

### BAB III

## METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Metode Penelitian

Metode berasal dari kata *methodos* dalam bahasa latin, sedangkan *methodos* itu sendiri berasal dari akar *meta* dan *hadros*. *Meta* berarti menuju, melalui, mengikuti, dan sesudah. Sedangkan *hadros* berarti jalan, cara, arah. Dalam pengertian yang lebih luas, metode dianggap sebagai cara-cara, strategi untuk memecahkan masalah sebab akibat berikutnya. Dalam buku *metode penelitian pendidikan* karangan Sugiyono, dijelaskan bahwa secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>1</sup>

Metode penelitian adalah cara-cara untuk memperoleh pengetahuan atau memecahkan suatu permasalahan yang dihadapi. Pada dasarnya metode penelitian merupakan metode ilmiah (*scientific method*). Metode ilmiah ialah cara penerapan terhadap prinsip-prinsip logis dalam penemuan, pengesahan, dan penjelasan kebenaran. Kriteria metode ilmiah adalah berdasarkan fakta, bebas dari prasangka, menggunakan hipotesis, menggunakan prinsip-prinsip analisis, menggunakan ukuran objektif, dan menggunakan teknik kuantifikasi.<sup>2</sup>

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*), karena peneliti terlibat secara langsung di lapangan. *Field research* yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara langsung mencari data di lapangan yang menjadi objek penelitian.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini peneliti akan mengamati selera konsumen dan lingkungan konsumen terhadap keputusan pembelian tas souvenir di konveksi “Jini Collection” yang berlokasi di Desa Asempapan Kecamatan Trangkil Kabupaten Pati.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2005, hlm. 01

<sup>2</sup> Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung, Pustaka Setia, 2015, hlm. 37.

<sup>3</sup> Suharsimi Arikonto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta, 1998, hlm. 11.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif yaitu cara untuk memperoleh ilmu pengetahuan atau memecahkan masalah yang dihadapi dan dilakukan secara berhati-hati dan sistematis, dan data-data yang dikumpulkan berupa rangkaian atau kumpulan angka-angka.<sup>4</sup> Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antara variabel yang diteliti.<sup>5</sup>

## B. Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini meliputi:

### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungannya dengan objek yang diteliti.<sup>6</sup> Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari jawaban para responden terhadap kuisioner yang diberikan peneliti. Adapun responden yang mengisi kuisioner tersebut adalah customer konveksi “Jini Collection”.

### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang lebih dulu dikumpulkan dan dilaporkan oleh orang atau instansi di luar dari peneliti sendiri, walaupun yang dikumpulkan adalah data yang asli.<sup>7</sup> Data sekunder dari penelitian ini adalah dokumentasi pribadi produk konveksi “Jini Collection”.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah yang terdiri atas obyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan

---

<sup>4</sup> Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Op. Cit.*, hlm. 68.

<sup>5</sup> Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar (anggota IKAPI), Yogyakarta, 2001, hlm 5.

<sup>6</sup> Pabunda Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, Bumi Aksara, Jakarta, 2006, hlm. 57.

<sup>7</sup> *Ibid*, hlm. 58.

kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam buku *metodologi penelitian kuantitatif* karangan Mashrukin dijelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>8</sup> Dari pendapat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dipelajari sebagai objek perhatian dalam waktu yang ditentukan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen konveksi “Jini Collection”.

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).<sup>9</sup> Dapat dijelaskan bahwa sampel merupakan sebagian atau keseluruhan gejala yang diambil dari anggota populasi dan dianggap benar-benar mewakili karakteristik seluruh gejala dalam populasi.

Sampling adalah proses pemilihan sejumlah individu (objek penelitian) untuk suatu penelitian sedemikian rupa sehingga individu-individu (objek penelitian) tersebut merupakan perwakilan kelompok yang lebih besar pada mana objek itu dipilih.<sup>10</sup>

Sugiono (2006) berpendapat bahwa teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan.<sup>11</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pembeli di konveksi “Jini Collection” sehingga dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *cluster sampling* yaitu

---

<sup>8</sup> Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm 141.

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 118.

<sup>10</sup> Sumanto, *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*, CAPS (Center Of Academic Publishing Service), Yogyakarta, Cet. pertama, 2014, hlm. 160.

<sup>11</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Pustaka Baru Press, Yogyakarta, 2015, hlm. 61.

teknik pengambilan sampel yang dipilih berdasarkan daerah. Dikarenakan daerah populasi tersebar sangat luas maka penulis memilih menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *cluster sampling* dengan pertimbangan daerah sample yang diambil adalah tempat produksi konveksi “Jini Collection” itu sendiri dan salah satu kios yang menjual produk “Jini Collection” di pasar Trangkil, Pati. Sehingga data yang didapatkan adalah data dari konsumen konveksi “Jini Collection” yang melakukan pembelian di tempat produksi dan kios pasar Trangkil.

Dikarenakan jumlah populasi belum diketahui maka dalam penelitian ini untuk menentukan nilai sampel dihitung menggunakan rumus sebagai berikut<sup>12</sup>:

$$n = \left[ \frac{Z^2 \alpha/2}{4e^2} \right]$$

Keterangan:

n= jumlah sampel minimal

Z= area dibawah kurva normal

e= tingkat kesalahan yang mungkin terjadi

Dalam memperkirakan sampel penelitian ini, tingkat kepercayaan yang diinginkan ialah sebesar 95% dan kesalahan yang mungkin terjadi sebesar 0,10. Maka penyelesaiannya ialah sebagai berikut:

Diketahui:

$$\alpha = 0,05 \text{ maka } Z_{0,05} = 1,96$$

$$e = 0,10$$

Jawab:

$$n = \left[ \frac{1,96^2}{4(0,10)^2} \right]$$

$$= \frac{3,841}{0,04}$$

$$= 96,025$$

<sup>12</sup> Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, Andi Offset, Yogyakarta, 2009, hlm. 103.

Dari perhitungan sampel tersebut maka di dapatkan jumlah sampel sebanyak 96 responden.

#### D. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.<sup>13</sup> Supaya dalam penelitian tidak terjadi kesimpangsiuran, maka perlu kejelasan variabel penelitian dengan adanya pembatasan variabel itu sendiri yaitu dengan adanya indikator dalam penelitian tersebut. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian yaitu;<sup>14</sup>

1. Variabel X / variabel bebas (*independent variable*)

Yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah selera konsumen dan lingkungan sosial konsumen. Dalam penelitian ini yang diukur adalah seberapa berpengaruh selera konsumen dan lingkungan sosial konsumen.

2. Variabel Y / variabel terikat (*dependen variable*)

Yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang tergantung pada variabel bebas. Adapun variabel terikat yang akan diteliti pada penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen konveksi “Jini Collection”.

---

<sup>13</sup> Sutrisno Hadi menjelaskan variabel sebagai gejala yang bervariasi. Gejala adalah objek penelitian, sehingga variabel adalah obyek penelitian yang bervariasi. (Lihat Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, PT Rineka Cipta, Jakarta, 1998, hlm. 116.

<sup>14</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Op. Cit.*, hlm. 61.

### E. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang dapat diamati. Definisi-definisi operasional mestilah didasarkan pada suatu teori yang secara umum diakui kevaliditasannya.<sup>15</sup> Sesuai dengan tata variabel penelitian, maka diperoleh definisi operasional sebagai berikut:

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
1	Selera Konsumen (X1)	Selera atau preferensi konsumen adalah pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesan dalam pembelian</li> <li>2. Nilai guna</li> <li>3. Daya tahan</li> <li>4. Bentuk</li> <li>5. Tampilan</li> </ol>	Kotler (2005)
2	Lingkungan sosial konsumen (X2)	Lingkungan adalah semua karakteristik fisik dan sosial dari dunia eksternal konsumen, termasuk didalamnya obyek fisik (produk dan toko), hubungan keruangan (lokasi toko dan produk di toko) dan perilaku sosial orang lain.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Faktor budaya</li> <li>2. Faktor Kelas Sosial</li> <li>3. Faktor pengaruh pribadi</li> <li>4. Faktor Keluarga</li> <li>5. Faktor situasi</li> </ol>	Peter dan Olson (2000)
3	Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	Keputusan merupakan pemilihan suatu tindakan dari dua	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan kebutuhan</li> <li>2. Pencarian</li> </ol>	Schiffman dan Kanuk (2000)

<sup>15</sup> Masrukhin, *Statistik Deskriptif Berbasis Komputer*, Media Ilmu Press, Kudus, 2010, hlm. 04.

		pilihan alternative atau lebih.	informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian	
--	--	---------------------------------	--	--

Tabel 3.1 Definisi Operasional

#### F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data-data penelitian, peneliti menggunakan beberapa teknik/metode pengumpulan data, yaitu:

##### 1. Metode Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka.<sup>16</sup>

Angket dengan pertanyaan terbuka digunakan untuk menggali informasi mengenai identitas responden seperti nama, alamat, jenis kelamin, dan usia. Informasi ini akan digunakan untuk menganalisa jawaban yang diberikan responden pada pertanyaan tertutup.

Angket dengan pertanyaan tertutup digunakan untuk mengetahui jawaban yang telah disediakan pada kuesioner. Angket di desain dengan menggunakan skala likert (*likert scale*), dimana masing-masing pertanyaan diberikan pilihan jawaban dengan masing-masing skor dalam setiap jawaban. Adapun skor yang akan diberikan adalah sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1).

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta CV, Kudus, 2010, hlm. 199.

## 2. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, benda-benda yang dapat dijadikan sumber data seperti buku-buku, dokumen, catatan harian dan sebagainya.<sup>17</sup>

Metode dokumentasi ini penulis gunakan sebagai data pelengkap dalam menggali informasi mengenai konsumen konveksi “Jini Collection”, yang berupa jumlah karyawan, laporan penjualan, dan lain sebagainya.

## 3. Metode Wawancara

Wawancara merupakan salah satu bentuk pengamatan atau pengumpulan data secara tidak langsung. Pengumpulan data dengan wawancara adalah usaha untuk mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk dijawab secara lisan pula.<sup>18</sup> Ada dua cara dalam wawancara, yaitu wawancara langsung dan wawancara tidak langsung:

### a. Wawancara langsung

Cara ini dilakukan melalui wawancara langsung dengan obyek penelitian atau responden baik dengan tatap muka, melalui telpon.

### b. Wawancara tidak langsung

Cara ini dilakukan dengan menggunakan pihak ketiga atau informan. Pihak informan yang menanyakan pada responden berdasarkan panduan pertanyaan dari bahan penelitian. Cara ini dilakukan apabila ada kecenderungan ketertutupan dari pihak responden atau untuk menghindari jawaban yang tidak jujur.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> I Made Wirartha, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, CV Andi Offset, Yogyakarta, 2006, hlm. 230.

<sup>18</sup> Sony Sumarsono, *Metode Riset Sumber Daya Manusia*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2004, hlm 71.

<sup>19</sup> Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008, hlm. 151.

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Untuk mengetahui tingkat validitas instrument dari masing-masing variabel, maka dengan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - k$ ,  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah konstruk dengan  $\alpha$  0,05. Apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka data tidak valid.<sup>20</sup>

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

- a. *Repeated Measure* atau pengukuran ulang. Disini responden akan diberikan pertanyaan yang sama dalam waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
- b. *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukurannya hanya sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antara jawaban pertanyaan.

Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrument itu dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  dan sebaliknya jika

---

<sup>20</sup> Masrukhin, *Statistik I untuk Ekonomi Islam*, Media Ilmu Press, Kudus, 2015, hlm. 76.

*Cronbach Alpha* ditemukan angka koefisien lebih kecil ( $< 0,60$ ) maka dikatakan tidak reliabel.<sup>21</sup>

## H. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik (uji prasyarat) pada data bertujuan untuk mengetahui penyebaran data. Teknik pengujian yang dapat dipakai adalah uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji normalitas, uji heteroskedastisitas.

### 1. Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tentu tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.<sup>22</sup>

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:<sup>23</sup>

- a. Nilai  $R^2$  yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, namun secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel independen.
- b. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas. Multikolinieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
- c. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya (2) *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini

---

<sup>21</sup> *Ibid*, hlm. 76.

<sup>22</sup> *Ibid*, hlm. 41.

<sup>23</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Undip, Semarang, 2001, hlm. 105-106.

menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *Tolerance*  $\leq 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$ .

## 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dan autokorelasi.<sup>24</sup>

Metode pengujian dengan menggunakan uji Darbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>25</sup>

- a. Jika nilai DW terletak antara batas atas atau *upper bound* ( $du$ ) dan ( $4-du$ ), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- b. Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah atau *lower bound* ( $dl$ ), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif.
- c. Bila nilai DW lebih besar dari ( $4-dl$ ), maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
- d. Bila nilai DW terletak antara atas ( $du$ ) dan batas bawah ( $dl$ ) atau DW terletak antara ( $4-du$ ) dan ( $4-dl$ ), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

## 3. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dapat mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati

---

<sup>24</sup> Masrukhin, *Statistik I untuk Ekonomi Islam, Op. Cit*, hlm. 93-94.

<sup>25</sup> *Ibid*, hlm. 94.

distribusi normal, yaitu distribusi data yang berbentuk lonceng (*bell shaped*). Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak mempunyai juling ke kiri atau ke kanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan.<sup>26</sup>

Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara:

a. Metode Histogram

Cara termudah untuk melihat normalitas data adalah dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dan kurva normal.

b. Metode *normal probability plot*

Metode ini dianggap lebih handal dengan metode yang lain, yaitu dengan cara melihat *normal probability plot*, yang kemudian dibandingkan antara distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal, dan plotting data akan diandingkan dengan garis lurus diagonal.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan atau perbedaan varians dari residual pengamatan yang lain. Jika varians residual dari pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Model yang paling baik adalah homokedastisitas, atau tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>27</sup>

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y$

---

<sup>26</sup> Masrukhin, *Statistik Deskriptif Berbasis Komputer Edisi Kedua*, Media Ilmu Press, Kudus, 2004, hlm. 56-61.

<sup>27</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19, Op.Cit*, hlm. 139.

sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Sedangkan dasar pengambilan keputusan heteroskedastisitas yaitu:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## I. Analisis Data

### 1. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan teknik analisis yang umum digunakan dalam menganalisis hubungan dan pengaruh satu variabel dependen (Y) dan dua atau lebih variabel independen (X). Model persamaan Regresi Linear Berganda dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Harga Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi untuk selera konsumen

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi untuk lingkungan sosial konsumen

X<sub>1</sub> = Selera konsumen

X<sub>2</sub> = Lingkungan sosial konsumen

### 2. Uji Signifikansi (Uji Statistik t)

Untuk signifikansi parsial atau individual digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Nyata atau tidaknya pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikatnya juga tergantung pada hubungan variabel tersebut dan

kondisi sosial dan ekonomi masyarakat. Untuk melakukan uji t ada beberapa langkah yang diperlukan:

- a. Menentukan hipotesis pada uji signifikansi parsial adalah sebagai berikut:

$$H_0 : B_1 = 0$$

$$H_0 : B_1 \neq 0$$

- b. Menentukan daerah kritis, yang ditentukan oleh t-tabel
- c. Menentukan nilai t-hitung untuk koefisien b1 dapat dirumuskan sebagai berikut :  $t\text{-hitung} = \frac{b-B}{sb}$
- d. Menentukan daerah keputusan, daerah keputusan untuk menerima  $H_0$  atau menolak  $H_0$
- e. Menentukan keputusan, apakah variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat.

### 3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

Artinya, apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya ( $H_a$ ), tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq 0$$

Artinya, semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

### 4. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai

Koefisien determinasi adalah diantara nol atau satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.<sup>28</sup>



---

<sup>28</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif SPSS Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, AMP YKPN, Yogyakarta, 2001, hlm. 100.