

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian metode kuantitatif dalam mencari asosiatif untuk menguji teori-teori yang berkaitan dengan evaluasi terhadap variabel penelitian dengan menggunakan metode statistik dan menemukan hubungan antara variabel-variabel tersebut. Metode Kuantitatif merupakan suatu metode yang berdasarkan filsafat positivisme yang digunakan dalam meneliti populasi atau sampel yang dibutuhkan, dalam pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif yang bertujuan sebagai penguji hipotesis yang sudah ditetapkan (Sugiyono,2015: 35). Hubungan kausal digunakan untuk menemukan hubungan sebab akibat guna menentukan pengaruh variabel independen dan variabel dependen, sedangkan hubungan asosiatif menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. jadi dalam penelitian ini ada dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono,2015).

Untuk menganalisis variabel independen yaitu harga dan kualitas produk terdapat variabel dependen yaitu keputusan pembelian, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis asosiatif.

Dengan teknik ini dapat dilakukan uji hipotesis untuk memastikan ada atau tidaknya pengaruh parsial dan uji kelayakan model antara harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y).

3.2 Objek Penelitian

variabel dalam penelitian adalah variabel independen berupa harga dan kualitas produk terhadap variabel dependen keputusan pembelian yaitu keputusan pembelian pada sepatu sneakers merek Ventela di Kabupaten Lumajang.

variabel dalam penelitian ini adalah harga dan kualitas produk sepatu sneakers merek Ventela terhadap keputusan pembelian di kabupaten Lumajang. Alasan peneliti melakukan penelitian pada konsumen sepatu sneakers merek Ventela di Kabupaten Lumajang untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk dari variabel independen terhadap dependen yaitu keputusan pembelian.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang didapatkan dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data asli, sedangkan data sekunder merupakan data yang sudah dikumpulkan oleh lembaga pengumpulan data dan dipublikasikan kepada masyarakat (Sugiyono,2018).

Penelitian ini menggunakan jenis data primer dan data sekunder. Dimana data primer didapatkan dengan hasil pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden yaitu pada konsumen sepatu sneakers merek Ventela di Kabupaten Lumajang. Isi dari kuesioner tersebut membahas tentang penilaian keputusan pembelian melalui harga dan kualitas produk sepatu sneakers merek Ventela di Kabupaten Lumajang. Sedangkan data sekunder didapatkan dari hasil penelitian

terdahulu maupun laporan yang berhubungan dengan penelitian tentang keputusan pembelian yang dinilai melalui harga dan kualitas produk

3.3.2 Sumber Data

Sumber data penelitian ini menggunakan dua sumber yaitu data internal dan eksternal. Data internal adalah data yang bersumber dari dalam organisasi tersebut, sedangkan data eksternal data yang bersumber dari luar organisasi (Sugiyono,2018). Sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data internal dan eksternal, dimana data internal diperoleh dari informasi data books sedangkan data eksternal diperoleh dari informasi konsumen sepatu sneakers merek Ventela di Kabupaten Lumajang.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan kelompok dari beberapa wilayah, terdiri dari objek dengan jumlah dan karakteristik tertentu atau subjek yang kemudian diputuskan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2018:135). Populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen sepatu sneakers merek Ventela di Kabupaten Lumajang.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sample merupakan subset dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini dipilih karena dalam banyak kasus tidak mungkin bagi peneliti untuk mempelajari seluruh populasi (Sugiyono, 2018:136). Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *Probability Sampling* yaitu cara yang digunakan dalam pengambilan sampel yang memberi peluang maupun

kesempatan yang sama pada setiap unsur atau anggota dalam populasi yang dipilih menjadi sampel dengan teknik *purposive sampling* (Sugiyono,2018:141). Menurut Sugiyono (2018:144) *purposive sampling* adalah teknik yang akan menjadi penentu sampel dengan beberapa macam pertimbangan tertentu. Adapun karakteristik responden yang cocok sebagai sumber data yaitu:

- a. Konsumen yang pernah memakai sepatu sneakers merek Ventela.
- b. Konsumen yang berusia mulai dari 17 – 30 tahun

metode yang dipilih untuk menentukan ukuran sampel yaitu roscoe, teknik yang dikembangkan (Roscoe,1982 dalam Sugiyono 2018) sebagai berikut.

- a. Ukuran sampel yang memadai dalam penelitian adalah 30 sampai 500.
- b. Apabila sampel dibagi dalam kelompok misalnya pria-wanita, pegawai negeri maupun swasta dan lain sebagainya.
- c. Apabila dalam penelitian akan melaksanakan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel $10 \times 5 = 50$.
- d. Untuk melakukan penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Analisis dalam penelitian ini adalah *multivariate* yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 2 variabel independen dan 1 variabel dependen maka dari itu ukuran sampel diambil $20 \times 3 = 60$ responden.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan nilai dari objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan berikutnya ditarik kesimpulan (Sugiyono,2018). Dalam penelitian ini ada 2 variabel diantaranya.

- a. Variabel independen yang dikenal dengan variabel bebas. Variabel independen adalah variabel yang berpengaruh dengan variabel dependen baik pengaruh negatif atau positif yang kemudian akan menjelaskan masalah yang terpecahkan dalam suatu penelitian (Sugiyono,2018). Adapun penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah sebagai berikut:
 - 1) Harga (X1)
 - 2) Kualitas Produk (X2)
- b. Variabel dependen biasa dikenal dengan variabel terikat. Variabel dependen adalah variabel yang menjadi prioritas yang utama dalam penelitian tercermin dari variabel dependen yang diterapkan (Sugiyono,2018). Adapun penelitian ini yang menjadi variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

a. Harga

Menurut Kotler dan Keller (2009:345) Harga merupakan jumlah uang atau nilai yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan yang ditukarkan pelanggan karena memiliki atau menggunakan produk atau layanan tersebut (dalam Mongisidi *et al.*, 2019). Berdasarkan Tjiptono & Diana harga merupakan

satuan moneter yang berperan sebagai alat tukar untuk memperoleh hak untuk memiliki dan menggunakan barang atau jasa (dalam Utami *et al.*, 2019).

b. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong 2016:273), bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pembelian dengan meningkatkan atau memberikan kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas produk adalah keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa terhadap harapan konsumen (dalam Dicki Agusani, 2020). Kualitas produk yang kuat dan sesuai dengan harapan konsumen akan menarik konsumen untuk memakainya dalam penentu pemilihan keputusan pembelian. Kualitas produk yang positif yang dikembangkan perusahaan, maka akan mempengaruhi calon pembeli untuk memilih produk tersebut (Marpaung *et al.*, 2021).

c. Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian adalah serangkaian proses yang dilalui konsumen saat memutuskan tindakan pembelian (Kotler 2002, dalam Supangkat & Supriyatin, 2017). Menurut Kotler & Keller (2009:188) keputusan pembelian merupakan preferensi konsumen tentang produk dan merek yang akan dipilih dan niat konsumen untuk membeli produk yang diinginkan (Marsella *et al.*, 2020).

3.5.3 Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu karakter atau nilai suatu objek yang memiliki variasi tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipahami dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2015:38).

a. Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:31) dalam (Septiani & Prambudi, 2021) bahwa indikator harga terdapat empat dimensi yang menggambarkan harga yaitu:

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Harga setara dengan kapasitas atau persaingan harga
- 3) Kesetaraan harga dengan kualitas produk
- 4) Keterjangkauan sesuai manfaat

Berdasarkan indikator mengenai harga diatas, maka disusun pernyataan yang sesuai dengan pengukuran skala *likert* , antara lain sebagai berikut:

- 1) Harga produk sepatu sneakers merek Ventela kisaran harga Rp. 200.000 – 400.000.
- 2) Produk sepatu sneakers merek Ventela memiliki harga yang mampu bersaing dengan brand lokal lainnya.
- 3) Harga sepatu sneakers merek Ventela sesuai dengan kualitas produk yang diterima konsumen.
- 4) Produk sepatu sneakers merek Ventela bermanfaat untuk aktivitas baik formal maupun nonformal.

b. Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2008:25) (dalam Amrullah & Pamasang S Siburian, 2016) menjelaskan bahwa kualitas produk dapat diukur melalui beberapa indikator yaitu:

- 1) Kinerja (*Performance*), berkaitan pada karakteristik kinerja dasar produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dapat terpenuhi.

- 2) Ketahanan (*Durability*) berkaitan dengan berapa lama waktu suatu produk bisa digunakan.
- 3) Keandalan (*Reliabilitas*), berkaitan pada probabilitas bahwa suatu barang akan berhasil dalam menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam jangka waktu tertentu maupun dalam kondisi tertentu.
- 4) Estetika (*Aesthetics*), berkaitan dengan bagaimana penampilan produk
Seperti: desain memiliki *aesthetics*
- 5) Kesan kualitas (*Perceived quality*, hasil pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung, karena konsumen mungkin tidak mengerti atau kurang informasi tentang produk yang dimaksud.

Berdasarkan indikator mengenai kualitas produk diatas, maka disusun pernyataan yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Produk sepatu sneakers merek Ventela merupakan brand lokal yang berkualitas
- 2) Ketahanan produk sepatu sneakers merek Ventela bertahan dalam waktu 2 tahun
- 3) Produk sepatu sneakers merek Ventela dapat bertahan pada situasi tertentu
- 4) Desain sepatu sneakers merek produk Ventela relatif *aesthetics*
- 5) Model sepatu sneakers merek Ventela dapat dipadukan dengan segala outfit

c. Keputusan Pembelian

Menurut Basu Swastha dan Hani Handoko (2000) bahwa indikator keputusan pembelian (dalam Priansa, 2017) meliputi:

1) Keputusan terhadap jenis produk

Konsumen dalam mengambil suatu keputusan pembelian produk, maka perusahaan harus memfokuskan kepada orang-orang yang ingin membeli produk dan mempertimbangkan pilihan mereka.

2) Keputusan terhadap bentuk produk

Bentuk produk menjadi salah satu pengambilan keputusan pembelian tersebut meliputi, ukuran, mutu, suara, corak dan sebagainya. dalam hal ini seharusnya perusahaan harus melakukan riset pemasaran untuk mengetahui kesukaan konsumen terhadap produk yang bersangkutan supaya bisa memaksimalkan daya tarik merknya.

3) Keputusan terhadap merek

Konsumen dalam mengambil keputusan pembelian harus dapat menentukan merek mana yang akan dibeli. Setiap merek mempunyai perbedaan tersendiri, maka dari itu perusahaan harus mengetahui cara bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

4) Keputusan terhadap penjualan

Konsumen dalam mengambil sebuah keputusan pembelian produk harus dapat mengetahui dimana produk akan dibeli. Sebagai produsen, pedagang besar, dan pengecer harus memahami bagaimana konsumen memilih penjual.

5) Keputusan terhadap jumlah produk

Konsumen dalam mengambil sebuah keputusan pembelian harus mengetahui seberapa banyak produk yang akan dibeli dikemudian hari. Pembelian dapat

dilakukan beberapa kali, dengan hal ini perusahaan harus menyediakan banyaknya produk dengan sesuai keinginan yang berbeda-beda dari pembeli.

6) Keputusan terhadap waktu pembelian

Konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dapat menentukan kapan mereka akan melakukan pembelian. Hal ini berhubungan dengan tersedianya uang agar dapat membeli sebuah produk. maka dari itu perusahaan harus memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan perusahaan dapat mengatur waktu produksi dan aktivitas pemasaran.

7) Keputusan terhadap waktu pembayaran

Konsumen dapat menentukan metode pembayaran produk yang dibeli, dengan menggunakan uang tunai atau kredit. Keputusan ini dapat mempengaruhi penjualan dan jumlah pembelian. Dalam hal ini Perusahaan harus memahami keinginan terhadap cara pembayaran yang dilakukan konsumen.

Berdasarkan indikator mengenai keputusan pembelian diatas, maka disusun pernyataan yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Membeli produk sepatu sneakers merek Ventela sesuai kebutuhan
- 2) Desain menjadi acuan dalam membeli suatu produk
- 3) Mempertimbangkan model pada pembelian produk sepatu sneakers merek Ventela
- 4) Menentukan perbedaan antar toko offline maupun online dalam membeli sepatu sneakers merek Ventela
- 5) Membeli produk Ventela lebih dari 1x pada saat diskon
- 6) Membeli produk sepatu sneakers merek Ventela pada waktu tertentu

7) Menggunakan sistem pembayaran tunai atau nontunai

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut (Sugiyono,2018:156) instrumen penelitian adalah alat ukur pengetahuan untuk mengukur fenomena yang diteliti, atau disebut skala. Skala ukur adalah alat ukur data yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang dari interval yang terdapat pada suatu alat ukur untuk mendapatkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dibawah ini adalah skala ordinal, dimana skala ordinal adalah skala yang menampilkan data dari urutan tertentu.

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1	Harga	1 Keterjangkauan harga	1 Harga Produk Sneakers Merek Ventela Kisaran Harga Rp. 200.000 – 400.000	Ordinal	Kotler dan Armstrong (2012:31) dalam (Septiani & Prambudi, 2021)
		2 Harga setara kapasitas atau persaingan harga	2 Produk sepatu sneakers merek Ventela		
		3 Kesetaraan harga dengan kualitas produk	memiliki harga yang mampu bersaing dengan brand lokal lainnya.		
		4 Keterjangkauan sesuai manfaat	3 Harga sepatu sneakers merek Ventela sesuai dengan kualitas produk yang diterima konsumen		
			4 Produk sepatu sneakers merek Ventela bermanfaat untuk aktivitas baik formal maupun nonformal		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
2	Kualitas Produk	1 Kinerja (<i>Performance</i>)	1 Produk sepatu sneakers merek Ventela merupakan brand lokal yang berkualitas	Ordinal	Menurut Tjiptono (2008:25) (dalam Amrullah & Pamasang S Siburian, 2016)
		2 Ketahanan (<i>Durability</i>)	2 Ketahanan produk sepatu sneakers merek Ventela bertahan dalam waktu 2 tahun		
		3 Keandalan (<i>Reliabilitas</i>)	3 Produk sepatu sneakers merek Ventela dapat bertahan pada situasi tertentu		
		4 Estetika (<i>Aesthetics</i>)	4 Desain sepatu sneakers merek produk Ventela relatif <i>aesthetics</i>		
		5 Kesan kualitas (<i>Perceived quality</i>)	5 Model sepatu sneakers merek Ventela dapat di padukan dengan segala outfit		
3	Keputusan Pembelian	1 Keputusan terhadap jenis produk	1 Membeli produk sepatu sneakers merek Ventela sesuai kebutuhan	Ordinal	Basu Swastha dan Hani Handoko (2000) dalam Priansa, (2017)
		2 Keputusan terhadap bentuk	2 Desain menjadi acuan dalam membeli suatu produk		
		3 Keputusan terhadap merek	3 Mempertimbangkan model pada pembelian produk sepatu sneakers merek Ventela		
		4 Keputusan Terhadap Penjualan	4 Menentukan perbedaan antar toko offline maupun online dalam membeli sepatu sneakers merek Ventela		
		5 Keputusan terhadap jumlah produk	5 Membeli produk Ventela lebih dari 1x pada saat diskon		
		6 Keputusan terhadap waktu pembelian	6 Membeli produk sepatu sneakers merek Ventela pada waktu tertentu		
		7 Keputusan terhadap waktu pembayaran	7 Menggunakan sistem pembayaran tunai atau nontunai		

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi pertanyaan tertulis yang akan diberikan kepada responden untuk diisi (Sugiyono,2015). Teknik dalam penelitian ini menggunakan skala likert untuk mengukur sikap,pendapat, dan sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Bentuk dari skala likertnya yakni:

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

Penyebaran kuesioner terhadap konsumen sepatu sneakers merek Ventela di Kabupaten Lumajang menggunakan skala *likert* yang dibuat dalam bentuk *checklist* maupun pilihan ganda. Peneliti mengharapkan data yang akurat dari responden melalui kuesioner yang digunakan untuk menilai keputusan pembelian melalui harga dan kualitas produk pada sneakers merek Ventela di Kabupaten Lumajang.

3.7.2 Studi Pustaka

Studi pustaka yang dijadikan acuan dasar pada penelitian ini adalah dengan membaca literatur ataupun buku-buku yang berhubungan dengan sebuah masalah pada penelitian ini. Adapun literature ataupun buku-buku yang dibaca dari

beberapa teori yang telah dikemukakan oleh para ahli yang diperoleh melalui buku maupun jurnal.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan setelah mendapatkan data dari responden atau sumber lain. Mengelompokkan data Berdasarkan variabel dan jenis responden maupun melakukan perhitungan untuk uji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono,2015).

Sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh, maka harus dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner. Selanjutnya analisis dan pengujian efek dilakukan supaya data yang didapat terjaga dan akurat. Berikut ini uji dan analisis data yang digunakan yakni:

3.8.1 Uji Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner, dimana asumsi data harus valid dan reliabel supaya dapat melaksanakan pengujian hipotesis selanjutnya.

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan derajat akurasi antara data sebenarnya yang terjadi pada objek penelitian dengan data dilakukan oleh peneliti. Dalam hal ini data yang valid merupakan data yang tidak berbeda dengan data peneliti dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono,2015).

Analisis faktor dilakukan dengan cara menghubungkan jumlah skor dari faktor dengan skor total. Jika korelasi semua faktor ini positif dan besarnya 0,3 keatas, maka faktor merupakan konstruk yang kuat. Dalam penelitian ini korelasi

antara skor item dengan skor total kurang dari 0,3, maka item instrumen akan tidak valid. (Sugiyono,2015).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tentang konsistensi dan stabilitas atau pengamatan. Dalam pandangan positif, data diakui dapat diandalkan ketika dua atau lebih peneliti menghasilkan data yang sama pada waktu yang berbeda, atau kelompok data yang dibagi menjadi dua bagian menunjukkan data yang tidak berbeda satu sama lain. Karena informasi yang reliabel atau konsisten umumnya valid tetapi belum tentu valid (Sugiyono,2015).

Uji Reliabilitas dapat dilaksanakan dengan melihat koefisien Alpha Cronbach. Kriteria reliabilitas dapat dibedakan dalam tabel 3.1 sebagai berikut Indrawan & Yaniawati (2014:56)

Tabel 3. 2 Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval Alpha Cronbach	Reliabilitas
1	0,00-0,20	Kurang Reliabel
2	0,20-0,40	Agak Reliabel
3	0,40-0,60	Cukup Reliabel
4	0,60-0,80	Reliabel
5	0,80-0,11	Sangat Reliabel

Sumber Data : Indrawan & Yaniawati (2014:56)

Berdasarkan tabel 3.2 diatas bahwa suatu konstruk dinyatakan reliabel jika memiliki Cronbach Alpha $>0,60$ namun jika hasil $<0,60$ maka suatu konstruk dinyatakan tidak reliabel.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Gunawan (2017:92) Uji asumsi klasik adalah pengujian yang dilakukan dalam penelitian yang bertujuan untuk mencari materi,apakah data memenuhi persyaratan yang harus diteliti lebih lanjut untuk menjawab hipotesis

penelitian. Model regresi linier berganda akan dilakukan 3 (tiga) jenis pengujian asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas yang dapat dijelaskan sebagai berikut.

a. Pengujian Normalitas Data

Kurniawan (2014:156) Uji normalitas data merupakan uji yang digunakan sebagai ukuran untuk mengetahui apakah sifat data berdistribusi normal sehingga dapat digunakan dalam statistik parametrik. Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal. Namun jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik akan tidak valid atau bias terutama untuk sampel kecil. Dalam menguji normalitas data penelitian ini dilakukan dengan uji kolmogorov Smirnov menggunakan SPSS.

(wardana, 2020:32) memaparkan bahwa kriteria pengujian normalitas data adalah:

- 1) Jika nilai probabilitas $< 0,05$ maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai probabilitas $\geq 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Gunawan (2017:102) Uji multikolinearitas merupakan persyaratan yang digunakan dalam semua uji hipotesis regresi. Multikolinearitas dapat dideteksi dengan menghitung beberapa koefisien korelasi dan membandingkan dengan koefisien antara variabel independen. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat kesalahan dalam model estimasi standar penelitian. Pengujian Multikolinearitas menggunakan kriteria nilai VIF (faktor inflasi varians) dan koefisien korelasi antar variabel bebas.

(Gunawan ,2017:103) menjelaskan Kriteria dalam pengujian multikolinearitas adalah jika nilai VIF maksimal 10 dan nilai tolerance paling sedikit 0,1, maka model dinyatakan bebas dari pengujian multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Febri & Teofilus (2020:59) Uji heteroskedastisitas adalah bagian dari uji hipotesis klasik dalam analisis regresi yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan nilai residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika varian nilai residual adalah konstan dari salah satu pengamatan ke pengamatan berikutnya, hal ini disebut homoskedastisitas. Tetapi jika sifatnya berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas. Uji pola *scatterplot* digunakan untuk mendeteksi uji heteroskedastisitas.

Ciri-ciri pengujian heteroskedastisitas dengan uji pola gambar *scatterplot* sebagai berikut:

- 1) Titik data tersebar di atas dan dibawah atau sekitar 0
- 2) Titik tidak dikelompokkan hanya setengah atas atau bawah
- 3) Penyebaran titik data tidak boleh membentuk pola gelembung yang melebar kemudian menyempit dan melebar.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan Algifari (2015:156) Analisis regresi linier berganda (*multiple regression analysis*) merupakan model regresi yang digunakan dalam

menganalisis hubungan atau pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen.

Persamaan dari regresi linier berganda yaitu:

$$Kep = \alpha + \beta_1.H + \beta_2.KP + e$$

Keterangan:

Kep = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi Variabel Harga

β_2 = Koefisien Regresi Variabel Kualitas Produk

H = Harga

Kp = Kualitas Produk

e = Error

3.8.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah uji yang dilakukan sesudah melakukan pengujian regresi linier berganda yang sukses dilaksanakan. Pengujian hipotesis ini digunakan untuk memperlihatkan ada atau tidaknya hubungan antar variabel independen dan variabel dependen. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini berfokus pada uji parsial (uji t) supaya dapat mengetahui secara individual pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen sebagai asumsi bahwa variabel independen yang lain konstan.

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan Widarjono (2015) Langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

H_1 : Terdapat pengaruh harga secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian pada sepatu sneakers merek Ventela di Kabupaten Lumajang

H_2 : Terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian pada sepatu sneakers merek Ventela di Kabupaten Lumajang

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

3) Menentukan kriteria pengujian

Jika $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka hipotesis diterima

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

4) Menentukan nilai t hitung dengan rumus

$$t_{hitung} = \frac{\text{koefisien } \beta}{\text{Standart error}}$$

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

b. Uji F (Simultan)

Berdasarkan penjelasan Widarjono (2015) uji F dilakukan untuk menilai pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen atau merupakan uji signifikan untuk model regresi. Uji F ini dapat dijelaskan dengan analisis varian= ANOVA.

Untuk menguji hipotesis variasi nilai variabel bebas dengan variabel terikat secara individual (Bahri,2018)

Langkah-langkahnya sebagai berikut:

1) Perumusan hipotesis

H_3 = Harga dan Kualitas produk berpengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu sneakers merek Ventela di Kabupaten Lumajang.

2) Menentukan nilai distribusi F dengan menggunakan taraf signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$).

3) Tentukan kriteria pengujian

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau $sig. \leq 0,05$ maka hipotesis diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel} > 0,05$ maka hipotesis ditolak.

4) Menyimpulkan dengan menggunakan perbandingan F hitung dengan F tabel

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi merupakan koefisien korelasi (R^2) variabel independen dengan kemampuan menggambarkan perubahan nilai variabel independen yang dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi (R^2) (Algifari, 2015). Koefisien determinasi bervariasi antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan model lebih akurat. Nilai angka ini diubah menjadi persentase kontribusi yang

berarti persentase kontribusi pengaruh variabel independen terhadap dependen (Bahri, 2018:192).

Dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui berapa variabel independen yaitu harga dan kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian pada sepatu sneakers merek Ventela di Kabupaten Lumajang.

