

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat kuantitatif dengan menggali hubungan *assosiatif*, *assosiatif* yaitu penelitian yang memakai rumusan masalah dengan menanyakan keterkaitan dua atau lebih variabel. Hubungan kausal juga dipakai dalam penelitian ini, hubungan kausal yakni keterkaitan yang bersifat sebab serta akibat dengan maksud untuk memahami dampak variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2014:36-37).

Teknik analisis yang dipakai dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik ini dipakai dengan maksud untuk mengkaji variabel bebas (X) yang terdiri dari atribut produk, label halal, dan kredibilitas *endorser* terhadap variabel terikat (Y) keputusan pembelian. Oleh karena itu hipotesis ini menggunakan dampak secara parsial dan simultan antara variabel bebas (X) atribut produk (X_1) label halal (X_2) dan kredibilitas *endorser* (X_3) terhadap variabel terikat (Y) keputusan pembelian.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yang dipakai adalah variabel atribut produk (X_1) label halal (X_2) kredibilitas *endorser* (X_3). Sedangkan variabel terikatnya keputusan pembelian (Y). Mengenai sasaran dalam penelitian ini para pelaku konsumen yang memakai pasta gigi Siwak di Lumajang. Pertimbangan yang melandasi penelitian ini dilakukan ditempat tersebut yakni:

- a. Penjualan pasta gigi Siwak yang cukup pesat sehingga mampu bersaing dengan merek pasta gigi lain.
- b. Bahan Siwak akan menarik minat konsumen untuk menggunakan pasta gigi Siwak ini.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Data yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan data primer. Menurut (Indriantoro & Supomo, 2014:146) data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab suatu pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu para konsumen yang menggunakan pasta gigi Siwak di Lumajang. Hasil dari data primer adalah jawaban dari responden atas pernyataan-pernyataan yang diajukan di dalam kuesioner. Pernyataan tersebut menyangkut tentang atribut produk, label halal dan kredibilitas *endorser* dari para konsumen pasta gigi Siwak di Lumajang.

3.3.2 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data eksternal. Data eksternal adalah data yang berasal dari luar perusahaan (Istijanto, 2010:35).

Data eksternal diperoleh dari para pengguna atau konsumen pasta gigi Siwak di Lumajang.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:148).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah memakai pasta gigi Siwak di Kecamatan Pasirian. Jumlah populasi sulit diukur karena luasnya populasi dan keterbatasan data yang dimiliki.

3.4.2 Sampel dan Teknik *Sampling*

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015:149).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. (Sugiyono, 2017:67).

Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh Roscoe dalam bukunya *For Business* (1982:253) seperti yang dikutip dalam (Sugiyono, 2015:164), sebagai *research methods* berikut :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 (sepuluh) kali dari jumlah variabel yang diteliti, termasuk didalamnya adalah jumlah variabel independen dan dependen.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Berdasarkan pendapat diatas maka sampel dalam penelitian ini merujuk kepada jumlah variabel, yaitu 3 (tiga) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, jadi jumlah variabel dalam penelitian ini 4 (empat) variabel. Sampel yang diambil sebanyak 4 (empat) variabel x 10 responden = 40 sampel.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian bermakna apapun yang bisa diberi beberapa tipe nilai yang ditentukan oleh peneliti untuk diamati dan dipelajari dengan maksud untuk mendapatkan informasi terkait hal tersebut, untuk kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2014:38). Terdapat beberapa variabel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu:

a. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas umumnya dikenal dengan nama lain variabel independen maupun variabel *stimulus* ini memiliki makna sebagai variabel yang

menjadi sebab adanya perubahan atau munculnya variabel terikat (Sugiyono, 2014:39). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini yakni:

- 1) Atribut Produk (X_1)
- 2) Label Halal (X_2)
- 3) Kredibilitas *Endorser* (X_3)

b. Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel terikat ini umumnya dikenal dengan nama lain variabel *output*, *kosekuen* maupun kriteria. Variabel ini bermakna sebagai variabel yang menjadi dampak atau menjadi akibat dari keberadaan variabel bebas (Sugiyono, 2014:39). Variabel dependen juga disebut sebagai bentuk variabel yang dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel bebas. Variabel terikat yang dipakai dalam penelitian ini yakni Keputusan Pembelian (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

Variabel independen dalam penelitian ini adalah atribut produk (X_1) label halal (X_2) kredibilitas *endorser* (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y).

a. Atribut Produk (X_1)

Atribut produk merupakan bentuk manfaat dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen Kotler, P., & Armstrong, G. (2012:230).

b. Label Halal (X_2)

Label halal merupakan pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal Rangkuti, F. (2010:8).

c. Kredibilitas *Endorser* (X_3)

Kredibilitas *endorser* merupakan sebagai tokoh (aktor, penghibur, atau atlet) yang dikenal calon konsumen karena prestasinya di dalam bidang-bidang yang berbeda dari golongan produk yang didukung Shimp, T. A. (2014:258).

d. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah proses menerima, dan mengevaluasi informasi tentang produk tertentu (Suryani, S., 2013:13).

3.5.3 Definisi Operasional

a. **Atribut Produk (X_1)**

Indikator variabel independen atribut produk dalam penelitian ini yang disebutkan sebagai berikut (Kotler & Amstong, 2012:255)

- 1) Kualitas produk
- 2) Fitur produk
- 3) Gaya dan desain produk
- 4) Merek
- 5) Kemasan
- 6) Label
- 7) Pelayanan pendukung produk

Berlandaskan indikator mengenai atribut produk dapat disusun kuisisioner serta jawaban dan skala pengukuran yang diantaranya:

- 1) Pasta gigi Siwak merupakan produk pasta gigi yang berkualitas.
- 2) Pasta gigi Siwak memiliki tekstur yang lembut dan nyaman digunakan.
- 3) Pasta gigi Siwak memiliki tampilan yang menarik.

- 4) Merek pasta gigi Siwak adalah merek pasta gigi yang dapat dipercaya.
- 5) Kemasan pasta gigi Siwak bentuknya menarik.
- 6) Pasta gigi Siwak memiliki label yang dapat dipercaya
- 7) Pasta gigi Siwak dikemas dalam bungkus yang menarik

b. Label halal (X₂)

Adapun menurut (Susanto, B. 2011:140) halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam :

- 1) Tidak mengandung hewan yang diharamkan.
- 2) Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti: darah, alkohol, kotoran-kotoran dan lain sebagainya.
- 3) Semua bahan yang berasal dari hewan yang disembelih menurut tata cara syariat Islam tergolong halal
- 4) Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, tempat pengelolaan dan tempat transportasi, jika pernah digunakan untuk barang yang tidak halal maka terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam.

Berlandaskan indikator mengenai label halal, dapat disusun kuisisioner serta jawaban dan skala pengukuran yang diantaranya:

- 1) Dengan adanya label halal, saya yakin pasta gigi Siwak adalah halal dan tidak mengandung hewan yang diharamkan.
- 2) Dengan adanya label halal, saya yakin pasta gigi Siwak tidak mengandung bahan yang diharamkan, seperti darah, alkohol dan bahan kotor lainnya.

- 3) Dengan adanya pencantuman label halal, membuat saya merasa aman dan yakin menggunakan pasta gigi Siwak.
- 4) Dengan adanya label halal, saya yakin pasta gigi Siwak diproses pada tempat yang bersih dan halal.
- 5) **Kredibilitas Endorser (X₃)**

Indikator variabel independen kredibilitas *endorser* dalam penelitian ini yang disebutkan sebagai berikut (Kertamukti 2015:76)

- 1) Keahlian (*expertise*)
- 2) Kepercayaan (*trustworthiness*)

Berlandaskan indikator mengenai kredibilitas *endorser*, dapat disusun kuisisioner serta jawaban dan skala pengukuran yang diantaranya :

- 1) *Endorser* produk pasta gigi Siwak memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang diwakilinya.
- 2) *Endorser* produk pasta gigi Siwak merupakan endorser yang memiliki keahlian dibidangnya
- 3) *Endorser* produk pasta gigi Siwak merupakan endorser yang dipercaya karena reputasinya yang baik.
- 4) *Endorser* produk pasta gigi Siwak adalah sosok yang tepat mewakili produk ini.

6) Keputusan Pembelian

Indikator variabel dependen keputusan pembelian dalam penelitian ini yang disebutkan sebagai berikut (Kotler, P., & Keller, K.L. 2012. 2012 : 166)

- 1) Pengenalan masalah
- 2) Pencarian informasi
- 3) Evaluasi alternative
- 4) Keputusan pembelian
- 5) Pasca keputusan pembelian

Berlandaskan indikator mengenai keputusan pembelian dapat disusun kuisisioner serta jawaban dan skala pengukuran yang diantaranya:

- 1) Saya membeli produk pasta gigi Siwak karena membutuhkannya.
- 2) Sebelum membeli produk pasta gigi Siwak, saya mencari informasi dari sumber-sumber yang terkait.
- 3) Saya melakukan perbandingan dan menyeleksi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli produk pasta gigi Siwak.
- 4) Saya memutuskan membeli produk pasta gigi Siwak karena saya yakin dan tidak ragu ragu untuk menggunakannya.
- 5) Saya memutuskan tetap membeli produk pasta gigi Siwak untuk memenuhi kesehatan gigi saya.

3.6 Instrumen Penelitian dan Sekala Pengukuran

Instrumen penelitian merupakan sebuah alat yang dipakai untuk mengukur keadaan alam atau sosial yang diteliti, sehingga variabel dapat dinyatakan sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2015:178). Didalam penelitian ini terdapat 4 instrumen yang digunakan, diantaranya:

- a. Instrumen untuk mengukur atribut produk
- b. Instrumen untuk mengukur label halal

c. Instrumen untuk mengukur kredibilitas *endorser*

d. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian

Skala pengukuran adalah kemufakatan yang digunakan untuk acuan dalam memastikan panjang pendeknya interval alat ukur, dari alat ukur yang telah disiapkan maka akan mengeluarkan data kuantitatif (Sugiyono, 2015:167). Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2015:178). Sehingga dalam penelitian ini dapat ditentukan tabel instrumen yang didapatkan dari pengumpulan data meliputi variabel, indikator, item pernyataan, skala pengukuran dan sumber dapat dicermati pada tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran	Sumber
1	Atribut Produk (X ₁)	1. Kualitas produk 2. Fitur produk 3. Gaya dan desain produk 4. Merek 5. Kemasan 6. Label 7. Pelayanan pendukung produk	1. Pasta gigi Siwak merupakan produk pasta gigi yang berkualitas. 2. Pasta gigi Siwak memiliki tekstur yang lembut dan nyaman digunakan. 3. Pasta gigi Siwak memiliki tampilan yang menarik. 4. Merek pasta gigi Siwak adalah merek pasta gigi yang dapat dipercaya. 5. Kemasan pasta gigi Siwak bentuknya menarik. 6. Pasta gigi Siwak memiliki label yang dapat dipercaya 7. Pasta gigi Siwak dikemas dalam bungkus yang menarik	<i>Ordinal</i>	Kotler, P., & Armstrong, G. (2012:230)

Lanjutan tabel 3.1

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran	Sumber
2	Label Halal (X ₂)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak mengandung hewan yang diharamkan. 2. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti : darah, alkohol, kotoran-kotoran dan lain sebagainya. 3. Semua bahan yang berasal dari hewan yang disembelih menurut tata cara syariat Islam tergolong halal 4. Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, tempat pengelolaan dan tempat transportasi, jika pernah digunakan untuk barang yang tidak halal maka terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang diatur menurut syariat Islam. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dengan adanya label halal, saya yakin pasta gigi Siwak adalah halal dan tidak mengandung hewan yang diharamkan. 2. Dengan adanya label halal, saya yakin pasta gigi Siwak tidak mengandung bahan yang diharamkan, seperti darah, alkohol dan bahan kotor lainnya. 3. Dengan adanya pencantuman label halal, membuat saya merasa aman dan yakin menggunakan pasta gigi Siwak. 4. Dengan adanya label halal, saya yakin pasta gigi Siwak diproses pada tempat yang bersih dan halal. 	<i>Ordinal</i>	Alim,shilachul alfinl (2018:130)
3	Kredibilitas Endorser (X ₃)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keahlian (<i>expertise</i>) 2. Kepercayaan (<i>trustworthiness</i>) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Endorser</i> produk pasta gigi Siwak memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang diwakilinya. 2. <i>Endorser</i> produk pasta gigi Siwak merupakan endorser yang memiliki keahlian dibidangnya 3. <i>Endorser</i> produk pasta gigi Siwak merupakan endorser yang dipercaya karena reputasinya yang baik. 4. <i>Endorser</i> produk pasta gigi Siwak adalah sosok yang tepat mewakili 	<i>Ordinal</i>	Kertamukti (2015:76)

produk ini.

Lanjutan tabel 3.1

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Skala Pengukuran	Sumber
4	Keputusan Pembelian	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternative 4. Keputusan pembelian 5. Pasca keputusan pembelian	1. Saya membeli produk pasta gigi Siwak karena membutuhkannya. 2. Sebelum membeli produk pasta gigi Siwak, saya mencari informasi dari sumber-sumber yang terkait. 3. Saya melakukan perbandingan dan menyeleksi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli produk pasta gigi Siwak. 4. Saya memutuskan membeli produk pasta gigi Siwak karena saya yakin dan tidak ragu ragu untuk menggunakannya. 5. Saya memutuskan tetap membeli produk pasta gigi Siwak untuk memenuhi kesehatan gigi saya.	<i>Ordinal</i>	Kotler, P., & Keller, K.L. (2012:166)

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Wawancara

Wawancara adalah cara yang dilakukan dalam menggali informasi atau data yang mana peneliti atau pewawancara mengajukan pertanyaan –pertanyaan kepada narasumber untuk mendapatkan informasi atau data yang dibutuhkan (Sugiyono, 2015:244). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan para konsumen yang pernah memakai pasta gigi Siwak di Lumajang. Peneliti memberikan pertanyaan kepada responden dengan cara berkomunikasi

secara langsung, tetapi apabila tidak memungkinkan maka pertanyaan tersebut bisa diberikan melalui sarana alat komunikasi lainnya. Pertanyaan pertanyaan yang diberikan peneliti terhadap responden mengenai persepsi atribut produk, label halal dan kredibilitas *endorser* terhadap keputusan pembelian

3.7.2 Kuesioner

Kuesioner adalah cara yang dilakukan dalam mengumpulkan data dengan memberikan beberapa pernyataan maupun pertanyaan berupa tulisan terhadap responden agar dijawab (Sugiyono, 2015:230).

Kuesioner disebarkan kepada para pelaku konsumen yang pernah memakai pasta gigi Siwak di Lumajang. Dengan menyebar kuesioner ini diharapkan peneliti dapat memperoleh data yang akurat mengenai atribut produk, label halal, dan kredibilitas *endorser* terhadap keputusan pembelian pasta gigi Siwak di Lumajang.

Pengukuran data mengenai variabel atribut produk, label halal, kredibilitas *endorser* dan keputusan pembelian dilakukan dengan cara memberikan skor pada setiap jawaban dari pernyataan yang dicantumkan dikuesioner tersebut. Skor yang diberikan pada penelitian ini menggunakan skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial Sugiyono, (2015:168).

Adapun bentuk skala *likert* antara lain:

- | | |
|---|---|
| a. Setuju/selalu/sangat positif diberi skor | 5 |
| b. Setuju/sering/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 Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga obyek-obyek alam yang lain (Sugiyono, 2015:234).

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. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2015:235).

Observasi yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah dengan mengamati secara langsung pembeli pata gigi Siwak di Lumajang

3.7.4 Studi Pustaka

Studi pustaka yang menjadi acuan dasar dalam penelitian ini yaitu membaca buku-buku maupun literatur yang berhubungan dengan masalah didalam penelitian. Adapun buku-buku maupun literatur yang dibaca berupa beberapa teori yang dinyatakan oleh para ahli yang didapatkan melalui buku, jurnal dan internet

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data yakni suatu aktivitas menghimpun berdasarkan jenis responden serta variabel, melakukan tabulasi data dengan berpedoman pada variabel dari semua responden, menyajikan data dari variabel, menghitung data tersebut dengan maksud untuk mencari jawaban terhadap rumusan masalah, serta untuk menguji hipotesis penelitian (Sugiyono, 2013:76).

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linear berganda yakni analisis yang menghubungkan antara dua atau lebih variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen). Analisis ini bertujuan untuk menilai berapa besar keterkaitan dua atau lebih variabel (Bahri, 2018:195)

Penelitian ini melakukan analisis data dengan menggunakan program SPSS. Mengenai metode data yang dipakai dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

3.8.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas merupakan tolak ukur yang membuktikan ketepatan atau kedalaman sebuah alat ukur, dalam menguji validitas terhadap alat ukur yang digunakan maka terlebih dahulu menentukan korelasi antara elemen alat ukur secara menyeluruh, yaitu mengkorelasikan elemen alat ukur dengan skor total (Riduwan, 2018:109).

Analisa faktor dapat dilakukan dengan mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Apabila korelasi pada setiap faktornya positif dan besarnya adalah 0,3 ke atas maka faktor tersebut adalah construct yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total nilainya dibawah 0,3

maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2012:178).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran relative konsisten dari waktu ke waktu (Purnomo, 2019:70). Reliabilitas menunjukan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena reliabilitas memusatkan perhatian pada masalah konsistensi (Kuncoro, M., 2013:175). Nugroho (2011:33) mengemukakan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel berikut.

Tabel 3.2
Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval Alpha Cronbach	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4	0,601 – 0,80	Reliabel
5	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Nugroho (2011: 33)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik memiliki makna sebagai pengujian data yang dipakai dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya data penelitian yang memenuhi kriteria untuk diteliti lebih lanjut, hal ini berguna untuk menjawab hipotesis yang akan diteliti (Gunawan, I. 2017:92). Terdapat empat jenis pengujian asumsi

klasik yang wajib dilakukan dalam model regresi linier berganda, yakni uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, serta uji autokorelasi yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Berdasarkan pendapat (Basuki, A., & Prawoto, N. 2017:57) uji normalitas bermanfaat dalam memastikan data yang sudah dikumpulkan telah berdistribusi normal atau diambil berasal dari populasi normal atau tidak. Dalam uji asumsi klasik pengujian normalitas bisa dikatakan tidak begitu sulit. Sebab berdasarkan beberapa pengalaman dari pakar statistik, data yang lebih banyak dari 30 angka, maka sudah bisa dianggap berdistribusi normal dan bisa dinyatakan sebagai sampel berjumlah besar. Namun dalam hal ini diperlukan pembuktian dengan uji normalitas, sebab data yang berjumlah lebih dari 30 atau kurang dari 30 belum tentu dapat dipastikan berdistribusi normal.

Berdasarkan pendapat (Bahri, S. 2018:162) menyatakan bahwa uji normalitas yakni pengujian distribusi data yang akan dianalisis, dengan maksud untuk melihat apakah penyebarannya berada di bawah kurva normal atau tidak. Distribusi normal yakni distribusi yang berbentuk mirip lonceng serta simetris. Pengujian ini dipakai untuk menguji normalitas data, salah satu metode yang dapat digunakan yakni metode grafik, yakni dengan mengamati tersebarnya data pada sumbu diagonal pada grafik normal P-P Plot of regression standardized residual. Apabila titik-titik tersebar disekitar garis serta mengikuti garis diagonal, maka nilai residual dinyatakan normal. Pengujian normalitas

dalam penelitian ini menggunakan metode grafik normal *P-P Plot of regression standardized residual*.

b. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan pendapat Kurniawan, A. (2014:102) menyatakan bahwa uji multikolinearitas ialah syarat seluruh uji hipotesis regresi atau kausalitas. Multikolinearitas dapat diketahui dengan mengukur koefisien korelasi ganda serta membandingkan dengan koefisien korelasi antarvariabel independen atau variabel bebas. Uji multikolinearitas dipakai untuk memahami kesalahan standar estimasi model pada suatu penelitian. Kurniawan, A. (2014:157) menyatakan bahwa terdapat beberapa tolak ukur untuk mengidentifikasi multikolinearitas terhadap suatu model yakni sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai Variance Inflation Factor (VIF) dibawah 10 (VIF $<$ 10) maka menandakan bahwa terjadi multikolinearitas yang serius pada model regresi. Jika nilai tolerance mendekati 1 maka menandakan model terbebas dari multikolinearitas, sedangkan jika semakin menjauhi 1 maka menandakan model regresi tidak terbebas multikolinearitas atau terjadi gejala multikolinearitas.
- 2) Apabila nilai koefisien korelasi antar tiap-tiap variabel bebas lebih kecil dari 0,70, maka model dapat dinyatakan terbebas dari multikolinearitas. Jika nilai lebih besar dari 0,70 maka dianggap terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel bebas sehingga terbentuk multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Bahri, S. (2018:162-168) menyatakan bahwa heteroskedastisitas yakni varian residual yang tidak ada persamaan terhadap seluruh pengamatan di dalam model regresi. Suatu regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu metode yang dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yakni dengan menggunakan metode grafik scatterplots dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Apabila terdapat pola tertentu misalkan terdapat titik-titik yang ada menggambarkan suatu pola tertentu (bergelombang, melebar, selanjutnya menyempit) maka dinyatakan hal tersebut terjadi heteroskedastisitas
- 2) Apabila titik-titik membentuk pola yang tersebar diatas serta di bawah angka 0 pada sumbu Y maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *Scatter Plot*.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2” (Sugiyono, 2012:277).

Secara umum persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 AP + \beta_2 LH + \beta_3 KE + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen

β_0 = Konstanta

β_1, β_2 & β_3 = Koefisien regresi variabel independen

AP = Atribut produk

LH = Label halal

KE = Kredibilitas *endorser*

e = Error

(Amirullah, 2013:150).

Dengan analisis regresi berganda ini juga dapat diketahui variabel mana di antara variabel independen yaitu atribut produk, label halal, dan kredibilitas *endorser* yang berpengaruh dominan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Analisis regresi linier berganda juga dapat digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan masing-masing independen terhadap variabel independen lainnya.

3.8.4 Uji Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1, X_2 dan X_3) terhadap variabel dependen (Y) baik secara parsial maupun simultan.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Ada dua hipotesis yang diajukan oleh

setiap peneliti yaitu hipotesis nol H_0 dan hipotesis alternatif H_a . Hipotesis nol merupakan angka numerik dari nilai parameter populasi. Hipotesis nol ini dianggap benar sampai kemudian bisa dibuktikan salah berdasarkan data sampel yang ada. Sementara itu hipotesis alternatif merupakan lawan dari hipotesis nol. Hipotesis alternatif ini harus benar ketika hipotesis nol terbukti salah (Widarjono, A. 2015:22).

Adapun langkah langkah mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

H1 : Terdapat pengaruh atribut produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian pasta gigi Siwak di Lumajang

H2 : Terdapat pengaruh label halal yang signifikan terhadap keputusan pembelian pasta gigi Siwak di Lumajang

H3 : Terdapat pengaruh kredibilitas *endorser* yang signifikan terhadap keputusan pembelian pasta gigi Siwak di Lumajang

2) Menentukan *level of signifikansi* dengan $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian :

Jika $t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka hipotesis diterima

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

4) Menentukan nilai t_{tabel} :

Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel t sedangkan t_{hitung} melalui nilai statistic dengan rumus :

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

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

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen atau merupakan uji signifikansi model regresi. Uji F ini bisa dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA)” (Agus Widarjono, 2015:19).

Adapun hipotesis keempat sebagai berikut:

H4 : Terdapat pengaruh atribut produk, label halal, dan kredibilitas *endorser* yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pasta gigi Siwak di Lumajang

2) Kriteria pengujiannya :

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $sig \leq 0,05$ maka hipotesis diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0,05$ maka hipotesis ditolak.

3) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil f_{hitung} dengan f_{tabel} .

3.8.5. Koefisien Determinasi R^2

Bahri (2018:192) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) yakni perbandingan pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ini dapat diketahui dengan R-Square atau Adjusted RSquare sebagai tolak ukurnya. R-Square umumnya dipakai pada penelitian dengan satu variabel independen (regresi linear sederhana), sedangkan Adjusted R-Square dipakai pada variabel independen lebih dari satu (regresi linear berganda). Dengan koefisien determinasi (R^2) akan dapat diperoleh nilai yang bermanfaat untuk

menilai dan mengukur seberapa besar bantuan dari beberapa variabel bebas (X) terhadap naik turunnya variabel terikat (Y) yang biasanya dinyatakan dalam bentuk presentase (%) dengan kisaran antara 0-100%. Semakin mendekatnya nilai R^2 terhadap 100% mengandung makna bahwa variabel-variabel bebas memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat dan model dikatakan semakin tepat.

Jadi koefisien determinasi dalam penelitian ini untuk mengukur kemampuan variabel atribut produk, label halal dan kredibilitas *endorse* dalam menjelaskan keputusan pembelian produk pasta gigi Siwak di Lumajang.

