

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. Sudaryono (2018:92) penelitian kuantitatif adalah sebuah penelitian yang menggunakan metode kuantitatif, yakni metode yang bertujuan menjelaskan kejadian atau gejala sosial secara kuantitatif atau membahas bagaimana kejadian atau gejala sosial yang sedang terjadi di masyarakat saling berhubungan satu dengan yang lainnya. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kasual yang artinya memiliki hubungan sebab akibat antar variabel yang diteliti.

Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri atas variabel faktor psikologis, faktor keribadian, dan faktor kepercayaan serta pengambilan keputusan pembelian (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda. Dengan teknik ini dapat dilakukan uji hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh secara parsial dan secara simultan antara variabel independen (X) yaitu faktor psikologis (X_1), faktor kepribadian (X_2), dan faktor kepercayaan (X_3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel faktor psikologis, faktor kepribadian dan faktor kepercayaan terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

3.2. Objek Penelitian

Objek penelitian yang diteliti yaitu variabel independen berupa faktor psikologis, faktor kepribadian dan faktor kepercayaan sedangkan variabel

dependennya berupa keputusan pembelian responden dalam penelitian ini dilakukan di pengguna Instagram dikabupaten Lumajang. Objek yang diteliti adalah faktor psikologis (X_1), faktor kepribadian (X_2), dan faktor kepercayaan (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y).

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang didapatkan secara langsung dari sumber yang asli (tanpa melalui media perantara). Data primer dikumpulkan secara khusus oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer bisa berupa opini subjek (orang) secara kelompok atau individual, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian (Supomo & Indriantoro, 2018:142).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data primer. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil pengisian kuisisioner oleh responden yaitu pengguna Instagram di Kabupaten Lumajang.

3.3.2 Sumber data

a. Data Internal

Data internal merupakan data atau dokumen yang terdapat pada suatu perusahaan yang dikumpulkan, dicatat, dan disimpan dalam suatu organisasi merupakan tipe data internal (Supomo & Indriantoro, 2018:145).

Data internal merupakan data yang menggambarkan situasi dan kondisi pada suatu organisasi secara internal. Data internal dalam penelitian ini dapat diperoleh dari pengguna Instagram di Kabupaten Lumajang.

3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah yang berisikan objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tersendiri yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari kembali sebelum menarik sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2014:80).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna Instagram di Kabupaten Luamjang

3.4.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik (keunikan) yang dimiliki oleh populasi yang ada dan mencakup sejumlah anggota yang telah terpilih dari populasi, misalnya pada populasi yang luas dan tidak memungkinkan peneliti untuk mempelajari semuanya, maka peneliti dapat menggunakan sebuah sampel. Pengambilan sampel dari populasi harus dilakukan dengan representatif ataupun mewakili (Sugiyono, 2014:81). Menyatakan bahwa metode penentuan sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh *roscoe* dalam buku *Research Methode For Business* (1982:253). Tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 300.

- b. Bila sampel dibagi dalam katagori (misalnya: wanita, berusia 18 tahun keatas pegawai negeri, swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam peneltian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitian ada 5 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel $10 \times 5 = 50$
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang digunakan menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna instagram dikabupaten Lumajang. Untuk setiap variabel penelitian mengambil sebanyak 20 sampel konsumen. Jadi sampel yang diambil oleh peneliti adalah $20 \text{ sampel konsumen} \times 4 \text{ variabel} = 80 \text{ konsumen minimal}$.

3.4.3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Sampling Purposive*. *Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015:156). *Sampling Purposive* termasuk dalam metode *nonprobability sampling*. Adapun sampel dalam penelitian ini pengguna Instagram di Kabupaten Lumajang yang memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Pengguna Intagram di Kabupaten Lumajang.
- b. Melakukan pembelian produk Fashion baju NDCK di Kabupaten Lumajang.

Responden untuk melakukan penelitian ini adalah jumlah item pernyataan $20 \times 4 = 80$ sampel. Dengan demikian, sampel yang digunakan untuk responden dalam penelitian ini berjumlah 80 orang yang didapat dari minimal sampel yang diperlukan berdasarkan indikator.

3.5. Variabel Penelitian, Defisini Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1. Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu sifat atau atribut dari seseorang, organisasi, bidang keilmuan, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tersendiri antara satu dengan yang lainnya yang dapat dipelajari oleh peneliti untuk menarik kesimpulan (Sudaryono, 2017:151).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen.

c. Variabel Independen

Variabel independen dapat disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Nama lain dalam bahasa Indonesia adalah variabel bebas, yang artinya variabel yang dapat mempengaruhi atau yang menjadi penyebab berubahnya atau menimbulkan adanya variabel dependen (terikat) (Sudaryono, 2017:154). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah faktor psikologis (X_1), faktor kepribadian (X_2), dan faktor kepercayaan (X_3).

d. Variabel Dependen

Variabel dependen dapat juga disebut sebagai variabel *output*, konsekuensi, dan kriteria. Nama lain dalam bahasa Indonesia adalah variabel terikat yang artinya variabel yang menjadi akibat atau variabel yang dipengaruhi, karena adanya

variabel bebas (Sudaryono, 2017:155). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

Jadi disimpulkan bahwa variabel independen (bebas) variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain, sedangkan variabel dependen (tergantung) adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen.

3.5.2. Definisi Konseptual

Menurut Gulo (2010:44) Definisi konseptual merupakan proses pembentukan konsep dengan bertitik tolak pada gejala-gejala pengamatan. Proses ini berjalan secara induktif, dengan mengamati sejumlah gejala secara individual, kemudian merumuskannya kedalam bentuk konseptual. Proses ini diawali dengan mengungkapkan permasalahan penelitian, latar belakangnya, perumusannya dan signifikannya.

3.5.3. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu petunjuk atau informasi yang menjelaskan kepada peneliti terkait bagaimana mengukur suatu variabel secara konkret atau nyata (Sudaryono, 2017:160).

a. Faktor Psikologis (X₁)

Kotler & Kotler (2012:174) menyatakan bahwa faktor psikologis merupakan rangsangan pemasaran dan lingkungan yang memasuki kesadaran konsumen, dan sekumpulan proses psikologis yang dikombinasikan dengan karakteristik konsumen tertentu membentuk proses pengambilan keputusan. Adapun indikator dari variabel faktor psikologis dalam penelitian ini dapat disebutkan sebagai

berikut Menurut Kotler & Kotler (2012:174) terdapat beberapa dimensi faktor psikologis, yaitu:

- 1) Motivasi
- 2) Persepsi
- 3) Belajar
- 4) Kepercayaan

Berdasarkan indikator tentang faktor psikologis di atas maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- i. Saya terdorong membeli produk fashion baju merek NDCK karena model sesuai dengan yang saya inginkan.
- ii. Produk fashion baju merek NDCK memiliki kualitas produk yang bagus.
- iii. Saya membeli produk fashion baju merek NDCK berdasarkan pengalaman dari teman maupun orang disekitar saya.
- iv. Saya memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi pada produk fashion baju merek NDCK.

b. Faktor Kepribadian

Kotler & Kotler (2012:174) Menjelaskan bahwa kepribadian merupakan pribadi yang mencerminkan perbedaan setiap individu, kepribadian tetap dan abadi, kepribadian dan konsep diri,sertagaya hidup dan nilai. Adapun Menurut Mastuti (2010) karakteristik di dalam diri individu yang relative menetap, bertahan, yang mempengaruhi penyesuaian diri individu terhadap lingkungan. Jadi dapat disimpulkan bahwa Kepribadian adalah tingkah laku seseorang secara sosial yang meliputi dorongan, keinginan terhadap suatu pembelian. Adapun indikator dari

variabel faktor kepribadian dalam penelitian ini dapat disebutkan sebagai berikut yaitu (Kotler & Kotler, 2012:174).

- 1) Usia
- 2) Pekerjaan dan situasi
- 3) Gaya hidup
- 4) Kepribadian dan konsep diri

Berdasarkan indikator tentang faktor Kepribadian diatas maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- 1) Saya membeli produk fashion baju merek NDCK sesuai dengan umur saya.
- 2) Saya membeli produk fashion baju NDCK karena situasi ekonomi sangat baik.
- 3) Saya membeli produk fashion baju merek NDCK melalui instagram.
- 4) Saya menyukai belanja produk fashion baju merek NDCK melalui instagram karena pengaruh teman.

c. Faktor Kepercayaan (X₃)

Kepercayaan adalah elemen dasar untuk membangun model kualitas hubungan. Kepercayaan merupakan keyakinan salah satu pihak atas niat dan tindakan pihak lain. kepercayaan konsumen diartikan sebagai harapan konsumen bahwa penyedia barang atau jasa dapat dipercayai atau mengandalkan mereka untuk memenuhi janjinya (Yuliawan et al, 2018). Adapun indikator dari variabel faktor kepercayaan dalam penelitian ini dapat disebutkan sebagai berikut (Maliyah, 2015) yaitu:

- 1) Kebajikan

- 2) Kejujuran
- 3) Kemampuan

Berdasarkan indikator tentang faktor kepercayaan diatas maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- a) Penjual produk fashion baju merek NDCK memberikan barang yang sangat berkualitas.
- b) Penjual produk fashion baju merek NDCK memberikan kejujuran mengenai informasi mengenai produknya.
- c) Penjual produk fashion baju merek NDCK selalu memberikan bantuan ketika konsumennya membutuhkan sesuatu

d. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian merupakan evaluasi para konsumen untuk membentuk atau memutuskan pilihan kepada suatu produk dan konsumen juga membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai (Abubakar, 2018: 108). (Kotler et al., 2017: 177) indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

- 1) Keinginan atau kebutuhan konsumen
- 2) Keputusan membeli
- 3) Kelompok referensi
- 4) Keyakinan untuk membeli

Berdasarkan indikator tentang keputusan pembelian diatas maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala pengukuran, sebagai berikut:

- a) Produk fashion baju merek NDCK diinstagram sangat sesuai dengan kebutuhan saya.

- b) Saya memilih membeli produk fashion baju merek NDCK di instgram karena sesuai dengan keinginan.
- c) Produk fashion baju merek NDCK di instgram merupakan rekomendasi dari teman saya.
- d) Saya sangat yakin ketika memutuskan untuk membeli produk fashion baju merek NDCK di instgram.

3.6. Instrumen Penelitian dan skala pengukuran

Instrumen penelitian merupakan sebuah alat yang difungsikan untuk mengukur fenomena sosial maupun fenomena alam yang sedang diteliti (Sugiyono, 2014:102). Dalam penelitian kuantitatif, kualitas instrumen penelitian berkaitan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berhubungan dengan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan sebuah data. Instrumen dalam penelitian kuantitatif bisa berupa *test*, pedoman wawancara, pedoman observasi, dan kuisisioner (Sugiyono, 2014:222).

Skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah menggunakan skala ordinal. Menurut Siregar (2015:47) skala pengukuran data dengan memberikan angka pada obyek untuk dapat menyatakan karakteristik dari objek tersebut. Sedangkan skala ordinal merupakan suatu data yang bersumber dari beberapa tahapan dari tahap terendah hingga tahap tertinggi dan begitu sebaliknya.

Berdasarkan pengertian diatas variabel dan instrumen penelitiannya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1. Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
-----	----------	-----------	-----------	-------	--------

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Faktor Psikologis (X ₁)	1) Motivasi 2) Presepsi 3) Belajar 4) Kepercayaan	<p>) Saya terdorong membeli produk fashion baju merek NDCK karena model sesuai dengan yang saya inginkan.</p> <p>) Produk fashion baju merek NDCK memiliki kualitas produk yang bagus.</p> <p>) Saya membeli produk fashion baju merek NDCK berdasarkan pengalaman dari teman maupun orang disekitar saya.</p> <p>) Saya memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi pada produk fashion baju merek NDCK.</p>	<i>Ordinal</i>	Kotler & Ketler (2012:174)

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
2.	Faktor kepribadian (X ₂)	1) Usia 2) Perkerjaan dan situasi ekonomi 3) Gaya hidup 4) Kepribadian dan konsep diri	a) Saya membeli produk fashion baju merek NDCK sesuai dengan umur saya. b) Saya membeli produk fashion baju NDCK karena situasi ekonomi sangat baik. c) saya membeli produk fashion baju merek NDCK melalui instagram. d) Saya menyukai belanja produk fashion baju merek NDCK melalui instagram karena pengaruh teman.	<i>ordinal</i>	(Maliyah, 2015: 9-21)

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
3.	Faktor kepercayaan (X ₃)	1) Kebajikan 2) Kejujuran 3) Kemampuan	4) Penjual produk fashion baju merek NDCK memberikan barang yang sangat berkualitas. 5) Penjual produk fashion baju merek NDCK memberikan kejujuran mengenai informasi mengenai produknya. 6) Penjual produk fashion baju merek NDCK selalu memberikan bantuan ketika konsumennya membutuhkan sesuatu	<i>ordinal</i>	(Sitompul 2019: 322-334)
4.	Keputusan Pembelian (Y)	1) Keinginan atau kebutuhan konsumen 2) Keputusan membeli 3) Kelompok	a) Produk fashion baju merek NDCK diinstagram sangat sesuai dengan kebutuhan saya. b) Saya memilih membeli	<i>ordinal</i>	(Kotler et al., 2017: 177)

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		ok referensi	produk fashion baju merek NDCK di instragram karena sesuai dengan keinginan.		
		4) Keyakinan untuk membeli	c) Produk fashion baju merek NDCK di instragram merupakan rekomendasi dari teman saya. d) Saya sangat yakin ketika memutuskan untuk membeli produk fashion baju merek NDCK di instragram.		

3.7. Metode Pengumpulan Data

Metode pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.7.1. Observasi

Proses pengambilan data dengan menggunakan pencatatan atas perilaku seseorang, hewan, benda atau suatu peristiwa dengan pengamatan secara langsung dan tanpa melalui proses pertanyaan. Instrumen yang digunakan dalam observasi adalah panduan pengamatan dan lembar pengamatan. Panduan dan lembar pengamatan menjadi target penelitian (Bahri, 2018:85).

3.7.2. Kuisisioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner merupakan metode pengumpulan data lebih efisien dan cocok digunakan bila jumlah responden cukup banyak dan letak geografisnya terpencar dan luas (Bahri, 2018:92)

Untuk penyebaran kuisisioner sebagai bahan penelitian diberikan kepada pengguna instagram dikabupaten Lumajang dengan jumlah responden sebanyak 80 orang. Dengan menyebarkan kuisisioner ini diharapkan mendapat data tentang faktor psikologis, faktor kepribadian, dan Faktor kepercayaan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pertanyaan yang diajukan berupa pertanyaan logis yang berhubungan dengan masalah-masalah pada penelitian ini. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*.

Adapun bentuk skala *likert* menurut (Sugiyono, 2015:168) sebagai berikut:

- | | |
|--|---|
| a. Sangat setuju/ sangat positif diberi skor | 5 |
| b. Setuju/ positif diberi skor | 4 |
| c. Ragu-ragu/ kadang-kadang/ netral diberi skor | 3 |
| d. Tidak setuju/ hampir tidak pernah/ negatif diberi skor | 2 |
| e. Sangat tidak setuju/ tidak pernah/ sangat negatif diberi skor | 1 |

3.7.3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak ditujukan langsung kepada subjek penelitian, serta dokumen yang diteliti dapat berbagai

jenis dan hanya tidak dokumen resmi, bisa berupa buku harian, surat pribadi, laporan, notulen rapat, dan dokumen-dokumen lainnya (Bahri, 2018:103)

3.7.4. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipercepat (Nazir, 2013:93). Tujuan dari studi pustaka ini adalah untuk memperoleh kajian teori guna memperkuat penelitian yang diteliti. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori mengenai faktor psikologis, faktor kepribadian, dan faktor kepercayaan terhadap keputusan pembelian.

3.8. Teknik Analisis Data

Penelitian kuantitatif meliputi pengelolaan data dan penyajian data, menghitung untuk mendeskripsikan data, pengujian hipotesis dengan uji statistik. Sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh, maka sebelum melakukan kuisisioner perlu dilakukan validitas dan reabilitas. Selanjutnya dilakukan analisis dan uji pengaruh dengan menggunakan uji analisis regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari multikolinier dan heteroskedastisitas.

3.8.1. Uji Instrumen

Dalam penelitian memerlukan uji validitas dan uji reabilitas terhadap kuisinoer untuk melakukan pengujian hipotesis. Dimana asumsi dasar harus dilengkapi kuisioener dengam menggunakan data yang valid dan reliabel untuk bisa melakukan pengujian hipotesis selanjutnya.

a. Pengujian Validitas

Menurut Siregar (2017:75) Kesahihan atau validitas menjelaskan sejauh mana instrumen (alat ukur) dapat menghitung apapun yang akan dihitung. Hal ini selanjutnya pembuatan kuisioener untuk penelitian merupakan pengujian instrumen untuk mengetahui alat ukur tersebut valid atau tidak.

Didalam bukunya juga, Siregar (2017:77) menyatakan bahwa syarat untuk mengetahui suatu alat ukur tersebut dapat dikatakan valid, yaitu:

1. Koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3.
2. Koefisien kolerasi *product moment* $> r\text{-tabel}(\alpha; n-2)$ $n =$ jumlah sampel.
3. Nilai $sig \leq \alpha$

b. Pengujian Reliabilitas

Uji reliabilitas memiliki tujuan untuk mengetahui sampai dimana hasil perhitungan tetap tidak berubah-ubah (konsisten), jika dilakukan perhitungan dua kali atau lebih terhadap keadaan yang sama dengan memakai alat pengukur yang sama (Siregar, 2017:87).

Pengujian reliabilitas dalam data penelitian dengan menghitung besarnya *Cronbach's Alpha*. Dalam penelitan dikatakan reliabel jika *Cronbach's Alpha* minimal 0,8. Namun ada pendapat lain bahwa *Cronbach's Alpha* minimal 0,6

sudah cukup menyimpulkan data penelitian adalah reliabel (Algifari, 2015:96).

Kriteria *Cronbach's Alpha* dibedakan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.2 Kriteria Skor Reabilitas *Cronbach's Alpha*

Skor	Tingkat Reliabilitas
0,000 – 0,20	Kurang Reliabilitas
0,201 – 0,40	Agak Reliabilitas
0,401 – 0,60	Cukup Reliabilitas
0,601 – 0,80	Reliabilitas
0,801 – 1,00	Sangat Reliabilitas

Sumber : (Nugroho, 2011:33)

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas berfungsi sebagai pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen, dependen atau bahkan keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau sama sekali tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal *P Plot*, *Skewness* dan Kurtosis atau uji *Kolgorov Smirnov* (Umar, 2011:181).

Untuk mendeteksi normalitas data pada penelitian ini di uji dengan uji *Kolgorov Smirnov* yang dilihat dari nilai residual yang dapat dikatakan normal apabila nilai residual yang dihasilkan di atas nilai signifikan yang di tetapkan.

Dimana terdapat dasar pengambilan keputusan :

1. Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan di antara variabel bebas memiliki masalah multikolinieritas (gejala multikolinieritas) atau

tidak (Haryadi & W, 2013:70). Jika jumlah independen (variabel bebas) lebih dari satu, maka perlu dilakukan uji multikorelasi ini. Banyak cara yang dapat digunakan dalam uji multikolinieritas.

Salah satunya adalah melihat dari nilai VIF (*variance-inflating-factor*). Jika $VIF < 10$, berarti tingkat kolinieritas dapat ditoleransi (Haryadi & W, 2013:70). Apabila terjadi gejala multikolinieritas, cara yang dapat dilakukan adalah dengan tidak melakukan apa-apa pada saat R^2 tinggi, namun apabila R^2 rendah maka variabel penyebab terjadinya multikolinieritas pada model dapat dilakukan transformasi data ke dalam diferensial, mengeluarkan satu variabel independen yang memiliki korelasi tinggi ataupun penambahan data baru.

a. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mencari tahu apakah terjadi ketidaksamaan variasi residual suatu pengamatan ke pengamatan lain dalam sebuah model regresi. Untuk kesamaan variasi residual suatu pengamatan ke pengamatan lain maka disebut homoskedastisitas, sedangkan untuk variasi residual yang berbeda disebut heteroskedastisitas (Umar, 2011:179).

Uji heteroskedastisitas ini dapat dilakukan dengan metode *Scatter Plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residual). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. Uji statistik yang digunakan adalah Uji Glejser, Uji Rho Spearman, Uji Park dan Uji White (Kurniawan, 2014:158). Pada penelitian ini menggunakan metode dengan uji *Glejser*.

3.8.3 Analisis Regresi Berganda

Metode analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Dimana analisis regresi berganda ini digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat.

Sugiyono (2016:275) Metode regresi berganda dari penelitian ini adalah seperti berikut :

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \dots + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat yaitu keputusan pembelian

a = Konstan

β_1 -3 = Koefisien regresi variabel bebas ke - 1 sampai ke - 3

X1 = Faktor Psikologis

X2 = Faktor Kepribadian

X3 = Faktor Kepercayaan

a, β_1 , β_2 dan β_3 = Konstanta

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen (Faktor psikologis, faktor kepribadian dan faktor kepercayaan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) terhadap faktor psikologis, faktor kepribadian dan faktor kepercayaan terhadap masyarakat pengguna instagram di Kabupaten Lumajang

a. Uji t (Uji parsial)

Uji t merupakan skala pengujian yang digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Adapun langkah-langkah yang digunakan untuk menguji hipotesis antara lain sebagai berikut (Siregar, 2015:284-287).

Uji t digunakan untuk membuktikan signifikan tidaknya antar variabel pengaruh faktor psikologi, faktor kepribadian dan faktor kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk fashion baju NDCK di instagram (pengguna instagram dikabupaten Lumajang). Formulasi hipotesis uji t :

1) Merumuskan hipotesis

H1 : Faktor psikologis berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk fashion baju NDCK di instagram (pengguna instagram dikabupaten Lumajang)

H2 : Faktor kepribadian berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk fashion baju NDCK di instagram (pengguna instagram dikabupaten Lumajang)

H3 : Faktor kepercayaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk fashion baju NDCK di instagram (pengguna instagram dikabupaten Lumajang)

Menentukan *level of signifikan* dengan $\alpha = 5\%$

2) Menentukan kriteria pengujian :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis ditolak

3) Menentukan nilai t hitung rumus :

$$t_{hitung} = \frac{\text{Koefisien } \beta}{\text{Standar Error}}$$

4) Menentukan nilai t tabel :

Nilai t_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan tabel *t-Student*. Bila pengujian dua sisi, maka nilai α dibagi 2. Rumus $t_{tabel} = t_{(\alpha/2)(n-2)}$.

5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} untuk mengetahui tingkat signifikan.

b. Uji F (Simultan)

Menurut (Algifari, 2015:78) pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara bersama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). Dapat didefinisikan oleh seluruh variabel bebas kedalam metode regresi, dapat diartikan bahwa semua variabel bebas sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Dengan distribusi F dengan membandingkan antara nilai kritis F dengan nilai F_{test} (F RATIO) yang terdapat pada Tabel *Analysis of Variance* dari hasil perhitungan.

Adapun analisis hipotesis terhadap nilai variabel dependen terhadap nilai independen adalah sebagai berikut:

1) Perumusan hipotesis.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh faktor psikologis, faktor kepribadian, faktor kepercayaan secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian fashion baju merek NDCK.

H_a : Tidak terdapat pengaruh faktor psikologis, faktor kepribadian, faktor kepercayaan secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian fashion baju merek NDCK.

Nilai kritis distribusi F dengan tingkat signifikansi (α) 5%.

2) Dengan membuat perbandingan F hitung dan F tabel:

Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3) F_{tabel} dapat dijelaskan melalui tabel distribusi F, sedangkan F_{hitung} dihitung menggunakan persamaan sebagai berikut:

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

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

Kk = Jumlah Variabel Independen

Nn = Jumlah Anggota data

4) Menyimpulkan dengan membandingkan hasil F_{hitung} dengan F_{tabel} .

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Imam Ghazali, 2016). Nilai R^2 mempunyai interval antara 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$). Semakin besar R^2 (mendekati 1), semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen. Koefisien Determinasi (R^2) ini digunakan untuk

mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen.

