

BAB 3

JENIS PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi di dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi) (Sugiyono, 2015:37).

Adapun jenis teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Teknik tersebut digunakan untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel harga, kualitas produk terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian, dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada tidaknya dampak secara parsial antara variabel independen (X) yaitu harga (X1), kualitas produk (X2), terhadap variabel dependen (Y), yaitu keputusan pembelian akan dapat diuji, serta akan dapat diketahui variabel mana yang memiliki dampak yang paling dominan antara variabel harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

3.2 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:38) objek penelitian merupakan suatu atribut, sifat, nilai, dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah perusahaan telur ayam di desa padang. Adapun sebagai objek penelitian adalah variabel independen berupa harga (X1), Kualitas produk (X2), terhadap variabel dependen (Y) berupa keputusan pembelian.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh sebuah perusahaan atau perorangan langsung dari objeknya. Pengumpulan data tersebut dilakukan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang diteliti (Surya dan Hendryadi, 2015:171).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen yang menggunakan produk telur ayam. Kuesioner berisi tentang harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk telur ayam pada konsumen ibu riolok di desa padang.

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data eksternal, sebagai berikut:

a. Data Eksternal

Data eksternal merupakan data yang menggambarkan keadaan atau kegiatan diluar organisasi (Suryani dan Hendryadi, 2015:171). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber eksternal berupa penelitian-penelitian terdahulu dalam bentuk artikel maupun jurnal yang di dapat dari internet dan data diperoleh dari responden telur ayam terhadap keputusan pembelian telur ayam di perusahaan ibu riolok di desa padang.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015:148) populasi adalah golongan dari beberapa wilayah yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan ciri khas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian akan ditarik kesimpulannya. Didalam sebuah populasi tidak hanya sekedar jumlah objek atau subjek yang diteliti, tetapi meliputi semua karakteristik yang dimiliki objek atau subjek tersebut. Responden dalam penelitian adalah seluruh pembeli telur di perusahaan ibu riolok.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *simple random sampling* yang berarti cara yang digunakan yaitu memberikan peluang yang sama untuk setiap anggota populasi yang akan dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono.S, 2012:130)

Roscoe dalam Sugiyono. S, (2015:164) mengemukakan bahwa, ukuran sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebagai berikut:

- a) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian ini adalah antara 30 sampai 500.
- b) Bila sampel dibagi dalam kategori misalnya: pria, wanita, pegawai negeri, pegawai swasta dan lain-lain. Maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c) Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi linier berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 dikali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitian ada 3 (independen dan dependen), maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 30.
- d) Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara sampai dengan 30.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *multivariat* khususnya analisis linier berganda yang terdiri dari dua variabel independen dan satu variabel dependen, sehingga jumlah sampel yang akan diambil adalah 10×3 variabel = 30 anggota sampel. Semakin besar ukuran sampel tersebut maka semakin dekat hasil survey dengan kenyataan, sehingga jumlah tes diperluas menjadi 20 responden untuk tiap variabelnya. Jadi jumlah sampel yang diambil data peneliti ini $3 \times 20 = 60$ sampel.

Pada penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling* dengan jenis teknik *Accidental Sampling* dirasa tepat untuk penelitian ini. Menurut Sugiyono,

(2016:124) *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika orang yang ditemui memenuhi kriteria sebagai sumber data.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel Penelitian adalah objek penelitian atau segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan ditarik sebuah kesimpulan (Paramita & Rizal, 2018:36).

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

a. Variabel Independen

Variabel ini menurut Sugiyono (2015:96) sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Yang dalam bahasa Indonesia bisa diartikan sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun yang menjadi variabel independen dalam penelitian ini adalah harga (X1), kualitas produk (X2).

b. Variabel Dependen

Variabel ini menurut Sugiyono (2015:97) sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Yang dalam bahasa Indonesia bisa diartikan sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi ataupun

yang menjadi akibat, dikarenakan adanya variabel bebas. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah (Y) keputusan pembelian.

3.5.2 Definisi Konseptual Variabel

a. Harga (X1)

Harga merupakan menentukan keberhasilan pemasaran produk. Kebijakan harga dapat dilakukan pada setiap tingkatan distribusi, seperti oleh produsen, oleh grosir dan retailer (pedagang eceran) penentu posisi pasar dan harga tidak cukup bervariasi untuk butir-butir produk, segmen pasar, saluran tempat, dan kesempatan pembeli yang berbeda. Manap (2016:98)

b. Kualitas produk (X2)

Kualitas produk menurut Armstrong & Kotler (2012:248) merupakan apa yang diperagakan suatu produk sesuai fungsinya, hal itu merupakan keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan, pengoperasian dan reparasi produk dan atribut lainnya.

c. Keputusan pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengetahui masalahnya, mencari informasi tentang merek atau produk tertentu dan memilih seberapa baik masing-masing alternatif tersebut bisa memecahkan masalahnya yang kemudian mengarahkan kepada keputusan pembelian, menurut Philip Kotler & Armstrong (2013:178).

3.5.3 Definisi Operasional Variabel

Menurut Paramita & Rizal (2018:42) definisi operasional merupakan penjelasan bagaimana sebuah variabel akan dioperasionalkan atau diketahui nilainya pada penelitian.

a. Dimensi Harga (X1)

Harga merupakan nilai yang melekat pada suatu produk atau jasa yang telah ditentukan oleh produsen yang dinyatakan dengan jumlah uang. Amstrong & Kotler (2012:452) indikator pada harga antara lain :

1) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Kesesuaian harga diartikan sebagai harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

2) Daya saing harga

Suatu kemampuan dari sebuah usaha dalam menghasilkan barang dan jasa yang dapat memenuhi standar pasar penjualan baik itu yang berasal dari pasar domestik maupun pasar internasional.

3) Keterjangkauan harga

Harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat mereka jangkau.

Berdasarkan indikator harga, maka pernyataan dalam penelitian ini adalah :

1. Harga telur ayam yang diberikan perusahaan ibu riolok sesuai dengan kualitas produk.

2. Harga telur ayam pada perusahaan ibu riolok mampu bersaing dengan penjual lainnya.
3. Harga telur ayam pada perusahaan ibu riolok sangat terjangkau di kalangan konsumen.

b. Dimensi Kualitas Produk (X2)

Kualitas produk merupakan keunggulan yang dimiliki oleh suatu produk yang dapat menarik minat beli konsumen. Indikator kualitas produk menurut Kotler & Keller (2016:393) yaitu :

- 1) Bentuk (*form*), meliputi ukuran, bentuk, atau struktur fisik produk.
- 2) Fitur (*feature*) merupakan karakteristik produk yang menjadi pelengkap fungsi dasar produk.
- 3) Kesan kualitas (*perceived quality*) sering dibidang sebagai hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.
- 4) Ketahanan (*durability*), ukuran umur operasi harapan produk dalam kondisi biasa atau penuh tekanan, merupakan atribut berharga bagi produk-produk tertentu.
- 5) Keandalan (*reliability*), merupakan ukuran probabilitas bahwa suatu produk tidak akan mengalami malfungsi atau gagal dalam waktu tertentu.

Berdasarkan Indikator kualitas produk, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

1. Bentuk dan ukuran telur ayam pada perusahaan ibu riolok cukup bagus atau sesuai yang diharapkan konsumen.
2. Telur ayam yang diperjualkan masih bagus dan menarik perhatian konsumen.
3. Kualitas telur ayam pada perusahaan ibu riolok cukup bagus dan sesuai yang diharapkan konsumen.
4. Telur ayam memiliki daya tahan 3 minggu
5. Telur ayam pada perusahaan ibu riolok dapat bertahan lama atau tidak busuk.

c. Dimensi Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian juga diartikan sebagai proses pengambilan keputusan suatu didasari adanya kebutuhan untuk berusaha dipenuhi. Menurut Kotler & Keller (2016:183) menjelaskan sebagai berikut :

1. Pemilihan produk

Konsumen bisa mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. Dalam hal ini, perusahaan harus bisa memutuskan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif mereka pertimbangkan.

2. Pemilihan tempat penyalur

Pembeli harus mengambil keputusan penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap pembeli memiliki pertimbangan yang berbeda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap dan lain-lain.

3. Waktu pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya, ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dan dua minggu sekali, tiga minggu sekali atau bahkan sebulan sekali.

4. Jumlah pembelian

Konsumen dapat memilih berapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin bisa lebih dari satu kali. Dalam hal ini, perusahaan harus menyiapkan banyaknya produk yang sesuai dengan permintaan yang berbeda dari para pembeli.

5. Metode pembayaran

Pembeli dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan konsumen menggunakan barang dan jasa, dalam hal ini keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian.

Berdasarkan indikator keputusan pembelian diatas, maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah:

1. Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada perusahaan telur ayam ibu riolok karena kualitasnya sangat bagus.
2. Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada perusahaan telur ayam ibu riolok karena dekat dan harganya yang murah.
3. Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada perusahaan telur ayam ibu riolok setiap hari atau seminggu sekali.

4. Saya melakukan pembelian pada perusahaan telur ayam ibu riolok lebih dari satu kali.
5. Saya memutuskan melakukan pembelian pada perusahaan telur ayam ibu riolok karena menyediakan berbagai macam metode pembayaran yang mudah.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang sedang diamati. Secara spesifik semua fenomena alam ini dinamakan variabel penelitian (Sugiyono, 2012:146). Dalam penelitian ini ada 3 (tiga) instrumen yaitu:

- a. Instrumen untuk mengukur harga.
- b. Instrumen untuk mengukur kualitas produk.
- c. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian.

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang dipergunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang atau pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2012:131-132).

Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator variabel, selanjutnya penelitian ini dan skala pengukurannya dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut ini :

Tabel 3.1. Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Harga	1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 2. Daya saing harga 3. Keterjangkauan harga	1. Harga telur ayam yang diberikan perusahaan ibu riolok sesuai dengan kualitas produk. 2. Harga telur ayam pada perusahaan ibu riolok mampu bersaing dengan penjual lain. 3. Harga telur ayam pada perusahaan ibu riolok sangat terjangkau di kalangan konsumen.	Ordinal	Amstrong & Kotler (2012:452)
2.	Kualitas Produk	1. Bentuk 2. Fitur 3. Kesan kualitas 4. Ketahanan 5. Keandalan	1. Bentuk dan ukuran telur ayam pada perusahaan ibu riolok cukup bagus atau sesuai yang diharapkan konsumen. 2. Telur ayam yang diperjualkan masih bagus dan menarik perhatian konsumen. 3. Kualitas telur ayam pada perusahaan ibu riolok cukup bagus dan sesuai yang diharapkan konsumen.. 4. Telur ayam memiliki daya tahan 3 minggu 5. Telur ayam pada perusahaan ibu riolok dapat bertahan lama atau tidak busuk	Ordinal	Kotler & Keller (2016:393)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
3.	Keputusan Pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan produk 2. Pemilihan tempat penyalur 3. Waktu pembelian 4. Jumlah pembelian 5. Metode pembayaran 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada perusahaan telur ayam ibu riolok karena kualitasnya sangat bagus. 2. Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada perusahaan telur ayam ibu riolok karena dekat dan harganya yang murah. 3. Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada perusahaan telur ayam ibu riolok setiap hari atau satu minggu sekali 4. Saya melakukan pembelian pada perusahaan telur ayam ibu riolok lebih dari satu kali. 5. Saya memutuskan melakukan pembelian pada perusahaan telur ayam ibu riolok karena menyediakan berbagai macam metode pembayaran yang mudah. 	Ordinal	Kotler dan Keller, (2016:183)

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Observasi

Dalam Sugiyono (2018:145) observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik apabila dibandingkan dengan teknik lainnya, yaitu wawancara dan kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi ini digunakan apabila peneliti berkenan dengan perilaku manusia,

proses kerja, gejala-gejala alam dan apabila responden yang diamati tidak terlalu luas. Observasi yang dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung pada konsumen telur ibu riolok di desa padang.

3.7.2 Kuesioner

Kuesioner adalah teknik untuk mengumpulkan data informasi yang dilakukan dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner adalah teknik efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan mengerti apa yang diharapkan dari responden (Sugiyono, 2018:42).

Dalam pengambilan sebuah sampel pada penelitian ini, kuesioner dibagikan secara langsung kepada konsumen telur ibu riolok di desa padang.

Pengukuran data untuk variabel harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang dilakukan dengan cara memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari beberapa pertanyaan dari kuesioner tersebut. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*.

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

Berikut bentuk skala *likert* antara lain:

Tabel 3.2 Skor jawaban responden

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2014) skala *likert*

3.8 Teknik Analisis Data

Sugiyono (2012:426) dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan sudah terlihat, yaitu diarahkan untuk dapat menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal.

Sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh, maka kuesioner perlu dilakukannya uji validitas dan reliabilitas. Kemudian dilakukan analisis dan uji pengaruhnya yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda, bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari multikolinearitas (*multicollinearity*) dan heteroskedastisitas (*heteroskedasticity*).

3.8.1 Pengujian Instrumen

Sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu untuk melakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang dipergunakan untuk menjanging dan merespon. Dimana asumsi yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data yang valid dan reliabel untuk bisa melakukan pengujian hipotesis ke tahap berikutnya.

a. Pengujian Validitas

Dalam Sugiyono, (2012:455) validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

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

Keterangan:

r = Korelasi

n = Jumlah data

X = Variabel independen

Y = Variabel dependen

Analisis faktor dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Jika korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 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, 2012:178).

b. Pengujian Reliabilitas

Menurut Sudaryono (2018:322) *reliabilitas* merupakan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. *Reliabilitas* berhubungan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data maupun temuan. Suatu hasil pengukuran akan dapat dipercaya jika dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama, selama aspek yang diukur di dalam subjek memang belum pernah berubah. Suatu kuesioner bisa disebut *reliabilitas* apabila kuesioner

tersebut stabil serta dapat diandalkan sehingga dalam penggunaan kuesioner tersebut berkali-kali memberikan hasil yang sama.

Tabel 3.3 Indeks Kriteria Reliabilitas

No	<i>Interval 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 (2012:33)/ Sugiyono (2012:215)

3.8.2 Pengujian Asumsi Dasar Linier Berganda

Penelitian yang menggunakan regresi linier berganda harus memenuhi asumsi asumsi yang sudah ditetapkan, agar mampu menghasilkan nilai-nilai yang koefisien sebagai penduga yang tidak bias. Adapun asumsi-asumsi yang dimaksud sebagai berikut:

- a. Variabel tak bebas dan variabel bebas memiliki hubungan linier atau hubungan berupa garis lurus.
- b. Variabel tak bebas harus bersifat *continue* atau berskala interval.
- c. Keragaman dari selisih nilai pengamatan dan pandangan harus sama untuk semua nilai perkiraan Y. Maka $(Y - \hat{Y})$ kira-kira harus sama semua nilai Y. Apabila kondisi ini tidak terpenuhi maka disebut *heteroskedastisitas* dan residu yang dihitung dari $(Y - \hat{Y})$ harus menyebar normal dengan rata-rata nol.

- d. Pengamatan-pengamatan variabel tak bebas berikutnya harus tidak berkorelasi. Pelanggaran asumsi ini disebut *Autokorelasi* yang biasanya terjadi pada data *time series* (runtun waktu).
- e. Tidak ada korelasi yang sempurna antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas lainnya. Apabila asumsi ini dilanggar disebut *multikolinearitas*, Sanusi (2011:135).

a. Pengujian Normalitas Data

Menurut Kurniawan, (2014:156) Untuk mendeteksi normalitas data dapat juga dengan uji Kolmogorov Smirnov dilihat dari nilai residual. Dikatakan normal bila nilai yang dihasilkan atas nilai signifikansi yang ditetapkan. Kriteria uji Kolmogorov Smirnov bisa dikatakan probabilitas yaitu, sebagai berikut :

1. Jika probabilitas $\geq 0,05$ maka didistribusikan dari populasi adalah normal.
2. Jika probabilitas $< 0,05$ populasi tidak terdistribusikan secara normal.

b. Pengujian Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungannya antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Kurniawan, 2014:157).

Beberapa kriteria untuk mendeteksi multikolinieritas pada suatu model yaitu:

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

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Terdapat kesamaan model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model yang baik diperoleh jika tidak memiliki pola khusus pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji Glejser, uji Rho Spearman, uji Park atau uji White (Kurniawan, 2014:158).

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda pada dasarnya adalah perluasan dari regresi linier sederhana, yaitu dengan menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih Variabel bebas, Sanusi (2012:134).

Berikut bentuk umum persamaan, Kurniawan (2014:149) :

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

Keterangan :

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 pertama

ε = Error

a. Uji F (Uji Model)

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

1) Adapun hipotesisnya sebagai berikut :

H₀ : Tidak terdapat pengaruh harga dan kualitas produk yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk telur ayam pada konsumen ibu riolok di desa padang.

H_a : Terdapat pengaruh harga dan kualitas produk yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk telur ayam pada konsumen ibu riolok di desa padang.

2) Kriteria pengujian

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

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

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk menentukan ada tidaknya pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1 X_2) terhadap variabel dependen (Y) baik secara parsial atau simultan.

a. Uji T (Uji Parsial)

Uji T digunakan untuk menunjukkan apakah variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Ada dua hipotesis yang diajukan oleh setiap peneliti yaitu hipotesis H_0 dan alternatif H_a . Hipotesis nol dianggap bisa dianggap sampai benar ketika bisa dibuktikan salah berdasarkan data sampel yang ada. Sementara itu hipotesis alternatif ini harus benar ketika hipotesis nol terbukti salah (Widarjono, 2015:22).

Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

a. Hipotesis Pertama

H₀: Tidak terdapat pengaruh harga secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk telur ayam pada konsumen ibu riolok di desa padang.

H_a: Terdapat pengaruh harga secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk telur ayam pada konsumen ibu riolok di desa padang.

b. Hipotesis Kedua

H₀: Tidak terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk telur ayam pada konsumen ibu riolok di desa padang.

H_a: Terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk telur ayam pada konsumen ibu riolok di desa padang.

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

3) Menentukan kriteria pengujian :

Jika $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H₀ ditolak dan H_a diterima

Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H₀ diterima dan H_a ditolak

3.8.5 Koefisien Determinasi (R²)

Menurut Widarjono (2015:17-18) Koefisien determinasi (R²) diartikan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisis regresi, hal ini juga ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R²) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Jika koefisien determinasi nol maka variabel independen tidak berpengaruh sama sekali terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila

koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi juga sering disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir mirip dengan koefisien r^2 . R juga hampir serupa dengan r, tetapi keduanya berbeda dalam fungsi (kecuali regresi linier berganda) atau determinasi pada regresi linier berganda adalah dengan menggunakan nilai R- square (Sanusi, 2012:136). Koefisien determinasi (R^2) dalam penelitiannya ini digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel independen, yaitu harga pada variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

