

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Menurut Beni Ahmad Saebani penelitian merupakan aktivitas yang bertujuan mengetahui seluk beluk sesuatu. Penelitian dilakukan karena ada permasalahan yang perlu sebuah jawaban atau ingin mengetahui berbagai latar belakang terjadinya sesuatu.¹

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei. Penelitian survei merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden.² Penelitian survei ini menggunakan kuesioner atau angket sebagai sumber data utama.³ Pengumpulan data jika menggunakan kuesioner, dibuat sejumlah pertanyaan untuk diisi oleh responden langsung. Wawancara dapat dilakukan dengan cara tanya jawab langsung.⁴ Dalam penelitian ini kuesioner dilakukan secara langsung dengan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2016/2017 IAIN Kudus.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistik.⁵ Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk melakukan penelitian populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁶

¹ Beni Ahmad Saebani, *Filsafat Ilmu dan Metode Penelitian*, (Bandung : CV PUSTAKA SETIA, 2015), 181

² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta : PUSTAKABARUPRESS, 2015), 71

³ Etta Maman Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2013), 302

⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 71

⁵ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1997), 5

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2014), 8.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah umum yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan ciri tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan selanjutnya ditarik kesimpulannya.⁷ Populasi juga diartikan sebagai sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang memiliki ciri tertentu.⁸

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Angkatan 2016 sampai dengan 2017 yang masih aktif. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 1091 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁹ Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian. Misalnya karena terbatasnya 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 mewakili dan harus valid, yaitu bisa mengukur sesuatu yang seharusnya diukur.¹⁰

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *teknik random sampling*.¹¹ *Teknik random sampling* adalah pengambilan sampel secara random atau tanpa pandang bulu alias acak. Dalam *teknik random sampling* semua individu dalam populasi, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama diberi

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung : ALFABETA, 2018), 148

⁸ Nur Indriantoro dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta : BPFE Yogyakarta, 1999) 115

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 149

¹⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 81

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 154

kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.¹² Dalam penelitian ini, calon yang dipilih merupakan responden dari mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Untuk menentukan jumlah sampel, penelitian ini menggunakan rumus Slovin :

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*).¹³

Dalam penelitian ini diketahui besarnya populasi mahasiswa IAIN Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebanyak 1091 mahasiswa dan peneliti menggunakan batas toleransi kesalahan sebesar 10% sehingga jumlah sampel didapat sebagai berikut :

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

$$n = \frac{1091}{1 + 1091 (0,1^2)}$$

$$n = \frac{1091}{1,191}$$

$$n = 91,603$$

atau dibulatkan menjadi 92 responden

Jadi, sampel penelitian ini dengan tingkat toleransi 10% adalah 91,603 dibulatkan menjadi 92 responden.

¹² Beni Ahmad Saebani, *Filsafat Ilmu dan Metode Penelitian*, 271

¹³ Yusniar Lubis dkk, *Manajemen Dan Riset*, (Bandung : ALFABETA CV, 2018), 193

C. Identifikasi Variabel

Variabel dapat diartikan sebagai atribut seseorang atau subyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain.¹⁴ Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁵ Adapun jenis-jenis variabel dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi :

1. Variabel Independen

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Brand awareness (X1), Perceived quality (X2), Promotion (X3), dan Gaya hidup (X4).

2. Variabel Dependen

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas.¹⁶ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu Keputusan pembelian (Y).

D. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu definisi yang diberikan kepada variabel yang diteliti, sehingga menghasilkan makna dan arti yang dapat dipahami, baik peneliti itu sendiri maupun oleh pembaca hasil penelitian tersebut.¹⁷ Adapun konsep definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 75

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 95

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 96 - 97

¹⁷ Yusniar Lubis dkk, *Manajemen Dan Riset*, 202

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Brand Awereness (X1)	Menurut Susanto dan Himawan Wijarnako, Brand awareness merupakan kesediaan seorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori merek tertentu. ¹⁸	1. Pengenalan merek 2. Brand recall 3. Top of mind. ¹⁹	Likert
2	Perceived Quality (X2)	Menurut Fandy Tjiptono perceived quality ialah Penilaian konsumen terhadap keunggulan produk secara keseluruhan. ²⁰	1. Kualitas yang konsisten 2. Produknya baik 3. Memenuhi standar kualitas yang ditentukan 4. Jarang terjadi kecacatan produk 5. Kinerja yang	Likert

¹⁸ Susanto dan Himawan Wijarnako, *Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*, (Jakarta: Quantum Bisns dan Manajemen, 2004), 130

¹⁹ Susanto dan Himawan Wijarnako, *Power Branding Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*, 131

²⁰ Fandy Tjiptono, *Brand Management, dan Strategy*, (Yogyakarta: ANDI, 2005) 40

			konsisten ²¹	
3	Promotion (X3)	Menurut Mas'ud Machfoedz promosi merupakan Aktivitas yang menawarkan nilai tambah suatu produk kepada penjual atau konsumen. ²²	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promosi melalui iklan di tv maupun sosial media 2. Promosi melalui personal selling 3. Promosi dengan memberikan brosur 4. Promosi melalui partisipasi diberbagai even dan pameran 5. Promosi dari mulut ke mulut²³ 	<i>Liker t</i>
4	Life Style (X4)	Menurut Vinna Sri Yuniart Life style merupakan Pola hidup seseorang di dunia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktivitas 2. Minat 3. Opini²⁵ 	<i>Liker t</i>

²¹ M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek : Planing dan Strategy*, (Pasuruan : Qiara Media, 2019) 103

²² Mas'ud Machfoedz, *Kewirausahaan Metode, Manajemen, dan Implmentasi Edisi Kedua*, (Yogyakarta:BPFE-Yogyakarta, 2015), 236

²³ Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen*, 158-160

		yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. ²⁴		
5	Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Etta Maman Sangadji dan Sopiah keputusan pembelian merupakan Proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu di antaranya. ²⁶	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan 2. Identifikasi alternatif 3. Menilai alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku setelah membeli²⁷ 	Liker t

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkapkan atau menjangring informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkungan penelitian.²⁸

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengmpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan ata pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai,

²⁵ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori da Praktik*, 155

²⁴ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015)

²⁶ Etta Maman Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, 332

²⁷ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: ALFABETA, CV, 2013), 104

²⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 93

persepsi, kepribadian, dan perilaku dari responden. Dalam kata lain, para peneliti dapat melakukan pengukuran bermacam-macam karakteristik dengan menggunakan kuesioner.²⁹ Kuesioner dibuat dengan menggunakan pertanyaan terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka yaitu pertanyaan-pertanyaan yang menjelaskan identitas responden. Sedangkan pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia dari setiap pertanyaan.³⁰ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner tertutup, yaitu dalam kuesioner ini jawaban sudah disediakan oleh peneliti sehingga responden tinggal memilih.

Dalam metode angket atau kuesioner ini, peneliti menggunakan *skala likert* yaitu digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.³¹

Jawaban setiap butir pertanyaan yang menggunakan Skala likert dapat berupa kata-kata antara lain yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-Ragu (R), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Dapat juga berupa kata-kata seperti Selalu, Sering, Kadang-Kadang, Tidak Pernah. Dapat juga berupa kata – kata Sangat Positif, Positif, Negatif, Sangat Negatif. Selain itu dapat juga berupa Sangat Baik (SB), Baik (B), Tidak Baik (TB), Sangat Tidak

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 230

³⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 156

³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 168

Baik (STB). Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya ³² :

1. Sangat Setuju (SS) = 4
2. Setuju (S) = 3
3. Cukup Setuju (N) = 2
4. Tidak Setuju (TS) = 1

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan analisis SPSS. SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) yaitu software yang fungsinya untuk menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik untuk statistik parametrik maupun non-parametrik dengan basis windows.³³ Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas merupakan kesesuaian suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur.³⁴ Uji validitas berguna untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur.³⁵

Dalam menentukan layak tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05.³⁶ Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (nilai *Corrected item-Total Correlation* pada output Cronbach alpha) dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom*

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, CV, 2016), 93

³³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang : Undip, 2018), 15

³⁴ Duwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta : MediaKom, 2010), 90

³⁵ Masrukhin, *Statistik inferensial Aplikasi Program SPSS*, (Kudus : MEDIA ILMU PRESS, 2004), 20

³⁶ Duwi Priyanto, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 90

(df) = n-2, n adalah jumlah sampel. Apabila nilai r hitung lebih besar dari pada nilai r tabel dan berkorelasi positif maka pertanyaan tersebut valid.³⁷

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel.³⁸ Uji reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha > 0,60.³⁹

2. Uji Asumsi Klasik

Proses penelitian menyangkut berbagai prosedur yang harus dilalui peneliti, baik pada saat pra penelitian, penganalisaan data penelitian, bahkan sampai ke pembuatan laporan. Penganalisaan data penelitian dengan menggunakan teknik analisis statistik inferensial membutuhkan pengujian terlebih dahulu terkait dengan uji asumsi klasik t (uji prasyarat) pada data yang ada, yang bertujuan untuk mengetahui penyebaran data.

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi mengetahui adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal

³⁷ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 158

³⁸ Masrukhin, *Statistik inferensial Aplikasi Program SPSS*, 15

³⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 158

merupakan variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.⁴⁰

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikoloniaritas di dalam model regresi adalah dengan *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikoloniaritas adalah nilai *Tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) > 10.⁴¹

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1.⁴² Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) yang menggunakan titik kritis, yaitu batas bawah (dl) dan batas atas (du). Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*First Order Autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya Intercept (konstanta) dalam model regresi, serta tidak ada variabel lagi diantara variabel bebas.

Kriteria pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

⁴⁰ Masrukhin, *Statistik I Berbasis Komputer Ekonomi Islam*, (Kudus : MEDIA ILMU PRESS, 2015), 92

⁴¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi 5)*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 105.

- 1) Jika nilai $du < DW < (4-du)$, maka koefisien autokorelasi = nol, hal ini menunjukkan tidak ada autokorelasi.
- 2) Jika nilai $DW < dl$, maka koefisien autokorelasi > 0 , maka hal itu menunjukkan tidak autokorelasi positif.
- 3) Jika nilai $Dw > (4-dl)$, maka koefisien autokorelasi < 0 , maka hal itu menunjukkan ada autokorelasi negative.
- 4) Jika nilai $du < DW < dl$ atau $(4-du) < DW < (4-dl)$, maka dapat diartikan bahwa hasilnya tidak dapat disimpulkan.⁴³

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.⁴⁴ Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang 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 dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dengan melihat pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.⁴⁵

⁴³ Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu press, 2010), 183-184

⁴⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 139.

⁴⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 177-178

d. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau distribusi tidak normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi yang 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 ke kanan dan keruncingan ke kiri atau ke kanan.⁴⁶

Dalam penelitian ini, untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dilakukan dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Dan jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.⁴⁷

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh 2 atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukuran interval atau rasio dalam suatu persamaan linier.⁴⁸ Penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Dimana :

Y = keputusan pembelian

⁴⁶ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 187

⁴⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), 161

⁴⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 227

- x1 = brand awereness
- x2 = perceived quality
- x3 = promotion
- x4 = life style
- b1 = koefisien brand awereness
- b2 = koefisien perceived quality
- b3 = koefisien promotion
- b4 = koefisien life style
- a = konstanta
- e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Untuk mengetahui apakah suatu persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel atau tidak, dapat dilakukan dengan cara:

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.⁴⁹ Apabila nilai probabilitas sigfikansinya $< 0,05$ (5%) maka variabel independen berpengaruh sigfinikan terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika taraf sigfinikan (α) $< 0,05$ dan hipotesis ditolak jika taraf sigfinikan (α) $> 0,05$.⁵⁰ Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan T_{hitung} dan T_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima⁵¹

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.⁵² Sigfinikasi pada uji F ini apabila nilai sigfinikasi (sig) $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.⁵³

⁴⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 161

⁵⁰ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 229

⁵¹ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Penerbit Media Kom, 2010), 68.

⁵² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 162

⁵³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 228

Pengujian ini dilakukan menggunakan uji distribusi F. Caranya, yakni dengan membandingkan antara nilai F tabel dengan nilai F hitung yang terdapat pada tabel Analysis of Variance dari hasil perhitungan dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak
- 2) Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima.⁵⁴

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk menghitung seberapa besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.⁵⁵ Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independen (X). Jika R^2 semakin besar, maka presentase perubahan variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka prosentase perubahan variabel independen (Y) yang disebabkan oleh variabel (X) semakin rendah.⁵⁶

⁵⁴ Algifari, *Analisis Regresi Teori, Kasus, dan Solusi:Edisi 2*, (Yogyakarta : BPFE, 2000), 72

⁵⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 228

⁵⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 164