (Topik)	
		3. Tools (Alat)	
		4. Talkingpart (Partisipasi)	
		5. Tracking (Pengawasan).	
Price (X2)	Menurut William J. Stanton harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya ⁸	1. Keterjangkaun harga	Likert (1-5)
		1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	
		2. Daya saing harga produk	
		3. Kesesuaian harga dengan manfaat produk.	
Halal Lifestyle	Menurut Sunarto lifestyle adalah pola	1. Aktivitas	Likert 1-5

⁷ Sernovitz Andy, *Word Of Mouth Marketing:How Smart Companies Get People Talking* (Revised Edition), (New York: Kaplan Publishing, 2009),31.

⁸ Wiliam J. Stanton, *Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh*, Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 1998), 13.

(X3)	kehidupan seseorang untuk memahami kekuatan-kekuatan ini kita harus mengukur dimensi aktivitas, minat, pendapat. ⁹	2. Minat	
		3. Pendapat	
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Kotler keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. ¹⁰	1. Pengenalan Masalah	Likert (1-5)
		2. Pencarian Informasi	
		3. Evaluasi Alternatif	
		4. Keputusan membeli atau tidak	
		5. Perilaku pasca pembelian.	

Sumber: *Teori Philip Kotler yang dikembangkan oleh penulis, 2022.*

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian kuantitatif membutuhkan analisis data. Adapun teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian yaitu:

⁹ Sunarto Kamanto, *Pengantar Sosiologi* (Edisi Kedua), (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2000),103.

¹⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2* (Terjemahan Bob Sabran), (Jakarta: Erlangga, 2011), 161.

1) Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu teknik yang dianggap paling baik untuk mendapatkan data dari responden yang banyak dan tersebar di berbagai tempat.¹¹ Kuesioner menurut Sony Harsono merupakan metode pengumpulan informasi dengan menggunakan serangkaian pertanyaan yang disusun untuk dikirimkan kepada responden. Tujuan dari kuesioner adalah untuk memperoleh data secara tertulis dari responden untuk dijadikan sampel.¹² Data dapat dikumpulkan melalui kuesioner melalui tanya jawab langsung, telepon, pesan teks, email, atau dengan menyebarkan kuesioner melalui surat atau di situs web seperti Google.¹³

Ada beberapa tahapan dalam pengembangan kuesioner. Pertama, pahami latar belakang survei. Kedua, mengembangkan kerangka kerja konseptual dan operasional untuk kuesioner. Ketiga, melakukan *pre-test* dimana pada tahap ini dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa kuesioner sudah reliabel dan valid. Keempat, menulis kuesioner. Kelima adalah mendesain visual. Keenam meminta penilaian spesialis.¹⁴

Skala likert dapat digunakan untuk skala yang

¹¹ Jogiyanto hartono, *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, (Yogyakarta:

ANDI,2018),11.https://books.google.co.id/books?id=ATgEEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=pengumpulan+data+kuantitatif+adalah&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=pengumpulan%20data%20kuantitatif%20adalah&f=true

¹² Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*, (Sleman: CV Budi Utama,

2018),26.https://books.google.co.id/books?id=1pWEDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=penelitian+kuantitatif&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=penelitian%20kuantitatif&f=true

¹³ I Made laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), 20.

¹⁴ Jogiyanto hartono, *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, (Yogyakarta:

ANDI,2018),2.https://books.google.co.id/books?id=ATgEEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=pengumpulan+data+kuantitatif+adalah&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=pengumpulan%20data%20kuantitatif%20adalah&f=true

mengukur sikap, persepsi dan pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena. Metode pengukuran menggunakan skala *likert* adalah dengan mengajukan pertanyaan kepada responden kemudian meminta responden untuk menjawab dengan nilai respon yang berbeda. Nilai tersebut pada skala penilaian sebagai berikut:¹⁵

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Ragu-ragu (RR)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

Untuk mendapatkan rata-rata skor dari setiap pertanyaan yang disebutkan dalam kuesioner, digunakan rumus sebagai berikut:¹⁶

$$\text{Skor} = \frac{(5.ss) + (4.s) + (3.rr) + (2.ts) + (1.sts)}{(ss) + (s) + (rr) + (ts) + (sts)}$$

Setelah skor rata-rata diketahui, skor komposit disajikan untuk menentukan nilai masing-masing variabel, yang digunakan untuk mencari TCR menurut Atmajaya. Rumus sebagai berikut:¹⁷

$$\text{Skor} = \frac{\text{rata-rata skor}}{5} \times 100\%$$

Dengan rentang nilai sebagai berikut :

Tabel 3.2

Rentang Skala TCR

No	Rentang Skala	TCR
1	0-35,99%	Sangat Tidak Baik
2	36-55,99%	Tidak Baik

¹⁵ Suhar Janti, Analisis Validitas dan Reliabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan SI/TI dalam Penentuan pengambilan Keputusan Penerapan Strategi Planing pada Industri Garmen Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains dan Teknologi (SNAST) Vol.1 No.1 (2015), 156. <http://seminar.bsi.ac.id/snit/index.php/snit-2015/article/view/174>

¹⁶ Sabarijal Lul Fikri dan Nova Begawati, "Pengaruh Kemampuan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT.Tri Sapta Jaya Cabang Padang" *Matha Jurnal*, Vol.2 No.4, (2020), 285. <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/220>

¹⁷

3	56-65,99%	Cukup Baik
4	66-80,99%	Baik
5	>90%	Sangat Baik

Sumber: Sabarijal Lul Fikri dan Nova Begawati, 285,2020

2) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah pengumpulan data yang berkaitan dengan masalah atau variabel dalam bentuk surat kabar, jurnal, catatan, buku, transkrip, dll.¹⁸ Alat pengumpulan data yang paling umum digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data adalah metode dokumentasi. Dalam metode wawancara, observasi atau survei, pencarian dokumen sering digunakan untuk melengkapi data yang digunakan. Tujuan penggunaan dokumentasi adalah untuk memperoleh informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data.¹⁹

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Pengujian validitas adalah untuk mengetahui apakah suatu angket atau pernyataan pada kuesioner valid atau tidak. Dengan uji validitas menjadi alat untuk membantu peneliti mengetahui apakah instrumen yang mereka gunakan relevan atau tidak.²⁰ SPSS dapat digunakan untuk melakukan tes ini, yaitu dengan menggabungkan nilai hasil item yang bersangkutan dengan nilai total hasil setiap item, atau biasa dikenal sebagai teknik *Bivariate Pearson* (Pearson Moment Product). Jika hasil menunjukkan korelasi yang signifikan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, hal ini memberikan fakta bahwa item dalam instrumen dapat memberikan wawasan tentang apa yang sedang diteliti.²¹

¹⁸ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 109-110.

¹⁹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Edisi Pertama, (Jakarta: Kencana, 2006), 118.

²⁰ Husein Umar, *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 54.

²¹Noor Wahyuni, "Uji Validitas dan Reliabilitas", (2014).
HYPERLINK:

Di bawah ini adalah rumus dari validitas instrumen:²²

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

- r : Korelasi nilai hasil item dengan nilai hasil total
- n : Jumlah sampel penelitian
- Σx : Jumlah skor item
- Σxy : Jumlah perkalian antara skor item dengan skor item total

Validitas instrumen penelitian dapat diuji terlebih dahulu pada non responden agar pertanyaan angket valid sebelum disebarkan kepada sampel atau responden yang sebenarnya. Dalam penelitian ini non responden adalah seluruh populasi yang menjadi konsumen Kata Kopi Kudus tanpa mempertimbangkan kriteria tertentu. Penentuan r_{tabel} dicari dengan $(df) = 30-2$ dengan alpha 0,05 yang menghasilkan $r_{tabel} = 0,361$. Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas non responden.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Non Responden

Variabel	Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i> (r_{hitung})	r_{tabel}	Keterangan
WOM (X₁)	X1.1	0,853	0,361	Valid
	X1.2	0,830	0,361	Valid
	X1.3	0,864	0,361	Valid
	X1.4	0,751	0,361	Valid
	X1.5	0,663	0,361	Valid
	X1.6	0,868	0,361	Valid
	X1.7	0,796	0,361	Valid
	X1.8	0,550	0,361	Valid
Harga	X2.1	0,801	0,361	Valid

{<https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/ujivaliditasdanujireliabilitas/#:~:text=Uji%20validitas%20adalah%20uji%20yang,atau%20valid%20tida>}

²² Husein Umar, *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 54.

(X₂)	X2.2	0,784	0,361	Valid
	X2.3	0,892	0,361	Valid
	X2.4	0,904	0,361	Valid
Halal Lifestyle (X₃)	X3.1	0,705	0,361	Valid
	X3.2	0,772	0,361	Valid
	X3.3	0,805	0,361	Valid
	X3.4	0,875	0,361	Valid
	X3.5	0,851	0,361	Valid
	X3.6	0,790	0,361	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,575	0,361	Valid
	Y.2	0,872	0,361	Valid
	Y.3	0,842	0,361	Valid
	Y.4	0,724	0,361	Valid
	Y.5	0,758	0,361	Valid
	Y.6	0,844	0,361	Valid
	Y.7	0,878	0,361	Valid
	Y.8	0,733	0,361	Valid
	Y.9	0,949	0,361	Valid
	Y.10	0,757	0,361	Valid

Sumber: Data Output SPSS16 yang diolah penulis 2022

Berdasarkan tabel di atas, maka hasil uji validitas pada variabel adalah sebagai berikut:

a. *Word Of Mouth*

Terdapat 8 pertanyaan dalam variabel *word of mouth*. Hasil validitas untuk item-item tersebut **valid**, karena nilai pada $r_{hitung} > r_{tabel}$ bernilai positif. Sehingga item variabel X₁ merupakan item yang penting untuk mengukur *word of mouth*.

b. Harga

Variabel harga memiliki 4 item pertanyaan. Hasil validitas untuk item-item tersebut **valid**, karena nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ bernilai positif. Jadi item pada variabel X₂ merupakan item yang sesuai untuk mengukur harga.

c. *Halal Lifestyle*

Variabel *halal lifestyle* memiliki 4 item pertanyaan. Hasil validitas untuk item-item tersebut **valid**, karena nilai pada $r_{hitung} > r_{tabel}$ bernilai positif. Jadi

item pada variabel X_3 merupakan item yang sesuai untuk mengukur *halal lifestyle*.

d. Keputusan Pembelian

Variabel keputusan pembelian memiliki 10 item pertanyaan. Hasil validitas untuk item-item tersebut **valid**, karena nilai pada $r_{hitung} > r_{tabel}$ bernilai positif. Jadi item pada variabel Y_1 merupakan item yang *relevan* untuk mengukur keputusan pembelian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen penelitian dilihat dengan tujuan untuk mengukur validitas kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Untuk mengetahui tingkat reliabilitas dapat dilakukan dengan uji konsistensi internal menggunakan *Cronbach Alpha* (α) > 0.60 .²³ Rumus uji reliabilitas adalah sebagai berikut:²⁴

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum ab^2}{\alpha t^2} \right)$$

Keterangan:

r : Reliabilitas instrumen

α^2 : Varian total

k : Banyak item pertanyaan

$\sum ab^2$: Jumlah varian item

Konsistensi instrumen penelitian yang diberikan diukur dengan uji konsistensi internal yang sebelumnya dilakukan pada non responden, dimana hasilnya sebagai berikut:

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas Non Responden

Variabel	Reliability Coefficient	Hasil Cronbach's Alpha	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan

²³ Dyah Budiastuti dan Agustinus Bandur, *Validitas dan Reliabilitas Penelitian Dengan Analisis dengan NVIVO, SPSS dan AMOS* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018), 210.

²⁴ Husein Umar, *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 58.

Word Of Mouth (X1)	8 item	0.901	0.60	<i>Reliabel</i>
Harga (X2)	4 item	0.865	0.60	<i>Reliabel</i>
Halal Lifestyle (X3)	6 item	0.878	0.60	<i>Reliabel</i>
Keputusan Pembelian (Y)	10 item	0.917	0.60	<i>Reliabel</i>

Sumber: *Data Output SPSS 16 yang diolah oleh peneliti 2022*

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki hasil uji reliabilitas dengan *cronbach's alpha* > 0.60, yang berarti semua variabel dapat dikatakan reliabel.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah serangkaian kegiatan di mana informasi dipelajari, diklasifikasikan, disistematiskan, ditafsirkan, dan diverifikasi sedemikian rupa sehingga fenomena tersebut memiliki nilai sosial, akademik, dan ilmiah. Analisis bahan penelitian kuantitatif dilakukan secara kronologis setelah pengumpulan data yang diperlukan. Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis dengan komputer berdasarkan analisis yang telah ditentukan oleh penulis.²⁵

1. Uji Asumsi Klasik

Tujuan dari uji asumsi klasik adalah untuk memberikan kepastian tentang persamaan regresi, yang diperoleh sedemikian rupa sehingga pendugaannya akurat dan tidak dapat konsisten. Ada tiga subjek dalam uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan

²⁵ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 109-110.

uji heteroskedastisitas.²⁶

a. Uji Normalitas

Uji normalitas residual model regresi memeriksa apakah variabel campuran atau residual model regresi berdistribusi normal, karena uji T dan uji F mengetahui apakah residual mengikuti distribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Dalam penelitian untuk menguji apakah model regresi variabel *independent* dan variabel *dependen* berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang distribusi datanya normal atau mendekati normal. Normalitas data dapat diuji dalam bentuk histogram atau menggunakan standar P-plot untuk melihat sebaran data. Jika pada grafik varians data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.²⁷

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui seberapa tinggi korelasi antar variabel bebas dalam uji regresi linier berganda. Model regresi yang tidak terdapat korelasi antara dua variabel bebas dinyatakan baik. Pengujian ini menggunakan alat statistik yang disebut VIF (*Variance Inflation Factor*)

- 1) Jika nilai VIF <10 dan nilai toleransi adalah $>0,01$ berarti tidak terjadi multikolinearitas antar variabel yang diuji.
- 2) Jika nilai VIF >10 dan nilai toleransi adalah $<0,01$ berarti terdapat gangguan multikolinearitas antar variabel yang diuji.²⁸

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghazali, tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah persamaan variansi suatu model regresi tetap dari satu pengamatan ke

²⁶ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai Spss Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition Buku Untuk Orang Yang (Merasa) Tidak Bisa dan Tidak Suka Statistika*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2020), 108.

²⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2011), 105.

²⁸ Nikolaus Duli, *Metode Penelitian Kuantitatif Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), 120.

pengamatan lain disebut *homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki *homoskedastisitas* atau tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Sebagian besar data *crosssection* mengandung situasi *heteroskedastisitas* karena data ini mengumpulkan data dengan ukuran yang berbeda (kecil, sedang, dan besar).²⁹

Untuk mendeteksi ada tidaknya *heteroskedastisitas* dapat dilihat pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah prediksi Y, sumbu X adalah residual yang dipelajari (prediksi Y – Y real). Jika tidak ada yang jelas pada grafik dan titik-titik sumbu Y tersebar di atas dan di bawah sumbu 0 (nol), maka model regresi tidak mengalami *heteroskedastisitas*.³⁰

2. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Berganda

Proses analisis data dengan melihat hubungan atau pengaruh dua atau lebih variabel *independent* terhadap variabel *dependent* dapat dipelajari melalui analisis regresi linier berganda, yang berguna untuk menentukan ukuran variabel *word of mouth*, harga, halal *lifestyle* terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, rumus persamaan analisis regresi berganda menggunakan tiga variabel bebas antara lain:³¹

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

Keterangan :

Y = keputusan pembelian

α = konstanta

X_1 = Word Of Mouth

X_2 = Harga

X_3 = gaya hidup

²⁹ Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 134.

³⁰ Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 134-135.

³¹ Duwi Priyatno, SPSS 22, Pengolahan Data Terpraktis, Edisi 1, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 148-160.

- e = standart error
 β_1 = koefisien regresi variabel word of mouth
 β_2 = koefisien regresi variabel harga
 β_3 = koefisien regresi variabel gaya hidup

b. Uji T (Parsial)

Uji parsial ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independent* (*word of mouth, price, lifestyle*) dalam model regresi memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap dependen (keputusan pembelian). Pengujian dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:³²

1) Perumusan hipotesis dalam penelitian

H_0 : variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

H_a : variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

2) Menetapkan signifikansi t_{hitung} dan t_{tabel} nilai t_{tabel} ditentukan dengan taraf signifikansi (α) = 0,05/2 dimana $df = (n - k - 1)$. Cara manual untuk melihat nilai

t_{hitung} :

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

keterangan :

b_i = Koefisien regresi variabel

S_{b_i} = Standart error variabel

3) Dasar keputusan dalam pengujian

a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, tetapi sebaliknya H_a diterima

b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, namun sebaliknya H_a ditolak

c) Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima

d) Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima.

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Dalam penelitian, pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* biasanya diuji secara simultan atau bersama-sama dengan melakukan uji F. Pengujian ini dilakukan dalam beberapa langkah

³² Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan*, Cetakan Keempat (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), 296.

sebagai berikut.³³

- 1) Jika nilai dari $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai probabilitas $sig < \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, variabel *word of mouth*, harga dan halal *lifestyle* secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian.
- 2) Jika nilai dari $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai probabilitas $sig > \alpha$ (0,05), maka H_a ditolak dan H_0 diterima, variabel *word of mouth*, harga dan halal *lifestyle* secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan analisis yang dilakukan untuk menggambarkan persentase pengaruh variabel *dependent* atau variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi disesuaikan R^2 untuk menunjukkan pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*.³⁴ Nilai koefisien determinasi (R^2) meningkat setiap kali variabel *independent* ditambahkan, tetapi berbeda dengan nilai Adjusted R^2 yang dapat meningkat atau menurun ketika variabel *independent* tambahan dimasukkan dalam model regresi.³⁵

³³Mulyono, *Berprestasi Melalui JFP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*, (Yogyakarta: Budi Utama, 2018), 113.

³⁴Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis, Edisi 1*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 142.

³⁵Riyanto dan Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, 141