

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini sumber data utama diperoleh dari lapangan. Sehingga Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Subyek yang diteliti dapat berupa individu, kelompok, lembaga, atau komunitas tertentu. Tujuan dari penelitian studi kasus atau lapangan adalah melakukan penyelidikan secara mendalam mengenai subyek tertentu untuk memberi gambaran mengenai subyek tertentu.¹ Dalam penelitian ini yang akan diteliti adalah pengaruh *brand image*, harga dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian jilbab Novie di Jepara.

2. Pendekatan Penelitian

Dalam suatu penelitian seorang peneliti harus menggunakan jenis penelitian yang tepat. Hal ini agar peneliti dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi serta langkah-langkah yang digunakan dalam mengatasi masalah tersebut.

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu jenis penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif. Pendekatan ini beranjak dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan - permasalahan beserta pemecahannya yang diajukan untuk memperoleh pembenaran (*verifikasi*) atau penelitian dalam bentuk dukungan data empiris di lapangan.²

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan juga sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat

¹Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta, BPFE Yogyakarta, 2002: 26.

²Tim Laboratorium Jurusan, *Pedoman Penyusunan Skripsi STAIN Tulungagung*, Tulungagung, STAIN Tulungagung, 2012: 19

positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dengan menggunakan metode perhitungan statistik yang akan digunakan oleh peneliti sehingga memudahkan dalam menghitung data-data dari pembelian jilbab novie di jepara.

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner atau wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan.³

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian.⁴

Data primer dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, Harga Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Novie Di Jepara” diperoleh dari jawaban responden terhadap angket (kuesioner) yang telah disebar. Responden dalam penelitian ini adalah pembelian jilbab Novie di Jepara

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan history yang telah tersusun dalam arsip (data

³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta, Rineka Cipta, 2014: 172.

⁴Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta, BPFE Yogyakarta, 2002: 147.

dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.⁵

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data sekunder juga diperoleh dengan mempelajari berbagai tulisan dari buku-buku, jurnal-jurnal, skripsi, internet, dan data yang berkaitan serta mendukung penelitian ini.

B. Setting Penelitian

Setting penelitian adalah lokasi dimana kegiatan penelitian akan dilakukan. Tempat penelitian yang akan dilakukan penulis dilaksanakan pada konsumen Jilbab Novie di Jepara yang mana tempat penelitian yang dipilih telah memberikan kesediaan untuk bekerjasama serta membantu penulis untuk kelancaran penelitian ini.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi berasal dari bahasa Inggris, yaitu “*population*” yang berarti jumlah penduduk. Dalam metode penelitian, kata populasi amat populer dipakai untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁶

Populasi yang akan dijadikan objek dalam penelitian ini adalah masyarakat Jepara yang pernah membeli Jilbab Novie. Jilbab Novie mempunyai konsumen yang mengunjungi toko jilbab Novie yang perharinya 30 – 45 konsumen. Populasi dari penelitian ini di ambil dari yang paling banyak yaitu 45 konsumen, jika peneliti mengambil populasi perbulan kurang lebih

⁵Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*: 147.

⁶Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta, Remaja Rosdakarya, 2013: 56.

sebanyak 1350 konsumen yang mengunjungi toko jilbab Novie di Jepara.⁷

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Sugiyono bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁸

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampel *Nonprobability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dengan menggunakan jenis sampel *Insidental Sampling* dikatakan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan / *incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁹

Teknik untuk pengambilan sampel menggunakan teknik solvin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = sampel

N = populasi

⁷ Hasil wawancara dari Novita Angraini (Owner NOVIE) di Jl. Pemuda No.1, Panggang, kec. Jepara, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah 59412, pada tanggal 19 Juni 2020.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, Bandung, Alfabeta, 2017: 84.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, Bandung, Alfabeta, 2017: 85.

- e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel masih dapat ditolerir atau diinginkan 10%.

Berdasarkan rumus tersebut maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\
 &= \frac{1350}{1 + 1350(0.1)^2} \\
 &= \frac{1350}{1 + 13,50} = \frac{1350}{14,50} = 93,10 \text{ dibulatkan } 100
 \end{aligned}$$

Maka dari hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin diperoleh hasil 93,10. Dengan demikian, responden yang dibutuhkan adalah 100 orang dari masyarakat Jepara yang pernah membeli jilbab Novie.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya¹⁰. Variabel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan yaitu:

1. Variabel Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah *brand image*, harga, dan *word of mouth*.
2. Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah keputusan pembelian jilbab Novie di Jepara.

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara mengukur sebuah variabel. Definisi operasional adalah sebuah informasi

¹⁰Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung, Alfabeta, 2015: 60.

ilmiah yang sangat membantu peneliti lain yang ingin menggunakan variabel yang sama.¹¹

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala	Referensi
Brand Image (X1)	Brand image (citra merek) adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam di dalam ingatan pelanggan, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam dibenak konsumennya. ¹²	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Favorability of brand association</i> (keuntungan dari asosiasi merek). 2. <i>Strength of brand association</i> (kekuatan dari asosiasi merek). 3. <i>Uniqueness of brand associations</i> (keunikan dari asosiasi merek).¹³ 	Likert	Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller
Harga (X2)	Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan terhadap produk.¹⁵ 	Likert	Philip Kotler Dan Gary Armstrong

¹¹Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011: 93.

¹² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Terjemahan Bob Sabran. Edisi ke 13. Jilid 1*, Jakarta, Erlangga, 2009: 403.

¹³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, jilid 2*, Jakarta, Erlangga, 2013: 78.

	memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. ¹⁴			
<i>Word Of Mouth</i> (X3)	Kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang baik secara lisan, tulisan, maupun lewat alat komunikasi elektronik yang terhubung internet yang didasari oleh pengalaman atas produk atau jasa ¹⁶	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keahlian lawan bicara 2. Kepercayaan terhadap lawan bicara 3. Daya tarik lawan bicara 4. Kejujuran lawan bicara 5. Objektivitas lawan bicara 6. Niat lawan bicara¹⁷ 	Likert	Fredy Rangkuti
Keputusan Pembelian (Y)	Pengambilan keputusan konsumen, adalah proses pengintergasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tujuan dalam membeli sebuah produk. 2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek. 3. Kemantapan pada sebuah produk. 	Likert	Philip Kotler Dan Gary Armstrong

¹⁵ Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sabran*. Jakarta, Erlangga, 2012: 278

¹⁴ Philip Kotler Dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*, Jakarta, Erlangga, 2008: 345.

¹⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 edisi ke 13*, Jakarta, Erlangga, 2009:512.

¹⁷Fredy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2009: 96.

	perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. ¹⁸	<p>4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.</p> <p>5. Melakukan pembelian ulang.¹⁹</p>		
--	---	---	--	--

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Instrument penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah.²⁰

1. Uji Validitas

Validitas adalah mutu yang penting bagi setiap instrument. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh koesioner tersebut.²¹

Hasil penelitian yang valid bila terjadi kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Intrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diteliti.²²

¹⁸ Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Pelatihan Pemasaran, Edisi 1*, Jakarta, Kencana Prenada Media, 2008: 416.

¹⁹ Philip Kotler dan Gary Armstong, *Prinsip – Prinsip Pemasaran, Edisi 13 jilid 1*, Jakarta, Erlangga, 2012: 36.

²⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta, Rineka Cipta, 2014: 203.

²¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang, Universitas Diponegoro, 2011: 52.

²² Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung, Alfabeta, 2015: 348.

2. Uji Reliabilitas

Dalam uji reabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu-kewaktu. 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 *cronbach alpha* diketemukan angka koefisien lebih kecil ($< 0,60$), maka dikatakan tidak reliabel.²³

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder dalam suatu penelitian. Pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting, karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk memecahkan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.²⁴

Dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode, yaitu:

1. Metode Angket

Sering pula metode angket disebut pula sebagai metode kuesioner atau dalam bahasa inggris disebut *questionnaire* (daftar pertanyaan).²⁵ Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu kuesioner juga

²³Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Kudus, Daros, 2009: 171.

²⁴Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta, Remaja Rosdakarya, 2013: 39.

²⁵Burhan Bungin, *Statistik Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta, Kencana, 2005: 133.

cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.²⁶

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.²⁷

Skala pengukuran dalam kuesioner penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert ini telah banyak digunakan oleh peneliti guna mengukur persepsi atau sikap seseorang. Skala ini menilai sikap atau tingkah laku yang diinginkan oleh para peneliti dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden. Kemudian responden diminta memberikan pilihan jawaban atau respons dalam skala ukur yang telah disediakan, misalnya sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Skala ukur tersebut pada umumnya ditempatkan berdampingan dengan pertanyaan atau pernyataan yang telah direncanakan, dengan tujuan agar responden lebih mudah mengecek maupun memberikan pilihan jawaban yang sesuai dengan pertimbangan mereka.²⁸

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban dapat diberi skor, misalnya:

- | | |
|---|---|
| 1. Sangat setuju/selalu/sangat positif diberi skor | 5 |
| 2. Setuju/sering/positif diberi skor | 4 |
| 3. Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor | 3 |
| 4. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor | 1 |

Instrument penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda.²⁹

²⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabeta, 2014: 199.

²⁷Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Kudus, STAIN Kudus, 2009: 162.

²⁸Hamid Darmadi, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung, Alfabeta, 2011: 106.

²⁹Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Kudus, STAIN Kudus, 2009: 163.

2. Dokumentasi

Dokumentasi, dari asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.³⁰

Metode dokumentasi yaitu metode yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, stanskip, buku, surat kabar, majalah, prasasti. Notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.³¹

Dalam penelitian ini data dokumentasi berupa gambaran umum objek penelitian, yang berupa dokumen profil jilbab novie Jepara.

3. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dalam penelitian ini jenis observasi yang digunakan oleh peneliti adalah observasi terstruktur, yaitu observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan diamati kapan dan di mana tempatnya. Jadi yang dilakukan peneliti telah tahu pasti tentang variabel apa yang akan diamati. Peneliti melakukan observasi di jilbab novie untuk masyarakat jepara yang memakai produk jilbab novie untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan.³²

4. Interview (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi. Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa anggapan yang perlu dipegang oleh peneliti dalam menggunakan metode interview dan juga kuesioner adalah sebagai berikut:

³⁰Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta, Rineka Cipta, 2014: 201.

³¹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*: 274.

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung, Alfabeta 2013: 205

- a) Bahwa subyek (responden) adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri
- b) Bahwa apa yang dinyatakan oleh subyek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya
- c) Bahwa interpretasi subyek tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksudkan oleh peneliti.

Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon.³³

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dapat mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni 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 kekanan dan keruncingan kekiri atau kekanan.³⁴

Untuk mengetahui ada tidaknya normalitas dengan melihat grafis histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode lainnya adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal,

³³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012: 194.

³⁴Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Kudus, Daros, 2009: 187.

dan plotong data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonal. Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik kolmogorov-smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis

H₀: Data residual berdistribusi normal

H_A: Data residual tidak berdistribusi normal ³⁵

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Keduanya menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregres terhadap variabel independen lainnya. Nilai *cutoff* yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $tolerance \leq 0.10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.³⁶

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data crosssection mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini

³⁵Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang, Universitas Diponegoro, 2011, 160-164.

³⁶Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang, Universitas Diponegoro, 2011, 105-106.

menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar).³⁷

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafis scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi - Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Dasar analisisnya adalah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membuat pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas. Kemudian jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.³⁸

d. Uji Linieritas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat atau kubik.³⁹

Linearitas adalah keadaan di mana hubungan antara variabel *dependent* dengan variabel *independent* bersifat linear (garis lurus) dengan range variabel *independent* tertentu. Uji linearitas bisa diuji dengan *scatter plot* (diagram pencar) seperti yang digunakan untuk deteksi data outlier, dengan memberi tambahan garis regresi. Adapun kriteria uji linearitas adalah :

³⁷Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 19: 139.

³⁸Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 19: 139.

³⁹Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 19: 166.

- 1) Jika pada grafik mengarah ke kanan atas, maka data termasuk dalam kategori linear.
- 2) Jika pada grafik tidak mengarah ke kanan atas, maka data termasuk dalam kategori tidak linear.⁴⁰

2. Uji Statistik

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:⁴¹

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

Keterangan:

Y = variabel dependen

X = variabel independen

a = konstanta

$b_1 b_2 b_3$ = koefisien regresi

yang mana:

Y = Keputusan Pembelian

X_1 = *Brand Image*

X_2 = Harga

X_3 = *Word Of Mouth*

a = konstanta

b_1 = koefisien regresi *brand image* terhadap keputusan pembelian jilbab novice

b_2 = koefisien regresi harga terhadap keputusan pembelian jilbab novice

⁴⁰Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Kudus, Daros, 2009: 197.

⁴¹Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, Jakarta, Mediakom, 2010: 67.

b_3 = koefisien regresi *word of mouth* terhadap keputusan pembelian jilbab novice

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 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. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (crosssection) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu (time series) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.⁴²

c. Uji Signifikan Simultan (Uji f)

Uji global disebut juga uji signifikansi serentak atau Uji F. Uji ini dimaksud untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_k) dapat atau mampu menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel terikat (Y).⁴³ Untuk melakukan pengujian secara global, ada beberapa langkah yang diperlukan, yaitu:

1. Menyusun hipotesis. Dalam menyusun hipotesis, selalu ada hipotesis nol dan hipotesis alternatif. Hipotesis nol selalu mengandung unsur kesamaan, sehingga dapat dirumuskan hipotesis nol adalah koefisien regresi sama dengan nol. Kedua hipotesis tersebut kemudian dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0 : B_1 = B_2 = 0$$

⁴²Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang, Universitas Diponegoro, 2011: 97.

⁴³ Suharyadi, Purwanto SK, *STATISTIKA: Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta, Salemba Empat.2911: 225-227

$$H_1 : B_1 \neq B_2 \neq 0$$

2. Menentukan daerah keputusan. Penentuan daerah keputusan dilakukan dengan mencari nilai F. Untuk mencari nilai T-tabel perlu diketahui derajat bebas pembuang pada kolom, derajat bebas penyebut pada baris, dan taraf nyata. Umumnya ada 2 taraf nyata yang dipakai yaitu 1% dan 5%. Untuk ilmu pasti lebih baik menggunakan taraf nyata 1%, sedangkan ilmu sosial menggunakan taraf nyata 5%. Untuk derajat pembilang, digunakan nilai k-1, yaitu jumlah variabel dikurangi 1. Untuk derajat penyebut digunakan n-k yaitu jumlah sampel dikurangi dengan jumlah variabel.
3. Menentukan nilai F-hitung. Nilai F-hitung ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$f = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - 3)}$$

4. Menentukan daerah keputusan. Menentukan wilayah H_p dan H_1 serta membandingkan dengan nilai F-hitung untuk mengetahui apakah menerima H_p atau menerima H_1 .
5. Memutuskan hipotesis. Nilai F-hitung > dari F-tabel dan berada di daerah terima H_1 . Ini menunjukkan bahwa terdapat cukup bukti untuk menolak H_0 dan menerima H_1 .

d. Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). hasil uji t dapat dilihat output *coefficients*.⁴⁴

Dalam hal ini ada dua acuan untuk dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan, yaitu dengan melihat nilai signifikansi (Sig), dan kedua membandingkan nilai t hitung dengan t tabel.

⁴⁴Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, Jakarta, Mediakom, 2010: 68-69.

Kriteria pengujian:

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig.)

- 1) Jika nilai Signifikansi (Sig). $<$ probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima.
- 2) Jika nilai Signifikansi (Sig). $>$ probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak.

Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel

- 1) Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima.
- 2) Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak.⁴⁵

⁴⁵Sahid Raharjo, "Cara Melakukan Uji t Parsial dalam Analisis Regresi dengan SPSS", <https://www.spssindonesia.com/2014/02/cara-mudah-melakukan-uji-t-dengan-spss.html?m=1> , diakses pada 21 November 2019.