

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan hubungan asosiatif yang bersifat kausal. Menurut Sugiyono (2015) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang bertujuan menganalisis dan mengkaji terkait populasi dan sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab-akibat. Jadi, di dalam penelitian ini terdapat variabel independen (Variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (Variabel yang dipengaruhi).

3.2. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen yang digunakan berupa harga dan kualitas produk terhadap variabel dependen, yakni keputusan pembelian produk kripik singkong pada *home industry* kripik singkong Desa Kunir Kabupaten Lumajang. Pada penelitian ini objek yang dipilih adalah konsumen produk kripik singkong pada *home industry* kripik singkong Desa Kunir Kabupaten Lumajang. Alasan peneliti melakukan penelitian pada konsumen produk kripik singkong pada *home industry* kripik singkong Desa Kunir Kabupaten Lumajang adalah untuk mengetahui

seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk sebagai variabel independen terhadap variabel dependen, yakni keputusan pembelian.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah menggunakan jenis data primer dan data sekunder. Data primer menurut Sugiyono (2018 : 456) yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Peneliti menggunakan hasil data primer yang diperoleh dari pengisian kuisioner oleh responden, yaitu konsumen produk kripik singkong pada *home industry* kripik singkong Desa Kunir Kabupaten Lumajang. Kuisioner ini berisi tentang penilaian keputusan pembelian melalui harga dan kualitas produk pada *home industry* kripik singkong Desa Kunir Kabupaten Lumajang.

Data sekunder menurut Sugiyono (2018 : 456) yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah dari media internet, literatur, hasil penelitian terdahulu serta laporan yang berkaitan dengan penelitian tentang keputusan pembelian yang dinilai melalui harga dan kualitas produk.

3.3.2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu data internal dan data eksternal. Menurut Kurniawan & Puspitaningtyas (2016 : 78) data internal berasal dari instansi lembaga tersebut, sedangkan data eksternal berasal dari luar instansi

tersebut. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data internal dan eksternal dimana data internal diperoleh dari profil *home industry* kripik singkong Desa Kunir Kabupaten Lumajang, sedangkan data eksternal diperoleh dari konsumen produk kripik singkong pada *home industry* kripik singkong Desa Kunir Kabupaten Lumajang.

3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2017 : 80) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang dapat ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk kripik singkong pada *home industry* kripik singkong Desa Kunir Kabupaten Lumajang yang berjumlah 125 konsumen selama bulan Januari-Maret 2023.

3.4.2. Sampel

Sampel bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi Sugiyono (2017 : 81). Menurut Sugiyono (2015 : 164) metode penentuan sampel yang dikembangkan oleh *roscoe* dalam buku *Research Methode For Business* adalah sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30-300.
2. Bila sampel dibagi dalam beberapa katagori, maka jumlah anggota sampel setiap kategori adalah minimal 30.
3. Bila dilakuakn menggunakan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 pada setiap variabel

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

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen produk kripik singkong pada *home industry* kripik singkong Desa Kunir Kabupaten Lumajang yang mana setiap variabel penelitian mengambil sebanyak 20 sampel konsumen, maka sampel yang diambil oleh peneliti adalah 3 variabel (2 Independen + 1 dependen) $\times 20$ sampel = 60 responden.

Jadi, diperoleh jumlah ukuran sampel sebanyak 60 dari jumlah konsumen produk kripik singkong pada *home industry* kripik singkong Desa Kunir Kabupaten Lumajang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian adalah berdasarkan pada populasi yang ada, yaitu dengan menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *incidental sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel Sugiyono (2017 : 84). Metode *incidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yang mana siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data Sugiyono (2017 : 85).

Penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel yaitu konsumen produk kripik singkong pada *home industry* kripik singkong Desa

Kunir Kabupaten Lumajang. Dengan teknik sampling tersebut, maka dalam penelitian ini ditetapkan 60 responden sebagai sampel.

3.5. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Konseptual

3.5.1. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, organisasi, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian dalam penelitian ini menjelaskan mengenai variabel independen dan variabel dependen. Adapun variabel dalam penelitian ini, yaitu:

a. Variabel Independen

Variabel independen menurut Kurniawan & Puspitaningtyas (2016 : 43) adalah variabel yang mempengaruhi. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah harga dan kualitas produk.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen menurut Kurniawan & Puspitaningtyas (2016 : 43) adalah variabel yang dipengaruhi. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian.

3.5.2. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah definisi yang menjelaskan konsep yang ada dengan menggunakan pemahaman peneliti secara singkat, jelas, dan tegas. Teori-teori yang mendasari konsep harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ini adalah literatur yang berhubungan dengan keempat variabel penelitian tersebut.

a. Harga (X_1)

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli diatas mengenai pengertian harga dapat disimpulkan bahwa harga adalah bauran pemasaran dalam jumlah uang yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli.

b. Kualitas Produk

Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk yang berkaitan dengan kebutuhan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualbelikan sesuai dengan harapan dari pelanggan.

c. Keputusan Pembelian

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah proses kegiatan yang dilakukan oleh konsumen dalam memilih suatu produk dan mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

3.5.3. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah pengembangan variabel dengan beberapa indikator yang digunakan sebagai dasar pengukuran sebuah penelitian. Indikator dapat dibentuk dari landasan teori maupun dari hasil penelitian terdahulu. Definisi operasional dalam penelitian ini, yaitu:

a. Harga (X_1)

Harga merupakan tolak ukur atau dasar penting pada penjualan atas keputusan pembelian konsumen, maka dari itu terdapat beberapa indikator dalam penentu pembelian konsumen atas harga. Menurut Tjiptono (2017 : 290) indikator harga mencakup:

- 1) Keterjangkauan harga, harga tertulis produk yang harus dibayar oleh pelanggan.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, konsumen mempertimbangkan harga yang tercantum pada sebuah produk.
- 3) Daya saing harga, penawaran harga yang bersaing untuk satu jenis produk yang sama.
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat, penetapan harga yang dilakukan sesuai dengan manfaat.

Berdasarkan indikator tentang kebutuhan mencari kualitas produk dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Harga kripik singkong terjangkau.
- 2) Harga kripik singkong sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan.
- 3) Harga kripik singkong lebih murah dibandingkan pesaing.
- 4) Kripik singkong memiliki manfaat yang sama dengan produk pesaing yang harganya lebih mahal.

b. Kualitas Produk (X₂)

Kualitas suatu produk dapat dikatakan baik apabila dapat menjalankan fungsinya, maka dari itu terdapat beberapa indikator dalam penentu pembelian konsumen atas kualitas produk. Menurut Garvin dalam Tjiptono (2017 : 25) indikator kualitas produk adalah sebagai berikut :

- 1) Kinerja (*Performance*), karakteristik operasi pokok dari produk inti (*coreproduct*) yang dibeli.

- 2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*), karakteristik sekunder atau pelengkap.
- 3) Keandalan (*Reliability*), kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specifications*), sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- 5) Daya tahan (*Durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- 6) *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- 7) Estetika, daya tarik produk terhadap panca indera.
- 8) Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived quality*), citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Berdasarkan indikator tentang kebutuhan mencari kualitas produk dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Produk kripik singkong disesuaikan berdasarkan cita rasa dan kebutuhan konsumen.
- 2) Produk kripik singkong memenuhi kebutuhan akan manfaat dan gizi.
- 3) Kemasan produk mampu menjaga cita rasa, bentuk, kehygienisan, serta gizi yang terkandung dalam kripik singkong
- 4) Komposisi bahan yang tertera dalam kemasan sesuai dengan bahan yang

digunakan.

- 5) Waktu kadaluwarsa cukup lama.
- 6) Tersedianya produk pengganti apabila produk yang diterima konsumen cacat atau rusak.
- 7) Kripik singkong diproduksi dengan kemasan yang menarik.
- 8) Kripik singkong Desa Kunir memiliki reputasi nama atau merek yang baik di kalangan konsumen.

c. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah hasil akhir dari konsumen untuk memutuskan membeli atau tidak, maka dari itu terdapat beberapa indikator dalam penentu pembelian konsumen atas keputusan pembelian. Terdapat tiga indikator dalam menentukan keputusan pembelian menurut Adirama dalam Woy, *et al.* (2014 : 1487), yaitu:

- 1) Pengenalan kebutuhan, dapat digerakkan oleh rangsangan dari dalam pembeli atau dari luar.
- 2) Pencarian informasi, mempertimbangkan apa barang yang betul-betul diperlukan, berapa banyak uang tersedia, apakah sudah memiliki pengetahuan tentang barang yang akan dibeli, dan berapa banyak informasi yang diperoleh tentang barang tersebut dan sebagainya.
- 3) Evaluasi alternatif, barang dari merek mana yang lebih baik, bagaimana kekuatan, keuntungan, manfaatnya dan sebagainya, jika perlu minta pertimbangan keluarga atau tempat yang diinginkan.
- 4) Keputusan membeli, keputusan membeli atau tidak membeli.

5) Perilaku pasca membeli, timbul semacam perilaku lain pada individu.

Berdasarkan indikator tentang kebutuhan mencari kualitas produk dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Membeli kripik singkong karena keinginan dan kebutuhan.
- 2) Mencari informasi sebelum melakukan pembelian kripik singkong.
- 3) Menilai dan membandingkan sebelum melakukan pembelian pada kripik singkong.
- 4) Memutuskan melakukan pembelian pada kripik singkong.
- 5) Melakukan pembelian kripik singkong lebih dari satu kali.

3.6. Instrumen Penelitian

Instrumen merupakan alat yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data, sehingga mudah untuk diolah nantinya. Dalam penelitian ini, instrumen penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1. Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Harga (X_1)	1) Keterjangkauan harga	1) Harga kripik singkong terjangkau	Ordinal	Tjiptono (2017 : 290)
		2) Kesesuaian harga dengan kualitas	2) Harga kripik singkong sesuai dengan kualitas		
		3) Daya saing harga	3) Harga kripik singkong lebih murah dibandingkan pesaing		
		4) Kesesuaian harga dengan manfaat	4) Kripik singkong memiliki manfaat yang		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			sama dengan produk pesaing yang harganya lebih mahal		
2.	Kualitas Produk (X_2)	1) Kinerja (<i>Performance</i>)	1) Produk kripik singkong disesuaikan berdasarkan cita rasa dan kebutuhan konsumen	Ordinal	Garvin dalam Tjiptono (2017 : 25)
		2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (<i>Features</i>)	2) Produk kripik singkong memenuhi kebutuhan akan manfaat dan gizi		
		3) Keandalan (<i>Reliability</i>)	3) Kemasan produk mampu menjaga cita rasa, bentuk, ke higienisan, dan gizi yang terkandung dalam kripik singkong		
		4) Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance to specifications</i>)	4) Komposisi bahan yang tertera dalam kemasan sesuai dengan bahan yang digunakan		
		5) Daya tahan (<i>Durability</i>)	5) Waktu kadaluarsa cukup lama		
		6) <i>Serviceability</i>	6) Tersedianya produk pengganti apabila produk yang diterima cacat atau rusak		
		7) Estetika	7) Kripik singkong diproduksi dengan kemasan yang menarik		
		8) Kualitas yang dipersepsikan (<i>Perceived quality</i>)	8) Kripik singkong Desa Kunir memiliki reputasi nama atau merek yang		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			baik di kalangan konsumen		
3.	Keputusan Pembelian (Y)	1) Pengenalan kebutuhan	1) Membeli kripik singkong karena keinginan dan kebutuhan	Ordinal	Adirama dalam Woy, <i>et al.</i> (2014 : 1487)
		2) Pencarian informasi	2) Mencari informasi sebelum melakukan pembelian kripik singkong		
		3) Evaluasi alternatif	3) Menilai dan membandingkan sebelum melakukan pembelian pada kripik singkong		
		4) Keputusan membeli	4) Memutuskan melakukan pembelian pada kripik singkong		
		5) Perilaku membeli	5) Melakukan pembelian kripik singkong lebih dari satu kali		

3.7. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan pengumpulan data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, kuesioner, dan studi pustaka.

3.7.1. Observasi

Metode pengumpulan data observasi adalah metode dengan pengamatan berbagai fenomena yang terjadi (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016 : 81). Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap responden produk kripik singkong dengan mengamati kualitas produk dan harga pada *home industry* kripik singkong Desa Kunir Kabupaten Lumajang.

3.7.2. Kuesioner

Metode pengumpulan data kuesioner adalah metode pengumpulan data secara tidak langsung. Pada penelitian ini, kuesioner yang digunakan menggunakan skala *likert* yang merupakan cara mengukur sikap, argumen, atau persepsi seseorang atau organisasi terhadap suatu objek (Sugiyono, 2015 : 168-169). Skala *likert* tersebut adalah :

- | | |
|--|---|
| a. Sangat setuju/selalu/sangat | 5 |
| b. Setuju/sering | 4 |
| c. Ragu-ragu/netral | 3 |
| d. Tidak setuju/hampir tidak pernah | 2 |
| e. Sangat tidak setuju/sangat tidak pernah | 1 |

Penyebaran kuesioner kepada konsumen produk kripik singkong pada *home industry* kripik singkong Desa Kunir Kabupaten Lumajang yang menggunakan skala *likert* yang dapat dibuat dalam bentuk *checklist*. Tujuannya adalah untuk mendapatkan data akurat dari responden melalui kuesioner yang telah dilakukan untuk menilai keputusan pembelian melalui harga dan kualitas produk pada *home industry* kripik singkong Desa Kunir Kabupaten Lumajang.

3.8. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah seluruh responden atau sumber data lain yang terkumpul (Sugiyono, 2015 : 238). Kegiatan pada analisis data, yaitu mengelompokkan data yang berdasarkan variabel dan jenis responden; mentabulasi data yang mendasari variabel dari keseluruhan responden; menyajikan data variabel yang diteliti; melakukan perhitungan pada menjawab

rumusan persoalan; dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Berdasarkan kesesuaian dengan hipotesis dan tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi berganda dan uji alat statistik SPSS dalam mengetahui variabel independen terhadap variabel dependen. Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, dilakukan kuesioner untuk pengujian validitas serta reliabilitas yang selanjutnya akan dilakukan analisis serta uji dampak memakai asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data wajib berkontribusi normal, terbebas dari multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

3.8.1. Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangkau data responden dimana asumsi dasar harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahapan berikutnya.

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji untuk mengetahui keabsahan atau ketepatan item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016 : 97). Uji validitas dilakukan dengan cara mengorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas, maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Jika korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2015 : 173).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk mengetahui kehandalan suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016 : 97). Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (Skala pengukuran). Nugroho dalam Affandi, *et al.* (2019 : 133) mengemukakan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien *cronbach alpha*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel berikut :

Tabel 3.2. Indeks Kriteria Reliabilitas

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

Sumber : Nugroho dalam Affandi, *et al.* (2019 : 133)

Berdasarkan tabel 3.2. di atas dapat diketahui bahwa suatu *construct* dikatakan reliabel jika memiliki *cronbach alpha* >0,60 dan jika hasil <0,60, maka suatu *construct* dikatakan tidak reliabel.

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independen, dependen, atau bahkan keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau sama sekali tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal *p plot*, *skewness* dan kurtosis atau uji *kolmogorov smirnov* (Umar dalam Fauzi, 2021:45). Pada penelitian ini untuk mendeteksi normalitas data digunakan metode

grafik, yakni uji normal *p plot*. Apabila titik-titik tersebar di sekitar garis serta mengikuti garis diagonal, maka nilai residual dinyatakan normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinieritas antar variabel bebas. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan mengacu pada *Variance Inflation Factor* (VIF) dimana jika nilai <10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 (Kurniawan, 2014:157).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mencari tahu apakah terjadi ketidaksamaan variasi residual suatu pengamatan ke pengamatan lain dalam sebuah model regresi. Salah satu metode yang dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, yakni dengan menggunakan metode grafik *scatterplots* dengan kriteria sebagai berikut:

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

3.8.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan suatu keadaan (Naik turunnya) variabel dependen (Kriterium). Jadi, dapat dikatakan bahwa analisis regresi adalah analisis prediksi yang nilai prediksinya tidak selalu tepat

dengan nilai rillnya. Semakin kecil tingkat penyimpangan antara nilai prediksi dengan nilai rillnya, maka akan semakin tepat persamaan regresi yang terbentuk (Purnomo, 2019). Berikut bentuk umum persamaan regresi linier berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \dots + \beta_n \cdot X_n + e$$

Keterangan :

Y	= Variabel dependen
α	= Koefisien konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien regresi variabel independen
X_1	= Variabel independen pertama
X_2	= Variabel independen kedua
X_n	= Variabel independen seterusnya
e	= Eror

Sehingga rumus regresi linier berganda dalam penelitian sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + e$$

Dimana :

Y	= Variabel terikat (Keputusan pembelian)
α	= Koefisien konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien regresi variabel independen
X_1	= Variabel bebas pertama (Harga)
X_2	= Variabel bebas kedua (Kualitas produk)
e	= Eror

Analisis regresi linier berganda dapat mengetahui variabel mana diantara variabel bebas (Independen), yakni harga dan kualitas produk yang memiliki pengaruh pada variabel terikat (Dependen), yakni keputusan pembelian.

3.8.4. Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen (Harga dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (Keputusan pembelian) pada *home industry* kripik singkong Desa Kunir Kabupaten Lumajang.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t merupakan skala pengujian yang digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Adapun langkah-langkah yang digunakan untuk menguji hipotesis antara lain sebagai berikut (Siregar, 2015):

1) Merumuskan hipotesis

H_0 : Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk kripik singkong pada *home industry* kripik singkong Desa Kunir Kabupaten Lumajang

H_a : Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk kripik singkong pada *home industry* kripik singkong Desa Kunir Kabupaten Lumajang

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

3) Menentukan kriteria pengujian :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis diterima

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

4) Menentukan nilai t_{hitung} rumus :

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

5) Menentukan nilai t_{tabel} :

Nilai t_{tabel} dapat dicari dengan menggunakan tabel *t-Student*. Bila pengujian

dua sisi, maka nilai α dibagi 2. Rumus $t_{tabel} = t_{(\alpha/2)(n-2)}$

6) Membuat kesimpulan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} untuk mengetahui tingkat signifikan

3.8.5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali dalam Listyawati, 2017). Koefisien determinasi (R^2) yang digunakan adalah *R Square* yang dinyatakan dalam bentuk presentase (%) dengan nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara 0 dan 1. Model yang baik menghasilkan nilai R^2 yang tinggi diatas 80%.

Model *R Square* pada penelitian ini digunakan untuk mencari seberapa besar pengaruh variabel independen, yaitu harga dan kualitas produk terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pembelian produk kripik singkong pada *home industry* kripik singkong Desa Kunir Kabupaten Lumajang.