

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistic. Penelitian ini menggunakan pendekatan deduktif yang bertujuan untuk menguji hipotesis, selain itu penelitian kuantitatif juga menggunakan paradigm tradisional, positivis, eksperimental atau empiris (Paramita, Rizal, and Sulistiyan 2021).

Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasari oleh filsafat positivisme, dipergunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan untuk analisis data bersifat kuantitatif yang tujuannya untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan (Siyoto dan Sodik, 2015:20)

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis linier berganda. Teknik ini digunakan untuk menganalisis variabel independen (X) yaitu persepsi konsumen, prestise, dan kualitas produk terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen yang digunakan adalah persepsi

konsumen (X1), prestise (X2), dan kualitas produk (X3). Sedangkan untuk variabel dependennya yaitu keputusan pembelian (Y). Untuk responden dalam penelitian ini yaitu konsumen vape jenis mod yang ada di wilayah Kecamatan Senduro.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis data, yakni data primer dan data sekunder:

a. Data Primer

Menurut (Suryani dan Hendyadi 2015:171) Data Primer merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Terdapat dua data primer yang digunakan dalam penelitian ini, yakni :

1. Informan (subjek) : agar data yang diperoleh menjadi valid dan lengkap, maka peneliti menggunakan informan yang sekaligus sebagai responden.
2. Dokumen yaitu bahan tertulis berupa data yang ada dan berhubungan dengan keperluan penelitian.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya buku, artikel ilmiah, dan arsip pendukung lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.3.2. Sumber data

Menurut (Suryani dan Hendrayadi 2015:170-171) data dikelompokkan menjadi dua yakni data Internal dan Eksternal. Dikarenakan penelitian ini tidak berfokus pada suatu lembaga atau suatu perusahaan namun berfokus pada konsumen, maka pada penelitian ini hanya menggunakan data Eksternal.

Data eksternal dalam penelitian ini didapatkan melalui hasil data penelitian para responden penelitian yang dilakukan secara langsung pada pengguna vape jenis mod di Kecamatan Senduro.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019:135) menyatakan bahwa dalam penelitian kuantitatif, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pengguna produk vape di Kecamatan Senduro dengan jumlah populasi sifatnya tak terhingga atau lebih tepatnya tidak diketahui pasti jumlah pengguna vape di Kecamatan Senduro.

3.4.2. Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi

harus betul-betul representatif (Sugiyono, 2019). Dengan demikian, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna vape jenis mod di Kecamatan Senduro.

Teknik Sampling merupakan teknik yang digunakan dalam menentukan sampel dalam penelitian. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan, diantaranya *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling* (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Nonprobability Sampling* dengan jenis metode *Purposive Sampling* yakni pemilihan sampel yang dianggap telah mengetahui/menguasai banyak hal tentang objek yang diteliti.

Adapun kriteria pertimbangan responden sebagai berikut :

- a. Responden adalah masyarakat Kecamatan Senduro.
- b. Responden adalah pengguna atau pernah menggunakan vape.

Dalam penelitian ini model pengukuran sampel yang digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Roscoe yakni dalam buku *Research Methods for Business* yang dikutip dalam (Sugiyono, 2019:154-155) dan memberi saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari

jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$

4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing 10 s.d 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yakni regresi linier berganda yaitu terdiri dari 3 (tiga) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang digunakan adalah $15 \text{ responden} \times 4 \text{ variabel} = 60$ responden pengguna vape jenis mod.

3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu konsep yang akan dipelajari dan diambil kesimpulannya dari kegiatan penelitian. Variabel dapat bervariasi serta memiliki lebih dari satu nilai. (Suryani dan Hendyadi, 2015). Terdapat dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yakni :

a. Variabel Independen

Variabel Independen atau sering disebut sebagai variabel bebas merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain, biasanya dinotasikan dalam simbol X (Suryani dan Hendyadi, 2013). Variabel Independen dalam penelitian yakni Persepsi Konsumen (X1), Prestise (X2), dan Kualitas Produk (X3).

b. Variabel Dependen

Variabel Dependen atau Variabel Terkait merupakan variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel independen,

variabel dependen biasa dinotasikan dengan simbol Y. (Suryani and Hendyadi 2015:91). Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.5.2. Definisi Operasional

Operasional adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015).

a. Persepsi Konsumen

Persepsi Konsumen adalah suatu tahapan yang membuat seseorang menentukan, mengorganisasikan, dan memahami dorongan yang diterima menjadi suatu gambaran yang memiliki arti dan lengkap tentang dunianya (Firmansyah, 2018:80). Indikator persepsi menurut Machfoedz dalam (Nafilah, 2012:76) terdiri dari :

1. Seleksi

Seleksi merupakan proses dimana konsumen menentukan stimulus yang akan direspon oleh panca inderanya sesuai kebutuhan yang terpengaruhi oleh masa lalu dan keinginan yang menjadi motivasinya.

2. Organisasi

Organisasi adalah proses dimana konsumen mengumpulkan beberapa kumpulan stimulus menjadi kesatuan yang utuh dan menyeluruh.

3. Interpretasi

Interpretasi adalah keadaan yang terjadi ketika individu memberikan makna terhadap informasi yang terpengaruhi oleh faktor karakter individu, stimulus,

situasi dan bagaimana informasi tersebut digambarkan. Kedekatan interpretasi konsumen terpengaruhi oleh keinginan dan motif dari konsumen.

Berdasarkan indikator tentang persepsi konsumen, maka disusun kuesioner sebagai berikut:

- 1) Pemilihan produk vape disesuaikan dengan kemampuan keuangan.
- 2) Konsumen mencari beberapa informasi mengenai produk vape yang akan dibeli.
- 3) Pendapat yang diutarakan orang lain menjadi pertimbangan keputusan pembelian vape.

b. Prestise

Menurut Chaplin dalam (Hermawan, 2020:24) mengungkapkan bahwa prestise adalah suatu kondisi sangat dihormati atau dijunjung tinggi oleh rekan sejawat atau oleh lingkungannya. Prestise dapat diartikan pula sebagai gengsi, perbawa atau martabat. Menurut (Helly dan Budhi, 2013:29) Terdapat dua indikator dari prestise yakni :

1. Anggapan.

Keinginan untuk terlihat lebih dari lingkungan sekitarnya dan untuk menjaga simbol status.

2. Percaya Diri

Membeli barang yang memiliki harga yang mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri.

Berdasarkan indikator tentang prestise, maka disusun kuesioner sebagai berikut:

- 1) Menggunakan merek vape yang memiliki harga mahal untuk mendapatkan anggapan dari lingkungan sekitar atau di lingkungan pengguna vape.
- 2) Menggunakan vape di tempat umum meningkatkan rasa percaya diri.

c. Kualitas Produk

Menurut (Kotler dan Armstrong, 2013:11) kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Menurut (Rohmat, 2019:12-13) menyatakan bahwa Indikator Kualitas Produk adalah sebagai berikut :

1. Keandalan (*Reliability*)
yakni kemungkinan kecil akan mengalami terjadinya kerusakan atau gagal pakai.
2. Ketahanan (*Durability*)
yaitu berkaitan dengan berapa lama usia suatu produk tersebut bertahan.

Berdasarkan indikator tentang kualitas produk, maka disusun kuesioner sebagai berikut:

- 1) Produk vape yang memiliki keandalan tinggi atau tidak mudah rusak menjadi pilihan meskipun memiliki harga yang mahal.
- 2) Ketahanan produk yang baik menjadi pilihan meskipun memiliki harga yang relatif tinggi.

d. Keputusan Pembelian

Menurut (Irwansyah *et al.*, 2017:13) Keputusan Pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Terdapat tiga indikator dalam menentukan keputusan pembelian menurut (Kotler, 2012), yaitu:

1. Pemilihan Produk

Konsumen menentukan pilihan produk yang akan di beli, konsumen akan memilih produk yang memiliki nilai baginya. Dalam hal ini produsen harus bisa memahami produk apa yang diinginkan konsumen.

2. Pemilihan Merek

Dalam melakukan pembelian, konsumen diharuskan memilih merek yang akan ia beli, setiap merek memiliki perbedaan masing-masing. Dalam hal ini perusahaan wajib mengetahui bagaimana konsumen dalam memilih sebuah merek.

3. Penentuan Waktu Pembelian (Purchase Timing)

Keputusan kosumen dalam menentukan waktu pembelian tidak memiliki kesamaan.

Berdasarkan indikator tentang kualitas produk, maka disusun kuesioner sebagai berikut:

- 1) Saya membeli vape karena untuk pemenuhan kebutuhan nikotin.
- 2) Saya selalu melakukan *Upgrade* produk jika ada produk baru yang keluar.
- 3) Saya menggunakan vape agar bisa berhenti menggunakan rokok konvensional.

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Frankel dan Wallen dalam (Sugiyono, 2019:156) menyatakan Instrumen merupakan berbagai alat ukur yang digunakan secara sistematis untuk pengumpulan data, seperti tes, kuesioner, dan wawancara. Dalam penelitian ini terdapat empat instrumen yang digunakan, diantaranya :

- a. Instrumen untuk mengukur persepsi konsumen
- b. Instrumen untuk mengukur prestise
- c. Instrumen untuk mengukur kualitas produk
- d. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai dasar untuk mengukur panjang pendeknya interval, sehingga jika digunakan dalam pengukuran data yang dihasilkan data kuantitatif. Skala pengukura yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*.

Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengembangkan instrumen yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap potensi dan permasalahan suatu objek, rancangan suatu produk, proses membuat produk dan produk yang telah dikembangkan atau diciptakan (Sugiyono, 2019:165).

Maka dalam penelitian ini dapat ditetapkan tabel instrumen yang diperoleh dari pengumpulan data yang diantaranya meliputi variabel, indikator, instrument, skala, dan sumber dapat dicermati dalam tabel berikut :

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran.

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1	Persepsi Konsumen (X1)	1. Seleksi	1. Pemilihan produk vape disesuaikan dengan kemampuan keuangan	<i>Ordinal</i>	(Nafilah, 2012:76)
		2. Organisasi	2. Konsumen mencari beberapa informasi mengenai produk vape yang akan dibeli		
		3. Interpretasi	3. Pendapat yang diutarakan orang lain menjadi pertimbangan keputusan pembelian vape		
2	Prestise (X2)	1. Anggapan.	1. Menggunakan merek vape yang memiliki harga mahal untuk mendapatkan anggapan dari lingkungan sekitar atau di lingkungan pengguna vape.	<i>Ordinal</i>	(Helly dan Budhi, 2013:29)
		2. Percaya Diri	2. Menggunakan vape di tempat umum meningkatkan rasa percaya diri.		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
3	Kualitas Produk (X3)	1. Keandalan	1. Produk vape yang memiliki keandalan tinggi atau tidak mudah rusak menjadi pilihan meskipun memiliki harga yang mahal.	<i>Ordinal</i>	(Rohmat, 2019:12-13)
		2. Ketahanan	2. Ketahanan produk yang baik menjadi pilihan meskipun memiliki harga yang relatif tinggi.		
		3. Ketepatan dalam membeli sebuah produk	3. Saya menggunakan vape agar bisa berhenti menggunakan rokok konvensional		
4	Keputusan Pembelian (Y)	1. Kemantapan pada sebuah produk	1. Saya membeli vape karena untuk pemenuhan kebutuhan nikotin.	<i>Ordinal</i>	(Kotler, 2012)
		2. Kebiasaan dalam membeli produk	2. Saya selalu melakukan <i>Upgrade</i> produk jika ada produk baru yang keluar.		
		3. Ketepatan dalam membeli sebuah produk	3. Saya menggunakan vape agar bisa berhenti menggunakan rokok konvensional		

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya. Metode kuesioner dapat dilakukan melalui tatap muka langsung, maupun melalui kuesioner surat (baik melalui surat dalam bentuk kertas maupun elektronik) (Suryani dan Hendyadi, 2015).

3.7.2. Observasi

Menurut (Widoyoko, 2014:46) menyatakan bahwa observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsure-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi secara langsung pada pengguna vape di Kecamatan Senduro.

3.7.3. Wawancara

Menurut Estenberg dalam (Sugiyono, 2019:231) menyatakan Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara langsung kepada pengguna vape di Kecamatan Senduro.

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan yakni diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal (Sugiyono, 2015:331). Analisis dalam penelitian ini merupakan analisis regresi linear berganda yang terdiri dari variabel independen

yaitu persepsi konsumen, prestise dan kualitas produk dan variabel dependen yakni keputusan pembelian.

3.8.1. Uji Instrumen

sebelum dilakukannya pengujian hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reabilitas pada kuesioner yang digunakan untuk menjangking responden. Dimana asumsi yang wajib dipenuhi pada kuesioner yakni data yang valid dan reliable agar bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap selanjutnya.

a. Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid yaitu bila terdapat kesamaan pada data yang telah dikumpulkan dengan data sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen dikatakan valid berarti alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2014:121).

Untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen itu valid atau tidak, dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total (Y). Bila harga korelasi di bawah 0,30 , maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang (Sugiyono, 2015:174).

b. Uji Reliabilitas

Menurut Nugroho dalam (Kusuma, 2021:70) Reliabilitas instrument menunjukkan seberapa besar suatu instrumen tersebut dapat dipercaya dan digunakan sebagai alat pengumpul data. Reliabilitas instrument yang semakin tinggi, menunjukkan hasil ukur yang didapatkan semakin terpercaya. Semakin

terpercaya suatu instrumen membuat instrument tersebut akan mendapatkan hasil yang sama bila digunakan beberapa kali mengukur pada objek yang sama.

Metode yang digunakan dalam uji reliabilitas ini adalah metode *Cronbach Alpha* (α). Koefisien *Cronbach Alpha* (α) menunjukkan sejauh mana konsisten responden menjawab instrument yang nilai. Pengukuran menggunakan *Cronbach Alpha* (α) akan menghasilkan nilai *alpha* pada skala 0-1, yang dapat dikelompokkan dalam lima kelas. Nilai masing-masing kelas dan tingkat reliabilitasnya dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Alpha	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 dalam (Kusuma, 2021:71)

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

Beberapa asumsi yang perlu diperhatikan dalam model regresi agar menghasilkan estimasi yang baik, model regresi yang baik harus terhindar dari multikolinearitas dan heteroskedastisitas selain itu memiliki data berdistribusi normal (Yati dan Sukotjo, 2016).

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas yaitu untuk menguji data yang akan digunakan apakah dalam model regresi atau tidak. Juga terdapat cara lain untuk melakukan uji normalitas yakni dengan melihat normal *Probability plot* pada output SPSS,

persyaratan normalitas dikatakan terpenuhi jika nilai-nilai sebaran data terletak di sekitar garis lurus diagonal.

Terdapat dua pendekatan yang bisa dilakukan untuk menguji suatu data distribusi normal atau tidak (Sanjaya dan Hidayat 2018:7). Pendekatan pertama: Grafik, jika penyebaran data (titik) disekitar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Pendekatan kedua yaitu *Kolmogorov Smirnov*, dasar pengambilan keputusan yakni sebagai berikut :

1. Nilai Probabilitas $> 0,05$, maka hal ini berarti bahwa data tersebut berdistribusi normal.
2. Nilai Probabilitas $< 0,05$, maka hal ini berarti bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

Uji normalitas dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan *Kolmogorov Smirnov*.

b. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas yakni untuk menguji model regresi apakah terdapat adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik tidak akan terjadi korelasi antar variabel bebas. Variabel dikatakan tidak ortogonal jika variabel bebas saling berkorelasi. Variabel ortogonal yakni variabel bebas yang memiliki nilai korelasi antar variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi terdapat atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi adalah memiliki angka toleransi diatas 0,1, dan memiliki nilai VIF dibawah 10 (Sanjaya dan Hidayat, 2018:7).

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas yakni apakah terjadi ketidaksamaan varian dalam model regresi dari residual satu penelitian ke penelitian lain. Apabila pola tetap yang ditunjukkan oleh varian, maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika varian dari residual satu penelitian ke penelitian lain tetap maka disebut homoskedastisitas. Model regresi dikatakan baik apabila model regresi tersebut homoskedastisitas atau tidak heteroskedastisitas. (Sanjaya dan Hidayat, 2018:7)

Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini sebagai berikut :

- 4) Jika pada pola tertentu, seperti titik-titik (*point*) yang ada membentuk sebuah pola yang teratur (melebar, bergelombang, atau menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 5) Jika terdapat pola yang jelas dan titik yang melebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas menurut kuncoro dalam (Pratama, 2021:104).

3.8.3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda adalah alat yang di pakai untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel terikat (*dependent*). Adapun variabel bebas dalam penelitian ini yaitu persepsi konsumen, prestise, dan kualitas produk, sedangkan variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

Berikut adalah rumus dari regresi linear berganda (Siregar, 2015:405) :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat

X₁ = Variabel Bebas Pertama

X₂ = Variabel Bebas Kedua

X₃ = Variabel Bebas Ketiga

e = Error

α = Konstanta

β₁ dan β₂ = Koefisien regresi variabel independen

Persamaan analisis regresi berganda pada penelitian ini sebagai berikut :

$$KP = \alpha + \beta_1 PK + \beta_2 P + \beta_3 KPr + e$$

Keterangan :

KP = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β₁ dan β₂ = Koefisien regresi variabel independen

PK = Perilaku Konsumen

P = Prestise

KPr = Kualitas Produk

e = Error

3.8.4. Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukannya analisis regresi linear berganda, selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis yang gunanya untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen (persepsi konsumen, prestise, dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Uji t (Uji Parsial)

Uji Parsial bisa dipergunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Algifari, 2015:77). Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk membeuktikan apakah signifikan atau tidak dari setiap variabel independen persepsi konsumen (X_1), prestise (X_2), dan kualitas produk (X_3) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) vape di Kecamatan Senduro.

Berikut adalah beberapa langkah dalam melakukan pengujian secara parsial (Uji t) :

- 1) Merumuskan Hipotesis
 - a) Hipotesis Pertama

H_1 : Terdapat pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian vape di Kecamatan Senduro.

- b) Hipotesis Kedua

H_2 : Terdapat pengaruh prestise terhadap keputusan pembelian vape di Kecamatan Senduro

c) Hipotesis Ketiga

H_3 : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian vape di Kecamatan Senduro.

2) Menentukan nilai kritis atau tingkatan signifikan dengan $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian

b. Jika $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

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

4) Menentukan nilai t hitung dengan rumus.

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

5) Membuat sebuah kesimpulan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} .

3.8.5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Guna dari determinan adalah untuk melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinan (R^2) kisaran antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Hal ini berarti jika $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat, bila R^2 mendekati 1 menunjukkan terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Pane, 2018:27).

Koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini dipergunakan untuk mencari seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu persepsi konsumen, prestise, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian vape di Kecamatan Senduro.