BAB III
METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan strategi umum yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan dan menganalisis data yang diperlukan guna menjawab dan memecahkan persoalan yang dihadapi.[1]

Sehubungan dengan hal tersebut, di dalam metode penelitian ini akan diuraikan mengenai pendekatan dan jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi, sampel penelitian dan teknik sampling, variabel dan indikator penelitian, definisi operasional, uji validitas dan reliabilitas, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan dan jenis penelitian "Pengaruh Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA Fresh di Pusat Pengembangan Bisnis UIN Sunan Ampel Surabaya" menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif kuantitatif adalah metode yang dilakukan dengan cara menggambarkan variabel bebas beserta variabel terikat dan membuktikan pengaruh dari variabel bebas ke dalam variabel terikat. Metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji

[1] Donald Ary et al, *Introduction to Research in Education*, Terj. Arif Furqon, (Surabaya: Usaha Nasional, 1982), 50.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hipotesis yang telah ditetapkan.[2] Data yang didapat nantinya diukur secara langsung atau dapat dihitung dengan bantuan statistik.

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada bulan November – Januari, yang berlokasi di Pusat Pengembangan Bisnis UIN Sunan Ampel Surabaya Jalan A. Yani No. 117 Surabaya.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk bilangan atau angka-angka yang secara langsung bisa dihitung dengan statistik.

Sumber data dalam penelitian adalah merupakan subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data yang digunakan adalah sumber primer dan sekunder.

1. Data Primer

   Data primer penelitian ini berupa hasil penyebaran kuisioner dan wawancara kepada mahasiswa, dosen/karyawan serta pengelola kantin di UIN Sunan Ampel Surabaya yang membeli dan mengkonsumsi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA Fresh kemasan botol 600 ml.

[2] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 13.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari kepustakaan atau sumber yang digunakan oleh peneliti untuk mendukung dan menunjang pembahasan dalam penelitiannya. Dalam hal ini, data yang dibutuhkan sudah ada atau sudah jadi, seperti:

a. Literatur yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan keputusan pembelian konsumen.
b. Buku-buku, skripsi, jurnal dan penelitian-penelitian terdahulu.
c. Tulisan ilmiah yang diunduh dari internet.
d. Brosur dan leaflet dari Pusat Pengembangan Bisnis.

D. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[3] Maka dalam penelitian ini, populasinya adalah seluruh aktifis kampus mulai dari mahasiswa aktif semester 1-13 yang berjumlah 12.058 orang, dosen/karyawan yang berjumlah 579 orang dan 9 pengelola kantin yang berada di UIN Sunan Ampel Surabaya yang membeli dan mengkonsumsi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA Fresh 600 ml. Jadi total populasi pada penelitian ini adalah 12.646 orang.

[3] Ibid., 115.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.[4] Oleh karena itu, dalam penentuan jumlah sampel haruslah dapat mewakili populasi dengan menggunakan perhitungan statistik.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, teknik penentuan sampel menggunakan rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = Jumlah elemen/anggota sampel

N = Jumlah elemen/anggota populasi

e = *Error level* (tingkat kesalahan) (pada penelitian ini digunakan 5% atau 0.05).

Maka $n = \frac{12.646}{1+(\ 12.646\times 0.05^2)}$

= 387,7 (dibulatkan menjadi 388)

Dengan demikian jumlah responden yang akan diberikan kuisioner sebanyak 388 responden. Namun untuk keakuratan data, peneliti akan memberikan kuisioner kepada 400 responden. Untuk menentukan sampel yang diambil, peneliti menggunakan teknik *Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana setiap anggota populasi memiliki

[4] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik,* Edisi Revisi VI, (Jakarta:PT Rineka Cipta, 2006), 131.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel.[5] Kemudian metode pengambilan sampelnya menggunakan *Proportionate Stratified Random Sampling*, yaitu teknik yang digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Dasar penentuan jumlah sampling pada masing-masing fakultas adalah dengan menggunakan *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.[6]

E. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah konsep/variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi (indikator) dari suatu konsep/variabel.[7] Pada penelitian yang berjudul "Pengaruh Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA Fresh di Pusat Pengembangan Bisnis UIN Sunan Ampel Surabaya", untuk lebih membatasi obyek yang diteliti, dalam hal ini peneliti mengambil obyek Air Minum Dalam Kemasan UINSA ukuran 600 ml dengan kemasan botol. Untuk lebih jelasnya maka dianggap perlu untuk mendefinisikan beberapa pengertian sebagai berikut:

[5] Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian,* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 154.
[6] Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods),* (Bandung: Alfabeta, 2014), 126.
[7] Ibid., 97.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Variabel Independen (X)

   a. Merek (X_1)

Merek adalah nama/simbol untuk memberi tanda pengenal produk (barang/jasa) yang membedakannya dengan produk yang dihasilkan pesaing.

Pada variabel ini, telah ditentukan indikator penelitian berdasarkan teori yang telah disusun. Beberapa faktor yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong yang akan dijadikan indikator adalah sebagai berikut:

1) Menunjukkan manfaat produk
2) Menunjukkan mutu dan warna produk
3) Mudah diucapkan, dikenal dan diingat
4) Mempunyai ciri khas

Tabel 3.1
Indikator Variabel Merek

Variabel	Indikator
Merek (X_1)	1. Menunjukkan manfaat produk
	2. Menunjukkan mutu dan warna produk
	3. Mudah diucapkan, dikenal dan diingat
	4. Mempunyai ciri khas

   b. Kualitas Produk (X_2)

Kualitas produk adalah nilai yang diberikan pada suatu produk atas kemampuan/daya guna menjalankan fungsinya.

Pada variabel ini telah disusun beberapa indikator berdasarkan teori yang dikemukakan oleh John dan Michael. Indikatornya adalah sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Kinerja, meliputi: a. Bahan baku

b. Cita rasa

2) Keandalan, meliputi image/citra

3) Daya tahan meliputi kemasan

4) Keamanan meliputi aman

Tabel 3.2
Indikator Variabel Kualitas Produk

Variabel	Indikator
Kualitas Produk (X_2)	1. Bahan baku
	2. Cita rasa
	3. Image/Citra
	4. Kemasan
	5. Aman

c. Harga (X_3)

Harga adalah jumlah uang yang dibayar untuk mendapatkan produk tertentu.

Indikator yang disusun pada variabel harga adalah menggunakan teori Kotler. Indikatornya adalah :

1) Harga dibanding merek lain

2) Harga terjangkau

3) Kesesuaian harga dengan kualitas

Tabel 3.3
Indikator Variabel Harga

Variabel	Indikator
Harga (X_3)	1. Harga dibanding merek lain
	2. Harga terjangkau
	3. Kesesuaian harga dengan dengan kualitas

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Variabel Dependen (Y)

Dalam penelitian ini, variabel dependennya adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah perilaku konsumen terhadap pembelian suatu produk dengan melalui beberapa tahapan sampai konsumen memutuskan untuk mengkonsumsi produk yang dibelinya.

Pada variabel ini telah disusun indikator berdasarkan pada teori dan penelitian terdahulu. Teori keputusan pembelian menurut Kotler akan dijadikan indikator sebagai berikut:

a. Pengenalan kebutuhan
b. Pencarian informasi
c. Penilaian sumber-sumber seleksi
d. Keputusan pembelian
e. Perilaku pasca pembelian

Tabel 3.4
Indikator Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator
Keputusan pembelian (Y)	1. Pengenalan kebutuhan
	2. Pencarian informasi
	3. Penilaian sumber-sumber seleksi
	4. Keputusan pembelian
	5. Perilaku pasca pembelian

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.[8] Suatu skala pengukuran dikatakan valid jika ia dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.[9] Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan program *IBM Statistical Packeges for Social Science (SPPS) 19* sebagai alat bantu dalam analisis pengolahan datanya. Metode yang digunakan dalam uji korelasi ini adalah menggunakan rumus korelasi yang dikemukakan oleh Pearson, yaitu rumus korelasi *Product Moment*[10] sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X^2)\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y^2)\}}}$$

Dimana :

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N = Banyaknya responden

Kriteria penilaian uji validitas adalah:

a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (pada taraf signifikasi 5%), maka dapat dikatakan item kuisioner tersebut valid.

[8] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian...*, 168.
[9] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 168.
[10] Juliansyah Noor, *Metodologi...*, 169.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (pada taraf signifikasi 5%), maka dapat dikatakan item kuisioner tersebut tidak valid.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel Merek

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	0.440	0.273	VALID
2	0.530	0.273	VALID
3	0.642	0.273	VALID
4	0.631	0.273	VALID
5	0.342	0.273	VALID
6	0.504	0.273	VALID

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	0.749	0.273	VALID
2	0.735	0.273	VALID
3	0.718	0.273	VALID
4	0.547	0.273	VALID
5	0.605	0.273	VALID

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	0.825	0.273	VALID
2	0.843	0.273	VALID
3	0.885	0.273	VALID

Tabel 3.8
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
1	0.721	0.273	VALID
2	0.856	0.273	VALID
3	0.778	0.273	VALID
4	0.850	0.273	VALID
5	0.849	0.273	VALID
6	0.783	0.273	VALID

Hasil uji validitas dari variabel merek ($X_{1)}$, kualitas produk ($X_{2),}$ harga (X_3) dan keputusan pembelian (Y) pada program *IBM Statistical Packeges for Social Science (SPPS) 19* menunjukkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

r_{hitung} > r_{tabel}. Pada penelitian ini, diketahui r_{tabel} sebesar 0.273 dengan jumlah responden sebanyak 50 orang, sedangkan r_{hitung} yang diperoleh > r_{tabel}. Jadi disimpulkan semua item pertanyaan dikatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah pengujian terhadap kepercayaan suatu instrumen. Apabila instrumen itu baik dan dapat dipercaya maka responden tidak akan memilih jawaban-jawaban tertentu sehingga menghasilkan data yang dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pengambilan, aspek-aspek yang diukur tidak akan berubah terhadap gejala yang sama dan alat ukur yang sama. Dalam uji reliabilitas, rumus yang digunakan adalah menggunakan rumus *Alpha Cronbach*[11]. Rumus *Alpha Cronbach* digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.[12] Rumus *Alpha Cronbach*:

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum\sigma^2}{\sigma_1{}^2}\right]$$

Dimana rumus $\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

[11] Ibid., 165.
[12] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian..*, 196.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

$\sum\sigma^2$ = Jumlah butir pertanyaan

σ_1^2 = Varians total

Kriteria penilaian uji reliabilitas :

Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka butir instrumen dikatakan reliabel, tetapi jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Menurut Uma Sekaran pengambilan keputusan untuk uji reliabel adalah sebagai berikut:[13]

a. *Cronbach Alpha* ≤ 0.6 = reliabilitas buruk

b. *Cronbach Alpha* 0.6 – 0.79 = reliabilitas diterima

c. *Cronbach Alpha* 0.8 = reliabilitas baik

Tabel 3.9
Hasil Uji Reliabilitas

r_{hitung}	r_{tabel}	**Kesimpulan**
X_1 = 0.691	0.273	RELIABEL
X_2 = 0.763	0.273	RELIABEL
X_3 = 0.846	0.273	RELIABEL
X_4 = 0.799	0.273	RELIABEL

Hasil uji reliabilitas dari variabel variabel merek (X_1), kualitas produk (X_2), harga (X_3) dan keputusan pembelian (Y) pada program *IBM Statistical Packeges for Social Science (SPPS) 19* menunjukkan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Pada penelitian ini, diketahui r_{tabel} sebesar 0.273 dengan jumlah responden sebanyak 50 orang, sedangkan r_{hitung} yang diperoleh > r_{tabel} yang artinya lebih dari 0.6 jadi reliabilitas dapat diterima. Jadi disimpulkan semua item pertanyaan dikatakan reliabel.

[13] Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar dengan Analisis Data dengan SPSS,* (Yogyakarta: Mediakom, 2013), 26.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah teknik-teknik yang bisa digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitiannya. Pengumpulan data jika dilihat dari sumber data yaitu melalui sumber data primer yang dapat memberikan informasi secara langsung kepada peneliti. Selanjutnya dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan:

1. Kuisioner

   Kuisioner/angket adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti.[14]

   Penulis menggunakan angket secara langsung dengan memberikan daftar pertanyaan kepada aktifis kampus dan pengelola kantin UIN Sunan Ampel Surabaya yang membeli dan mengkonsumsi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) UINSA Fresh 600 ml, responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti sesuai dengan keadaan yang diketahuinya.

   Teknik pengskalaan dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala *Likert Summated Ratings* dalam mengukur keputusan pembelian konsumen. Skala *Likert Summated Ratings*

[14] Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proporsional*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1995), 67.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan teknik mengukur sikap dimana subjek diminta untuk mengidentifikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan.[15] Jadi responden diharuskan memilih salah satu dari pilihan jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti.

Tabel 3.10
Jawaban Skala Pengukuran

Penilaian		
Kode	**Keterangan**	**Skor**
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
R	Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

2. *Interview* (Wawancara)

Wawancara adalah pengumpulan data berbentuk pertanyaan secara lisan dan pertanyaan yang diajukan dalam wawancara telah dipersiapkan secara tuntas, dilengkapi dengan instrumennya.[16] Wawancara dalam penelitian dilakukan kepada staf Pusat Pengembangan Bisnis dan juga aktifis kampus UIN Sunan Ampel Surabaya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data mengenai hal-hal yang berupa benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan

[15] Juliansyah Noor, *Metodologi*..., 128.
[16] Anas Sujiono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), 27.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagainya.[17] Pada penelitian ini, dokumen yang dikumpulkan berupa data pembelian Air Minum Dalam Kemasan UINSA Fresh 600 ml dari Pusat Pengembangan Bisnis, data aktifis kampus dan pengelola kantin UIN Sunan Ampel yang berhubungan dengan obyek penelitian.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya peneliti dalam mengelola data yang diperoleh menjadi informasi sehingga sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Dalam menganalisis data yang diperoleh, peneliti menggunakan :

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan.[18] Di dalam penelitian ini terdapat lebih dari satu variabel bebas (X), oleh karena itu analisis yang digunakan adalah model Analisis Regresi Linier Berganda. Tetapi sebelum melakukan analisis data dengan menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda, peneliti akan menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi sebagai berikut:

[17] Suharsimi Arikunto, *Prosedur*..., 158.
[18] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 57.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi normal atau tidak.[19] Salah satu teknik yang mudah digunakan dalam pengujian normalitas ini adalah dengan menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov.* Normalitas terpenuhi jika nilai signifikasi yang diperoleh adalah > 0.05, itu artinya sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai signifikasi yang diperoleh adalah < 0.05 maka sampel bukan berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tujuan dilakukannya uji multikolinearitas adalah untuk memastikan adanya korelasi yang kuat antar variabel bebasnya. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terdapat korelasi antar variabel bebasnya. Pengujian pertama, apabila terdapat korelasi yang tinggi (≤ 0.1) antar variabel bebas, maka data dikatakan terdapat multikolinier. Namun apabila koefisien korelasinya ≥ 0.1, maka dikatakan tidak terdapat multikolinier. Pengujian yang kedua selain dengan melihat koefisien korelasinya, yaitu dengan melihat nilai VIF (*Varian Infloating Factor)* yang terdapat pada output SPSS. Apabila nilai VIF ≤

[19] Juliansyah Noor, *Metodologi*..., 174.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

10 maka tidak terjadi multikolinier. Sebaliknya, jika nilai VIF ≥ 10 maka dikatakan terjadi multikolinier.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah di dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual yang ada.

Dalam penelitian ini, pengujian yang dilakukan untuk memastikan apakah terdapat heteroskedastisitas atau tidak adalah dengan uji korelasi *Rank-Spearman.* Uji korelasi *Rank-Spearman* dilakukan dengan cara mengkorelasikan nilai residual dengan variabel bebas menggunakan *Rank-Spearman.* Dari data yang diperoleh, dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas apabila signifikasi > 0.05. Sebaliknya jika signifikasi < 0.05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas. Ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik *Scatter Plot* antar prediksi variabel dependen dengan residunya.[20] Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Setelah melakukan serangkaian pengujian pada uji asumsi klasik, selanjutnya dilakukan penganalisisan data menggunakan model analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier

[20] Muhammad Yusuf Aria Widjaja, "Pengaruh Brand Association Pocari Sweat Terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya", (Skripsi-, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2014), 46.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berganda adalah alat untuk mengukur sejauh mana pengaruh satu atau beberapa variabel bebas ($X_{1,2,3,...n}$) terhadap variabel terikatnya (Y), baik parsial mapun simultan.[21]

Rumus yang digunakan adalah :[22]

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

Dimana :

Y : Keputusan pembelian

a : Konstanta

X_1 : Variabel merek

X_2 : Variabel kualitas produk

X_3 : Variabel harga

b_1 : Koefisien regresi antara X_1 dan Y

b_2 : Koefisien regresi antara X_2 dan Y

b_3 : Koefisien regresi antara X_3 dan Y

e : Error

3. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan rata-rata atau nilai tengah suatu data. Kelompok data yang diuji

[21] Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), 139.
[22] Ibid.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada uji f terdiri dari dua kelompok.[23] Langkah-langkah uji f adalah:

1) Perumusan Hipotesis

H_o = Variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

H_a = Variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2) Menggunakan tingkat signifikansi

Digunakan probability sebesar 5% ($\alpha = 0.05$)

Jika signifikansi > 0.05, maka H_o diterima H_a ditolak. Yang berarti variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Jika signifikansi < 0.05, maka H_o ditolak H_a diterima. Itu artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen atau tidak. [24]

[23] Ali Baroroh, *Trik-Trik Analisis Statistik SPSS 15*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2008), 79.
[24] Asnawidan Mashuri, *Metodologi Riset Pemasaran*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), 182.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Langkah-langkah pengujian dilakukan sebagai berikut:

1) Perumusan hipotesis

   H_o = Variabel independen secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

   H_a = Variabel independen secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2) Pengujian bisa dilihat dari tingkat signifikansi:

   Jika tingkat signifikansi > 0.05, maka H_o diterima H_a ditolak. Artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

   Jika tingkat signifikansi < 0.05, maka H_o ditolak H_a diterima. Yang berarti variabel independen secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id