

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Paramita et al (2021). Penelitian kuantitatif mengacu pada pandangan filsafat positivisme. Filsafat positivisme memandang suatu bahwa fenomena dalam penelitian dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkret, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Dalam penelitian ini Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif yang bersifat korelasional, artinya studi tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Secara keseluruhan penelitian ini membutuhkan data variabel itu sendiri, sehingga penelitian ini membutuhkan kegiatan pengumpulan data. Berdasarkan data yang terkumpul dapat ditarik kesimpulan hubungan antar variabel (X dan Y) yang ada.

3.2 Objek Penelitian

Menurut sugiyono (2017 : 38) Objek penelitian adalah suatu atribut atau nilai dari orang ,objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulan. Objek dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas yang dipakai yaitu faktor pribadi (X_1), faktor budaya (X_2) dan faktor psikologi (X_3). Sedangkan variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian (Y). Jadi, objek yang ada di dalam penelitian ini berfokus terhadap faktor pribadi, faktor budaya dan faktor psikologi terhadap keputusan pembelian baju *import second* dan yang menjadi titik fokus objek penelitian adalah baju *import second*.

Sedangkan subjek penelitian ini adalah konsumen baju *import second* di Lumajang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan jenis data primer dan data sekunder sebagai berikut :

a. Data Primer

Menurut Paramita et al (2021: 72) Data primer merupakan data yang di peroleh dengan survai lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu para konsumen baju *import second* di Lumajang. Hasil dari data primer adalah jawaban dari responden atas pernyataan-pernyataan yang diajukan di dalam kuesioner. Pernyataan tersebut menyangkut tentang faktor pribadi, faktor budaya, faktor psikologi dan keputusan pembelian dari para konsumen baju *import second* di Lumajang.

b. Data Sekunder

Menurut Paramita et al (2021: 72) Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpulan data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Data sekunder penelitian ini berupa literatur, media internet dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan peniliti tentang keputusan pembelian yang dinilai melalui faktor pribadi, faktor budaya dan faktor psikologis.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data Internal dan data eksternal sebagai berikut :

a. Data Internal

Data internal merupakan data yang berasal dari dalam organisasi atau perusahaan (Paramita et al 2021: 72). Data internal dalam penelitian ini berupa data dari konsumen yang membeli baju *import second* di Lumajang yang tergambar pada hasil kuesioner.

b. Data Eksternal

Data eksternal merupakan data yang berasal dari berbagai institusi di luar perusahaan (Paramita et al 2021: 72). Data eksternal yang diperoleh dari penelitian ini adalah hasil dari penyebaran kuesioner yang di berikan kepada konsumen yang melakukan pembelian baju *import second* di Lumajang.

3.4 Populai, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian penlitih karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Paramita et al 2021: 59). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian baju *import second* di Lumajang pada bulan desember 2021 kurang lebih sebanyak 90

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin peneliti meneliti seluruh populasi. Oleh karena itu diperlukan perwakilan populasi. (Paramita et al 2021:60) Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen baju *import second* di Lumajang.

Dalam penelitian ini, teknik sampling yang digunakan yaitu teknik *non probability sampling* dan teknik yang dipilih yaitu *insidental*. *Insidental* merupakan teknik pengambilan sampel secara kebetulan dengan peneliti, ketika dilakukan penelitian (Sugiyono, 2013). Dalam menentukan ukuran sampel pada penelitian ini menggunakan teknik Slovin (Siregar, 2015:34). Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Rumusnya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan 10% (Siregar, 2017:34) .

Dimana dalam penelitian ini, pengambilan sampel sebagai berikut

$$n = \frac{90}{1 + 90(0,1)^2}$$

$$n = \frac{90}{1 + 90 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{90}{1 + 0,9}$$

$$n = \frac{90}{1,9}$$

$$n = 47$$

Jadi, teknik yang digunakan dalam menentukan ukuran atau jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik atau metode *slovin*, dengan hasil berjumlah 47 responden atau sampel. Dengan teknik sampel tersebut, maka dalam penelitian ini ditetapkan 47 responden sebagai sampel dengan kriteria tertentu. Adapun kriteria responden sebagai berikut:

- a) Konsumen yang pernah atau baru melakukan pembelian baju *import second* di Lumajang
- b) Konsumen yang memiliki rentang usia antara 17-45 tahun.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah obyek penelitian atau segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan ditarik kesimpulan (Paramita et al 2021: 36). Terdapat beberapa variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen disebut juga variabel terikat, edogen atau kosekuen. Variabel ini adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti atau menjadi perhatian utama dalam sebuah penelitian. Hakekat sebuah masalah dan tujuan dalam penelitian tercermin dalam variabel dependen yang di gunakan (Paramita et al, 2021:37).

Variabel dependen merupakan permasalahan yang di selesaikan oleh peneliti. Sebuah penelitian dapat terdiri dari satu atau lebih variabel dependen sesuai dengan tujuan penelitian. Topik – topik penelitian menekankan pada penepatan variabel sebagai variabel dependen, sebab variabel dependen adalah fenomena yang akan dijelaskan. Variabel dependen atau terikat yang dipakai dalam penelitian ini yakni Keputusan Pembelian (Paramita et al, 2021:37).

b. Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik pengaruh positif maupun pengaruh negatif. Variabel independen akan menjelaskan bagaimana masalah dalam penelitian dipecahkan. Variabel ini disebut juga dengan variabel prediktor, eksogen atau bebas. Variabel dependen merupakan representasi dari fenomena yang digunakan untuk menjelaskan atau memprediksi variabel dependen (Paramita et al, 2021:37-38). Variabel independen (bebas) yang digunakan dalam penelitian ini yakni:

- 1) Faktor Pribadi
- 2) Faktor Budaya
- 3) Faktor Psikologi

3.5.2 Definisi Konseptual

Variabel independen dalam penelitian ini adalah faktor pribadi, faktor budaya, faktor psikologi terhadap keputusan pembelian.

a. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan, *process*. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli.

b. Faktor Pribadi (X_1)

Menurut Malau (2017:225) faktor pribadi merupakan faktor yang memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen yang terdiri dari usia, dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

c. Faktor Budaya (X_2)

Menurut Pratiwi & Mandala (2015) budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku konsumen.

d. Faktor Psikologi (X₃)

Menurut Kotler & Keller (2012:174) faktor psikologis adalah rangsangan pemasaran dan lingkungan yang memasuki kesadaran konsumen, dan sekumpulan proses psikologis yang dikombinasikan dengan karakteristik konsumen tertentu membentuk proses pengambilan keputusan.

3.5.3 Definisi Operasional

a. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan sebuah keputusan yang akan diambil oleh konsumen untuk membeli suatu produk. Menurut Kotler & Keller (2016:195) indikator Keputusan pembelian sebagai berikut:

- 1) Pengenalan Kebutuhan
- 2) Pencarian Informasi
- 3) Evaluasi Alternatif
- 4) Pengambilan Keputusan

Berdasarkan indikator yang telah diungkap diatas, maka disusun kuesioner sebagai berikut :

- 1) Saya membeli baju *import second* karena suka merek / brand luar
- 2) Sebelum membeli saya mencari informasi harga baju *import second*
- 3) Saya memutuskan membeli baju *import second* di Lumajang setelah melakukan evaluasi beberapa alternatif
- 4) Saya sangat yakin ketika memutuskan untuk membeli baju *import second*

b. Faktor Pribadi

Faktor pribadi merupakan pola kebiasaan seseorang yang dipengaruhi oleh lingkungan terdekat dalam menentukan pilihan, kemudian diekspresikan dalam suatu tindakan. Menurut Kotler & Keller (2016:151) indikator faktor pribadi sebagai berikut:

- 1) Usia dan Tahap Siklus Hidup
- 2) Keadaan Ekonomi
- 3) Gaya Hidup
- 4) Kepribadian dan Konsep Diri

Berdasarkan indikator yang telah diungkap diatas, maka disusun kuesioner sebagai berikut :

- 1) Saya membeli baju *import second* karena produk yang dijual sesuai dengan usia saya
- 2) Saya membeli baju *import second* karena menyesuaikan dengan pendapatan / uang saku
- 3) Saya membeli baju *import second* karena mencerminkan gaya hidup saya
- 4) Saya membeli baju *import second* karena keinginan saya sendiri

c. Faktor Budaya

Budaya adalah karakter utama dari masyarakat yang membedakannya dari kelompok budaya lain. Unsur yang mendasari setiap kebudayaan adalah nilai-nilai, bahasa, mitos, adat istiadat, ritual, hukum dan *artifacts*, atau produk yang diturunkan dari satu generasi berikutnya.

Menurut Kotler & Keller (2016:166) Berikut ini indikator dari faktor budaya yaitu:

- 1) Kebudayaan
- 2) Sub Budaya
- 3) Kelas Sosial

Berdasarkan indikator yang telah diungkap diatas, maka disusun kuesioner sebagai berikut :

- 1) Saya membeli baju *import second* karena rekomendasi dari temen saya
- 2) Saya membeli baju *import second* karena mudah di peroleh di wilayah saya tinggal
- 3) Keputusan membeli baju *import second* menunjukkan kelas sosial saya

d. Faktor Psikologi

Faktor psikologi adalah mempelajari tingkah laku manusia pilihan atas suatu produk atau jasa yang bernilai ekonomis untuk dibeli dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Menurut Indriati (2019:11) berikut indikator dari faktor psikologi yakni :

- 1) Motivasi
- 2) Persepsi Konsumen
- 3) Sikap Konsumen

Berdasarkan indikator yang telah diungkap diatas, maka disusun kuesioner sebagai berikut :

- 1) Saya terdorong membeli baju *import second* karena model sesuai dengan yang saya inginkan

- 2) Produk dari baju *import second* memiliki kualitas produk yang bagus
- 3) Saya merasa senang ketika membeli baju *import second*

3.6 Instrumen Penelitian

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 empat instrumen yang digunakan, diantaranya:

- a. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian
- b. Instrumen untuk mengukur faktor pribadi
- c. Instrumen untuk mengukur faktor budaya
- d. Instrumen untuk mengukur faktor psikologi

Skala pengukuran digunakan dalam penelitian ini adalah interval. Skala pengukuran digunakan untuk acuan dalam memastikan panjang pendeknya interval alat ukur, dari alat ukur yang telah disiapkan maka akan mengeluarkan data kuantitatif (Sugiyono, 2015:167). 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	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
1	Keputusan Pembelian	Pengenalan Kebutuhan	Saya membeli baju <i>import second</i> karena kebutuhan	Interval	(Kotler & Keller, 2016:195)
		Pencarian Informasi	Sebelum membeli saya mencari informasi harga baju <i>import second</i>		
		Evaluasi Alternatif	Saya memutuskan membeli baju <i>import second</i> dilumajang setelah melakukan evaluasi beberapa alternatif		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran	Sumber
		Pengambilan Keputusan	Saya sangat yakin ketika memutuskan untuk membeli baju <i>import second</i> .		
2	Faktor Pribadi	Usia dan Tahap Siklus Hidup	Saya membeli baju <i>import second</i> karena produk yang dijual sesuai dengan usia saya	Interval	(Kotler & Keller, 2016:151)
		Keadaan Ekonomi	Saya membeli baju <i>import second</i> karena menyesuaikan dengan pendapatan / uang saku		
		Gaya Hidup	Saya membeli baju <i>import second</i> karena mencerminkan gaya hidup saya		
		Kepribadian dan Konsep Diri	Saya membeli baju <i>import second</i> karena keinginan saya sendiri		
3	Faktor Budaya	Kebudayaan	Saya membeli baju <i>import second</i> karena rekomendasi dari teman saya	Interval	(Kotler & Keller, 2016:166)
		Sub Budaya	Saya membeli baju <i>import second</i> karena mudah di peroleh di wilayah saya tinggal		
		Kelas Sosial	Keputusan membeli baju <i>import second</i> menunjukkan kelas sosial saya		
4	Faktor Psikologi	Motivasi	Saya terdorong membeli baju <i>import second</i> karena model sesuai dengan yang saya inginkan	Interval	(Indriati, 2019:11)
		Persepsi Konsumen	Produk dari baju <i>import second</i> memiliki kualitas produk yang bagus		
		Sikap Konsumen	Saya merasa senang ketika membeli baju <i>import second</i>		

Sumber : Data diolah tahun 2022

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 baju *import second* 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 seperti *whatsap*. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan peneliti terhadap responden mengenai faktor pribadi, faktor budaya dan faktor psikologi 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 baju *import second* di Lumajang. Dengan menyebarkan kuesioner ini diharapkan peneliti dapat memperoleh data yang akurat mengenai faktor pribadi, faktor budaya dan faktor psikologi terhadap keputusan pembelian baju *import second* di Lumajang.

Pengukuran data mengenai variabel faktor pribadi, faktor budaya dan faktor psikologi terhadap keputusan pembelian dilakukan dengan cara memberikan skor pada setiap jawaban dari pernyataan yang dicantumkan di kuesioner tersebut. Skor yang diberikan pada penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena social Sugiyono, (2015:168). Adapun bentuk skala *likert* antara lain:

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2015:168)

3.7.3 Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain dan tidak terbatas pada orang tetapi juga pada objek-objek alam lain (Sugiyono, 2017 : 229). Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini berupa pengamatan langsung terhadap responden yaitu konsumen baju *import second* di Lumajang.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data yang 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 keandalan 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 relatif konsisten dari waktu ke waktu (Purnomo, 2019:70). Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena reliabilitas memusatkan perhatian pada masalah konsistensi (Kuncoro, 2013:175). (Nugroho, 2011:33) mengemukakan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *Cronbach's Alpha*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel berikut.

Tabel 3.3 Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval Cronbach's Alpha	Tingkat Reliabilitas
1	0,000 – 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

Menurut (Widarjono, 2015) uji asumsi klasik dibagi menjadi beberapa pengujian yaitu uji normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Penelitian ini tidak menguji autokorelasi karena data yang digunakan bukan data *time*. Adapun masing-masing pengujian sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015: 134).

Menurut Lupiyoadi & Ikhsan (2015: 135) uji normalitas data bisa di uji dengan beberapa cara sebagai berikut : uji normalitas (P-Plot), *skeweness* dan kurtosis dan uji Kolgorow smirnov. Kriteria dalam pengujian normalitas menggunakan *probability plot* (P-Plot) adalah sebagai berikut :

- 1) Data dapat dilakukan berdistribusi normal, apabila data menyebar disekitar garis diagonal atau grafik histrogen.
- 2) Data dapat dikatakan tidak berdistribusi normal, apabila data menyebar jauh dari arah garis atau tidak mengikuti diagonal maupun grafik histrogennya

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas adalah terjadinya korelasi atau hubungan yang hampir sempurna di antara variabel independen. Pada model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Adanya multikolinieritas menyebabkan suatu model regresi memiliki varian yang besar sehingga sulit mendapatkan estimasi yang tepat. Multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat nilai VIF (*Variance inflation factor*), di mana jika nilai VIF di bawah 10 maka bisa dikatakan multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya atau lolos dari uji multikolinieritas. Jika nilai *tolerance* mendekati 1 maka menandakan model terbebas dari multikolinieritas, sedangkan jika semakin menjauhi 1 maka menandakan model regresi tidak terbebas multikolinieritas atau terjadi gejala multikolinieritas (Paramita et al 2021: 85).

c. Uji Heteroskedastisitas

Suatu model pengujian seperti regresi linier berganda, maka data harus terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas berarti variasi residual tidak sama dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga variasi residual harus bersifat homoskedastisitas, yaitu pengamatan yang lain sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:138).

Menurut Ghozali (2016:138) untuk mengetahui ada tidaknya Heteroskedastisitas dapat di lihat dengan grafik *scatter plot* antara SRESID dengan ZPRED dan sumbu Y merupakan Y yang telah di prediksi, dan sumbu X adalah residualnya. Jadi dasar analisis dalam penelitian ini adalah :

- 1) Apabila pola tertentu, seperti titik – titik yang akan membentuk pola tertentu secara teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka akan terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Apabila tidak menghasilkan pola yang jelas, beserta titik – titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

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:

$$KP = a + b_1FP + b_2FB + b_3FPsi + e$$

Keterangan:

KP = Keputusan Pembelian

a = Koefisien Konstanta

b = Koefisien Regresi Variabel Independen

FP = Faktor Pribadi

FB = Faktor Budaya

FPsi = Faktor Psikologi

e = Error

Dengan analisis regresi berganda ini juga dapat diketahui variabel mana di antara variabel independen yaitu faktor pribadi, faktor budaya dan faktor psikologi 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 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis. 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, 2015:22).

Menurut Prayitno (2018:121) menyatakan bahwa langkah-langkah dalam Uji t (Uji Parsial) yaitu sebagai berikut:

- 1) Merumuskan hipotesis nihil dan hipotesis alternatif.

Hipotesis pertama:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh faktor pribadi yang signifikan terhadap keputusan pembelian baju *import second* di Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh faktor pribadi yang signifikan terhadap keputusan pembelian baju *import second* di Lumajang.

Hipotesis kedua:

- H_0 : Tidak terdapat pengaruh faktor budaya yang signifikan terhadap keputusan pembelian baju *import second* di Lumajang..
- H_a : Terdapat pengaruh faktor budaya yang signifikan terhadap keputusan pembelian baju *import second* di Lumajang.

Hipotesis ketiga:

- H_0 : Tidak terdapat pengaruh faktor psikologi yang signifikan terhadap keputusan pembelian baju *import second* di Lumajang.
- H_a : Terdapat pengaruh faktor psikologi yang signifikan terhadap keputusan pembelian baju *import second* di Lumajang.
- 2) Menentukan t_{hitung} dan memastikan besarnya tingkat signifikansi α . Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi α sebesar 5% atau 0,05. Sedangkan besarnya t_{hitung} dapat diketahui dari t_{hitung} output SPSS.
- 3) Menentukan besarnya t_{tabel} . t_{tabel} dapat dicari dengan mengamati tabel statistik pada tingkat signifikansi α sebesar 0,05 serta derajat kebebasan $df = n - k$ dengan menggunakan uji 2 sisi (n yaitu jumlah data dan k yaitu jumlah variabel independen dan dependen).
- 4) Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan kriteria sebagai berikut:
- Apabila - $t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima yang berarti H_a ditolak serta tidak ada pengaruh.
- Apabila - $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak yang bermakna H_a diterima serta terdapat pengaruh.

- 5) Membuat kesimpulan dari perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} dan berdasarkan signifikansi dengan kriteria yang telah ditetapkan.

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 R Square* 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 faktor pribadi, faktor budaya dan faktor psikologi dalam menjelaskan keputusan pembelian baju *import second* di Lumajang.