

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal, Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi) (Sugiyono,2014:37).

Adapun jenis teknik analisis yang digunakan di dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Teknik tersebut digunakan untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel atribut produk, harga dan citra merek terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian, dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada tidaknya pengaruh secara parsial atau variabel independen (X) yaitu Atribut Produk (X_1), Harga (X_2) dan Citra merek (X_3) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian akan dapat diuji, serta akan dapat diketahui variabel mana yang memiliki pengaruh paling dominan antara variabel Atribut produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

3.2 Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini obyek yang dipilih adalah Remaja Di Desa Sumberjati Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang. Adapun beberapa hal yang menjadi pertimbangan dasar mengapa Remaja Di Desa Sumberjati Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang dijadikan obyek pada penelitian ini adalah :

- 1) *Handphone* sangatlah populer di kalangan remaja

- 2) Remaja memiliki pengetahuan yang cukup tentang *handphone*
- 3) *Handphone* merupakan alat atau media untuk berkomunikasi

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dengan sumber data dari responden yang dipilih (Trenggonowati,2009:82).

Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian bersumber dari hasil pengisi kuesioner oleh responden yaitu Remaja di Desa sumberjati berupa pertanyaan-pertanyaan responden untuk mempresentasikan atribut produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian *handphone* oppo oleh Remaja di Desa Sumberjati kecamatan Tempeh kabupaten Lumajang.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah siap pakai dan di kumpulkan oleh orang lain baik dari kantor-kantor pemerintah, badan usaha atau hasil dari penelitian orang lain (Trenggonowati,2009:82).

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa data Remaja di Desa Sumberjati kecamatan Tempeh kabupaten Lumajang.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data eksternal dan data internal.

a. Data Internal

Data internal yaitu data yang bersumber dari sebuah organisasi dan data itu menunjukkan kondisi organisasi tersebut (Trenggonowati,2009:81).

Data internal merupakan data yang menggambarkan situasi dan kondisi pada suatu organisasi secara internal. Data internal yang diperoleh dari Remaja Di desa Sumberjati berupa jumlah Remaja Didesa Sumberjati kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.

b. Data Eksternal

Data eksternal yaitu data yang bersumber dari luar organisasi dapat menggambarkan faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi hasil kerja organisasi tersebut (Trenggonowati,2009:81).

Data eksternal yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2014:80).

Dalam penelitian ini populasinya adalah Remaja di Desa Sumberjati kecamatan Tempeh kabupaten Lumajang yang menggunakan *handphone* Oppo.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2014:81).Sampel mempermudah peneliti dalam

pengujian data, karena sampel dapat mempresentasikan hasil dari data secara keseluruhan. Proses pengambilan sampel dari populasi disebut dengan sampling. Sampel yang dihasilkan harus dapat mewakili jawaban dari data keseluruhan.

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 Remaja di Desa Sumberjati Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang yang memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Responden adalah Remaja di desa Sumberjati kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang.
- b. Responden adalah Remaja memakai *Handphone* Merek Oppo.

Responden untuk melakukan penelitian ini adalah pernyataan $15 \times 3 = 45$ sampel. Dengan demikian, sampel yang digunakan untuk responden dalam penelitian ini berjumlah 45 orang yang didapat dari minimal sampel yang diperlukan berdasarkan indikator.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:38).

Variabel dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) macam variabel yaitu :

1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulasi, prediktor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono,2014:39). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Atribut Produk (X_1), Harga (X_2) dan Citra merek (X_3).

2. Variabel Dependen

Variabel Dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono,2014:39). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual Variabel

a. Atribut Produk (X_1)

Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Atribut meliputi merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan dan sebagainya (Tjiptono,2008:103).

b. Harga (X_2)

Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau

jasa. Harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli. Harga menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan (Kotler & Armstrong,2008:345).

c. Citra Merek (X₃)

Citra merek adalah seperangkat asosiasi unik yang ingin diciptakan atau dipelihara oleh pemasar Simamora (2004) dalam (Mamang & Sopiah,2013:327).

d. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling di sukai tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain. Faktor kedua adalah faktor situasional yang tidak diharapkan (Kotler & Armstrong,2008:181).

3.5.3 Definisi Operasional Variabel

a. Atribut Produk (X₁)

Definisi operasional Atribut produk dalam penelitian ini adalah dasar pengambilan keputusan pembelian pada Remaja di Desa Sumberjati kecamatan Tempeh kabupaten Lumajang.

Adapun indikator pengukuran dari variabel Atribut produk dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut menurut (Kotler & Armstrong,2018:249-250) :

1. Kualitas Produk
2. Fitur Produk
3. Gaya Produk
4. Desain Produk

b. Harga (X₂)

Definisi operasional harga dalam penelitian ini adalah asosiasi dan kepercayaan mental pengguna *handphone* Oppo oleh Remaja di desa sumberjati kecamatan tembeh kabupaten lumajang yang dipicu oleh harga produk.

Adapun indikator pengukuran dari variabel Harga dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut menurut (Tjiptono,2015:298):

1. Kemampuan para pelanggan untuk membeli
2. Kemauan atau kesediaan pelanggan untuk membeli
3. Posisi produk dalam gaya hidup pelanggan
4. Manfaat yang diberikan produk bersangkutan kepada pelanggan
5. Harga produk-produk substitusi
6. Pasar potensial bagi produk
7. Karakteristik persaingan non-harga
8. Perilaku konsumen secara umum
9. Segmen-segmen dalam pasar

b. Citra Merek (X₂)

Definisi operasional citra merek dalam penelitian ini adalah persepsi pengguna *handphone* Oppo oleh Remaja di Desa Sumberjati kecamatan Tempeh kabupaten Lumajang atas keyakinan terhadap merek *handphone* Oppo.

Adapun indikator pengukuran dari variabel citra merek dapat diuraikan sebagai berikut menurut (Surachman,2008:32) :

1. Mudah diingat
2. Dapat dimengerti

3. Perlindungan
4. Penyesuaian
5. Mudah ditransfer

c. Keputusan Pembelian (Y)

Definisi operasional keputusan pembelian dalam penelitian ini adalah proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian *handphone* oppo Remaja di Desa Sumberjati kecamatan Tempeh kabupaten Lumajang.

Adapun indikator dari variabel keputusan pembelian dalam penilaian ini dapat diuraikan sebagai berikut (Kotler & Armstrong,2008:179) :

1. Pengenalan kebutuhan
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pascapembelian

3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

3.6.1 Intrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono,2014:103). Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Terdapat tiga instrumen penelitian dalam penelitian ini, diantaranya :

1. Instrumen untuk mengukur Atribut produk.
2. Instrumen untuk mengukur harga.
3. Instrumen untuk mengukur citra merek.
4. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian.

3.6.2 Skala Pengukuran

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 (Sugiyono,2014:92).

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Skala ordinal tidak hanya mengkategorikan variabel-variabel untuk menunjukkan perbedaan diantar berbagai kategori tetapi juga mengurutkannya kedalam beberapa cara (Trenggonowati,2009:79).

Tabel 3.1

Variabel, Instrumen Penelitian dan skala pengukuran

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1	Atribut Produk (X ₁)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Produk 2. Fitur Produk 3. Gaya Produk 4. Desain Produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Produk <i>handphone</i> oppo sangat baik dan terjamin 2. Fitur produk <i>handphone</i> oppo terbilang canggih 3. Gaya Produk <i>handphone</i> 	Ordinal	Kotler & Armstrong (2018:249-250)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			oppo sangat menawan 4. Desain Produk <i>handphone</i> oppo sangat baik dan menawan		
2	Harga (X ₂)	1. Kemampuan para pelanggan untuk membeli 2. Kemauan atau kesediaan pelanggan untuk membeli 3. Posisi produk dalam gaya hidup pelanggan 4. Manfaat yang diberikan produk bersangkutan kepada pelanggan 5. Harga produk-produk substitusi	1. Harga <i>handphone</i> oppo sesuai dengan kemampuan daya beli saya 2. Harga <i>handphone</i> oppo sesuai dengan kemauan dan kesediaan saya 3. <i>Handphone</i> oppo memainkan peran penting dalam aktivitas pekerjaan sehari-hari saya 4. Harga <i>handphone</i> oppo sesuai dengan kegunaan dan manfaat yang saya dapatkan 5. Harga <i>handphone</i> oppo terjangkau 6. Harga	Ordinal	Tjiptono (2015:298)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		6. Pasar potensial bagi produk	<i>handphone</i> oppo mengikuti produk-produk substitusi		
		7. Karakteristik persaingan non-harga	7. <i>Handphone</i> oppo menawarkan harga lebih murah di		
		8. Perilaku konsumen secara umum	bandingkan pesaing 8. Sebelum saya membeli		
		9. Segmen-segmen dalam pasar	<i>handphone</i> oppo saya membandingkan dahulu harga <i>handphone</i> lain 9. Harga <i>handphone</i> oppo mengikuti harga dalam pasar		
3	Citra Merek (X ₃)	1. Mudah diingat 2. Dapat dimengerti 3. Perlindungan 4. Penyesuaian 5. Mudah ditransfer	1. Merek <i>handphone</i> oppo mudah diingat 2. Merek <i>handphone</i> oppo dapat dimengerti secara jelas 3. Merek <i>handphone</i> oppo mendapat perlindungan 4. Merek <i>handphone</i>	Ordinal	Surachman (2008:32)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			<p>oppo dapat menyesuaikan generasi</p> <p>5. Merek <i>handphone</i> oppo mudah di transfer di dalam negeri dan di luar negeri</p>		
4	Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pascapembelian 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya membeli <i>handphone</i> oppo karena saya membutuhkannya 2. Saya memerlukan banyak informasi sebelum saya memutuskan untuk membeli <i>handphone</i> oppo 3. Saya membandingkan dengan <i>handphone</i> lain sebelum saya membeli <i>handphone</i> oppo 4. Saya yakin akan membeli <i>handphone</i> oppo karena kualitas 	Ordinal	Kotler dan Amstrong (2008:179)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			terjamin 5. Saya akan membeli <i>handphone</i> oppo lagi dengan tipe lainnya		

Sumber : Hasil olahan peneliti Tahun 2021

3.7. Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses dan psikologis (Sugiyono,2014:145).

Observasi yang dilakukan peneliti adalah datang dan mengamati langsung obyek penelitian yaitu mengamati Remaja di Desa Sumberjati kecamatan Tempeh kabupaten Lumajang yang menggunakan *handphone* oppo.

3.7.2 Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono,2014:142).

Pengukuran data untuk variable Atribut Produk, Harga dan Citra Merek terdapat variabel keputusan pembelian *handphone* oppo pada Remaja di Desa Sumberjati kecamatan Tempeh kabupaten Lumajang dilakukan dengan memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dari kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan Skala *Likert*.

Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono,2014:93).

Adapun bentuk skala *likert* menurut (Sugiyono,2014:94) adalah sebagai berikut :

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

3.7.3 Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono,2012:422).

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat, meng-*copy* dokumen-dokumen yang ada di lokasi penelitian serta dengan membaca literatur-literatur sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan data yang relevan dengan variabel penelitian.

3.7.4 Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan bagian dari sebuah proposal penelitian yang berisikan informasi-informasi yang diperoleh dari jurnal, buku dan kertas kerja (*working paper*) (Afrizal,2014:122). Tujuan menulis studi pustaka dalam sebuah proposal penelitian, yaitu :

- 1) Menginformasikan kepada diri peneliti sendiri dan pada pembaca hasil-hasil studi yang berkaitan erat dengan topik penelitiannya. Ini penting untuk menunjukkan kepada pembaca bahwa peneliti mengikuti perkembangan wacana tentang topik yang akan diteliti.
- 2) Menghubungkan studi yang akan dilakukan studi-studi yang pernah dilakukan sebelumnya. Hal ini berguna bagi peneliti untuk menjelaskan kedudukan penelitiannya dalam kajian yang sama.
- 3) Menghubungkan studi yang akan dilakukan dengan topik yang lebih luas yang sedang di bicarakan. Bagian ini penting untuk menunjukkan kepada pembaca bahwa kajian itu bagian dari topik yang lebih besar yang merupakan bagian dari wacana disiplinnya atau persoalan yang lebih luas, dan dengan demikian topik penelitiannya merupakan sebuah ilustrasi dari topik yang besar tersebut.
- 4) Menyediakan kerangka atau bingkai untuk penelitian. Dalam melakukan penelitian, para peneliti melakukan alat-alat analisis. Alat-alat analisis tersebut berupa konsep, klasifikasi dan teori untuk menganalisis data. Dia juga memerlukan arahan mengenai informasi apa yang akan dikumpulkan

dalam penelitian. Semua ini memerlukan studi pustaka dan isi studi pustaka perlu mencakup hal-hal tersebut.

Studi pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membaca literatur-literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti, berupa teori-teori yang dikemukakan para ahli yang berhubungan dengan penelitian diperoleh dari: buku, jurnal, skripsi, dan internet.

3.8 Teknik Analisis Data

Penelitian Kuantitatif meliputi pengelolaan data dan penyajian data, menghitung dan mendeskripsikan data, pengujian hipotesis dengan uji statistik. Sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh, maka sebelumnya melakukan kuesioner perlu dilakukan validitas dan reliabilitas. Selanjutnya dilakukan analisis dan uji pengaruh dengan menggunakan uji analisis regresi linier berganda bawa data harus berdistribusi normal, terbebas dari multikolinier dan heteroskedastisitas.

3.8.1 Uji Instrumen

Dalam Penelitian ini Memerlukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner untuk melakukan pengujian hipotesis. Dimana asumsi dasar yang harus dilengkapi kuesioner dengan menggunakan data yang valid dan realiablel untuk bisa melakukan pengujian hipotesis selanjutnya.

a. Uji Validitas

Validitas ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur betul-betul mengukur apa yang perlu diukur (Ancok,1989:15), (Emory,1997:160) & (Trenggonowati,2009:76).

Pengujian validitas penelitian ini mempergunakan analisis korelasi *Product Moment*, dengan mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total sebagai jumlah skor item. Rumus korelasi *Product Moment* Albert (Kurniawan,2014:90) sebagai berikut:

$$r = \frac{n \cdot (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\{(n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2)\} \{(n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}$$

Keterangan :

r = korelasi

n = jumlah data

X = variabel independent

Y = variabel dependen

Analisa faktor dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan sebesar 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono,2014:134).

b. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Trenggonowati,2009:78).

Menurut (Nugroho,2011:33), uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel berikut:

Tabel 3.2
Kreteria Skor Reabilitas Cronbach's Alpha

No.	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	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 Dasar Regresi Linier Berganda

Penelitian yang menggunakan alat analisis regresi dan korelasi berganda harus mengenali asumsi-asumsi yang mendasarinya. Apabila asumsi-asumsi dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin berbeda dari kenyataan (biasa).

Menurut (Admaja,2009:184), menyatakan bahwa, asumsi-asumsi tentang regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) memiliki hubungan yang linier (garis lurus).
- 2) Variabel dependen harus kontinu dan setidaknya berupa skala interval. Variasi dari perbedaan antara aktual dan nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi harus sama untuk nilai prediksi Y. Artinya, nilai $(Y - Y')$ harus sama untuk nilai Y'. Jika hal ini terjadi, perbedaan menurut '*homoscedasticity*'. Selain itu, nilai residual atau $(Y - Y')$ harus terdistribusi secara normal dengan rata-rata nol.
- 3) Nilai observasi yang berurutan dari variabel dependen harus tidak berhubungan (tidak berkorelasi). Pelanggaran terhadap asumsi disebut "*autocorelation*" atau

“autokorelasi”. Autokorelasi sering terjadi jika data yang dikumpulkan pada suatu periode waktu (*time series data*).

- 4) Variabel independen tidak boleh berkorelasi dengan variabel independen lain dalam model. Jika variabel-variabel independen berkorelasi tinggi (positif maupun negatif), disebut “*multicollinearity*”.

a. Uji normalitas Data

Menurut (Kurniawan,2014:156) uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya.

Menurut (Kurniawan,2014:156) langkah-langkah pengujian normalitas data dengan Chi Kuadrat adalah sebagai berikut :

- 1) Merangkum data seluruh variabel yang akan diuji normalitasnya.
- 2) Menentukan jumlah kelas interval.
- 3) Menentukan panjang kelas interval.
- 4) Menyusun ke dalam tabel distribusi frekuensi, yang sekaligus merupakan tabel penolong untuk menghitung harga Chi Kuadrat.
- 5) Menghitung frekuensi yang diharapkan (f_h), dengan cara mengalikan presentase luas tiap bidang kurva normal dengan jumlah anggota sampel.
- 6) Memasukkan harga-harga f_h ke dalam tabel kolom f_h sekaligus menghitung harga-harga ($f_o - f_h$).
- 7) Membandingkan harga Chi kuadrat hitung dengan Chi Kuadrat tabel.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda (Kurniawan,2014:157). Beberapa kriteria untuk mendeteksi Multikolinieritas pada suatu model (Kurniawan,2014:157) adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbatas dari Multikolinieritas. Semakin tinggi VIF, maka semakin rendah *Tolerance*.
- 2) Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70, maka model dapat dikatakan terbebas dari Multikolinieritas. Jika lebih dari 0,70 maka diasumsikan terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi Multikolinieritas.
- 3) Jika nilai koefisien determinasi, baik nilai R^2 maupun *Adjusted R²* di atas 0,60, namun tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen, maka diasumsikan model terkena Multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residula satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain (Kurniawan,2014:158). Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu dimana sumbu X adalah sumbu Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *studentized*.

Adapun dasar pengambilan keputusan ada tidaknya heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali,2013:134).

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda adalah model persamaan regresi linier dengan variabel bebas lebih dari satu (Kurniawan,2014:194). Bentuk umum persamaan Kurniawan (2014:194) antara lain :

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + \dots + \varepsilon$$

Y = Nilai dari variabel dependen (variabel tidak bebas/ variabel terikat/variabel yang dipengaruhi)

a = Koefisien konstanta

X₁ = Nilai dari variabel independen pertama

X₂ = Nilai dari variabel independen kedua

ε = Error

3.8.4 Pengajuan Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh

antara variabel independen (harga dan citra merek) terhadap dependen (keputusan pembelian).

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali,2013:171). Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut :

1) Merumuskan hipotesis

a. Hipotesis Pertama

Ho : Atribut produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

H₁ : Atribut Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Hipotesis Kedua

Ho : Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian.

H₂ : Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian.

c. Hipotesis Ketiga

Ho : Citra merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

H₃ : Citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan pembelian.

d. Hipotesis Keempat

Ho : Atribut produk, harga dan citra merek tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

H_4 : Atribut produk, harga dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian.

2) Menentukan level signifikan dengan $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian :

Jika $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

4) Menentukan nilai t_{hitung} dengan rumus :

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

a. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel}

b. Uji F (Uji Simultan)

Menyatakan “Uji F merupakan uji simultan (keseluruhan, bersama-sama) yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu labelisasi halal dan harga secara simultan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian dengan cara uji signifikan”, dengan hipotesis (Lupiyoadi & Ridho,2015:167)

e. Hipotesis Pertama

H_0 : Atribut produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

H_1 : Atribut Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

3.8.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menguji goodness-fit dari model regresi (Ghozali,2013:171). 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 (*cros section*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali,2013:95).

