

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Berdasarkan karakteristik masalah yang diteliti, penelitian ini merupakan tipe penelitian korelasi (*correlational research*) karena ini merupakan tipe penelitian yang bertujuan untuk mengindenifikasi variable-variabel dalam situasi tertentu yang mempengaruhi suatu fenomenal yang sedang ditinjau, untuk menentukan tingkat hubungan variable-variabel yang berbeda dalam suatu populasi, dan dapat mengetahui berapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variable terkait serta berapa arah hubungan yang terjadi. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Rully dan Poppy (2014:51) menyatakan bahwa:

Metode penelitian kuantitatif adalah satu bentuk penelitian ilmiah yang mengkaji satu permasalahan dari suatu fenomena, serta melihat kemungkinan kaitan atau hubungan-hubungannya antar variable dalam permasalahan yang ditetapkan. Kaitan atau hubungan yang dimaksud bisa berbentuk hubungan kausalitas atau fungsional. Hubungan kausalitas adalah hubungan antar variable dimana perubahan satu variable menyebabkan perubahan variable lainnya tanpa adanya kemungkinan akibat kebalikannya. Sedangkan pada hubungan fungsional adalah kedua variable atau lebih karena sifat atau fungsinya, perubahan satu variable menyebabkan variable lain berubah.

Untuk menganalisis variable independent (X) yang terdiri dari variable kualitas produk dan harga dan promosi terhadap keputusan pembelian (Y). Maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan

teknik tersebut akan diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh secara parsial dan pengaruh secara simultan antara variable independent (X) yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan Promosi (X_3) terhadap variable dependent (Y) yaitu keputusan pembelian.

3.2. Obyek penelitian

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah konsumen di daerah Veteran, dengan pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti memilih lokasi konsumen di Kecamatan Sukodono adalah:

- a. Persaingan industri produk yang cukup pesat sehingga mampu bersaing dengan Produk lainnya.
- b. Kemampuan AMDK sudah mampu meraih konsumen yang banyak dan juga dikategorikan sebagai salah satu produk sehat.

Obyek penelitian kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan promosi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y).

3.3. Sumber dan Jenis Data

3.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data internal dan eksternal, sebagai berikut: data di lapangan. Periset dapat memanfaatkan data untuk penelitiannya. Keberadaan data sekunder tidak dipengaruhi riset yang akan dijalankan peneliti, sebab data tersebut sudah disediakan pihak lain secara berkala atau pada waktu tertentu (Istijanto, 2010: 33).

- a. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini ialah berasal dari catatan dan dokumentasi yang berasal dari PT. Aqua Data Internal

Data ini bersifat intern atau dari dalam perusahaan yang bersangkutan. Data internal yang tersedia dalam perusahaan biasanya berkaitan dengan data pribadi karyawan beserta kegiatan kerja karyawan selama bergabung dengan perusahaan (Istijanto, 2010: 34).

Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari PT. Aqua Danone di Lumajang.

b. Data Eksternal

Data eksternal ialah data dari luar organisasi” (Istijanto, 2009: 41). Sesuai dengan kata eksternal yang berarti dari luar, dan eksternal merupakan data dari luar perusahaan. Berdasarkan sumber data maka dalam penelitian ini merupakan data eksternal yang diperoleh dari pelanggan dan konsumen secara langsung.

3.3.2 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder, sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer yaitu data asli yang di kumpulkan sendiri oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. Data ini tidak tersedia, sebab sebelumnya belum pernah ada riset sejenisnya atau hasil riset sejenisnya sesudah kadaluarsa (Istijanto, 2010: 38).

Data primer ialah hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen yang mengkonsumsi ADMK merek AQUA.

b. Data Sekunder

Data sekunder dapat dapat didefinisikan sebagai data yang telah dikumpulkan pihak lain, bukan oleh periset sendiri, untuk tujuan lain. Artinya, periset adalah tangan kedua yang sekedar mencatat, mengakses atau meminta data tersebut kepada pihak lain yang telah mengumpulkan Danone.

3.4. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2009: 115) menyatakan bahwa Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karateristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Nur Indrianto (2009 :115),

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang mengkonsumsi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AQUA di Kabupaten Lumajang.

3.4.2 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi (contoh), untuk dijadikan sebagai bahan penlahan dengan harapan contoh yang diambil dari populasi tersebut dapat mewakili (*representative*) terhadap populasinya(Supangat, 2007: 4).

Menurut Sugiyono (2008: 81), Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karateristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampek itu

kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, yang akan digunakan untuk menduga karakteristik populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen telah melakukan pembelian produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling*, dan teknik yang dipilih yaitu *Accidental Sampling*.

NonProbability Sampling ialah teknik pengambilan sampel ini tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsure/anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *Accidental Sampling* ialah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang dianggap tepat dan secara kebetulan bertemu peneliti dapat dijadikan sampel. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Roscoe yaitu metode penentuan ukuran sampel yang digunakan (Sugiyono, 2015: 164) sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria, wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis regresi dengan multivariate (kolerasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variable yg diteliti. Misalnya variable penelitiannya ada 4 (independen+dependen) maka jumlah anggota sampel = $10 \times 4 = 40$.

d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Analisis yang digunakan pada penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 3 (tiga) variable independen dan 1 (satu) variable dependen, maka ukuran sampel yang diambil $15 \times 4 = 60$ anggota sampel

3.5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara ialah teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam pengumpulan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai (Sugiyono, 2015: 224).

Wawancara dilakukan dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengkonsumsi AMDK merek AQUA.

3.5.1. Observasi

Observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati rang dan tempat pada saat dilakukan penelitian (Sugiyono, 2015: 235). Observasi terhadap orang atau kelompok orang dan dikelompokkan menjadi empat kategori utama obyek yang diamati, yakni:

a. Perilaku Nonverbal

Kategori ini memfokuskan pengamatan pada gerak tubuh, ekspresi motorik, dan bahkan pandangan mata.

1. Perilaku Linguistik

Bentuk kedua observasi perilaku yang sering kali digunakan, yaitu bentuk pengamatan terhadap perkataan atau ucapan yang dikemukakan oleh subjek pengamatan.

2. Perilaku Ekstralinguistik

Pengamatan terhadap peragaan komunikasi yang sama pentingnya dengan perilaku linguistic.

Observasi yang dilakukan peneliti adalah datang dan mengamati langsung objek penelitian yaitu dengan mengamati kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan konsumen membeli AQUA.

3.5.2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015:230).

Untuk menyebarkan kuesioner sebagai bahan penelitian yang dilakukan kepada konsumen yang mengkonsumsi AQUA di Kabupaten Lumajang. Dengan menyebarkan kuesioner ini diharapkan akan mendapatkan data tentang pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Pengukuran data variable pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian, dilakukan dengan memberikan skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pernyataan kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala likert. Adapun bentuk skala likert (Sugiyono, 2015: 168-169) sebagai berikut:

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

3.5.3. Dokumentasi

Dokumen atau Dokumentasi dalam penelitian mempunyai dua makna yang sering dipahami secara keliru oleh peneliti pemula. Pertama, dokumen yang dimaksudkan sebagai alat bukti tentang sesuatu, termasuk catatan-catatan, foto, rekaman video atau apapun yang dihasilkan oleh seorang peneliti. Dokumen bentuk ini lebih cocok disebut sebagai dokumentasi kegiatan atau kenangan-kenangan. Kedua, dokumen yang berkenaan dengan peristiwa atau momen atau kegiatan yang telah lalu, yang padanya mungkin dihasilkan sebuah informasi, fakta dan data yang diinginkan dalam penelitian (Ibrahim, 2015: 93).

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat, meng- *copy* dokumen-dokumen yang ada di lokasi penelitian serta dengan membaca literature-literatur sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan data yang relevan dengan variable penelitian

1.6. Variabel Penelitian

a. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh

informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya: (Sugiyono, 2015: 95).

Variabel dalam penelitian ini menggunakan 4 (empat) variabel terdiri dari 3 (tiga) variable independent yaitu kualitas produk, harga dan promosi dan 1 (satu) variable dependent yaitu keputusan pembelian.

1. Variabel Independent

Variabel ini sering disebut sebagai variable *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variable bebas. Variabel bebas adalah merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terkait)” (Sugiyono, 2015: 96).

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variable dependent adalah kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan promosi (X_3).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variable output, criteria, konsekuensi. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variable terkait. Variabel terkait merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas” (Sugiyono, 2015: 97).

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variable dependen adalah keputusan pembelian (Y).

3.7. Definisi Variabel Operasional Variabel

Definisi operasional variable penelitian adalah batasan atau spesifikasi dari variable-variabel penelitian yang secara konkret berhubungan dengan realitas

yang akan diukur dan merupakan manifestasi dari hal-hal yang akan diamati peneliti berdasarkan sifat yang didefinisikan dan diamati sehingga terbuka untuk diuji kembali oleh orang atau peneliti lain. Adapun batasan atau definisi operasional variable yang diteliti adalah:

1. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kualitas Produk (X_1)

Yang dimaksud kualitas produk dalam penelitian ini adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut lainnya. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.

Menurut (Lupiyodi, 2014: 214) , dimensi kualitas produk yang merupakan indikator dari kualitas produk, meliputi:

- 1). Kinerja (*performance*)
- 2). Keistimewaan tambahan (*feature*)
- 3). Keandalan (*reliability*)
- 4). Daya tahan (*durability*)
- 5). Estetika (*esthetic*)
- 6). Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*)

Berdasarkan indikator tentang kualitas produk tersebut, maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala likert, sebagai berikut:

1. Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA berpenampilan menarik.
2. Produk yang rusak akan diganti sepenuhnya oleh PT. AQUA Danone.
3. Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA mempunyai mutu terbaik.
4. Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA memiliki daya tahan yang bagus.
5. Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA memberikan sentuhan-sentuhan yang menarik pada setiap produknya.
6. Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA selalu teruji kualitas dan keunggulan produknya dibandingkan dengan produk pesaingnya.

b. Harga (X₂)

Dalam penelitian ini menggunakan tiga indikator atau unsur yang mencirikan harga yaitu (Djaslim, 1996), yaitu :

- 1). Harga harus terjangkau oleh daya beli atau kemampuan konsumen,
- 2). Harga harus memiliki daya saing dengan harga produk lain yang sejenis
- 3). Kesesuaian harga dengan kualitas.

Kuesioner tentang harga disusun merujuk pada Djaslim , yaitu:.

1. Harga produk AMDK merek AQUA masih dapat dijangkau oleh semua kalangan.

2. Harga produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA mampu bersaing dengan produk lain.
3. Harga dengan kualitas produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA sesuai dengan yang ditawarkan.

c. Promosi (X₃)

Menurut Mc. Charty & Perrealt (dikutip Suwarni, 2009) Promosi adalah komunikasi informasi antara penjual dan calon pembeli atau pihak-pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku.

Adapun indicator menurut Philip Kotler (2009) adalah :

- 1). Promosi Penjualan,
- 2). Periklanan
- 3). Tenaga Penjualan
- 4). Kehumasan/Publik Relation
- 5). Pemasaran Langsung

Berdasarkan indikator tentang promosi tersebut maka disusun kuesioner dengan jawaban dalam skala likert, sebagai berikut:

1. Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA terus menerus melakukan promosi penjualan.
2. Tampilan iklan di TV menarik dan mudah diingat dalam memperkenalkan produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA.
3. Tenaga pekerja menawarkan macam-macam jenis Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA membuat AQUA semakin dikenal.

4. Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA mensosialisasikan keunggulan/kelebihan dari produk.
5. Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA melakukan pemasaran langsung kepada masyarakat.

2. Variabel dependen

Dalam penelitian ini yaitu Keputusan pembelian (Y) dengan indikator atau unsur sebagai berikut :

- 1). Kemantapan pada suatu produk
- 2). Kebiasaan dalam membeli produk
- 3). Memberikan rekomendasi kepada orang lain
- 4). Melakukan pembelian ulang

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan empat indikator atau unsur yang mencirikan keputusan pembelian, yaitu :

1. Saya yakin sudah mengambil keputusan yang tepat saat membeli produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA karena kebutuhan sehari-hari.
2. Saya membeli produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA karena kebutuhan sehari-hari.
3. Saya tertarik membeli produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA karena mendapatkan informasi tentang produk sangatlah mudah.
4. Saya melakukan pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA berulang-ulang lebih dari satu kali.

3.7.1. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun social yang diamati. Secara spesifik fenomena ini disebut variable penelitian (Sugiyono, 2015: 178).

Pengukuran data variable pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian, dilakukan dengan memberikan skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pernyataan kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala likert. Adapun bentuk skala likert (Sugiyono, 2015: 168-169) sebagai berikut:

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

3.8. Teknik Analisa Data

Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variable dan jenis responden, mentabulasi, data berdasarkan variable dari seluruh responden, menyajikan data tiap variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2015: 238).

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus

berdistribusi normal, terbebas dari Multikolinieritas (*Multicolonearity*) dan Heterokedastisitas (*Heterokedasticity*).

3.8.1. Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangking data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kuesioner adalah data harus valid dan reliable untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

3.8.2. Pengujian Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data (yang tidak berbeda) antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian (Sugiyono, 2015: 430).

Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuesioner. Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya (Sugiyono, 2015: 114).

Bila 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).

Rumus korelasi yang dimaksudkan sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara variable X dan Y

X = Variabel bebas

Y = Variabel terkait

Dari pengertian dan rumusan diatas dapat disimpulkan “Uji validitas dilakukan dengan cara mengorelasikan antara skor item. Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan, dilakukan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05 , artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor totalnya” (Winoyo, 2011: 112).

3.8.3. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistic (kuantitatif). Suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau penelitisama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecahkan ,enjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Pengukuran realibitas menggunakan metode *Alpa Cronbach* akan menghasilkan nilai alpha dalam skala 0-1, yang dapat dikelompokkan dalam lima kelas. Nilai masing-masing kelas dan tingkat reliabilitasnya seperti terlihat pada table (Yohanes Anton Nugroho, 2011: 3)

Tabel 2.4

Indeks Kriteria Reliabilitas

No.	Interval <i>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: Yohanes Anton Nugroho (2011: 33)

3.8.4. Uji Asumsi Klasik

Penelitian yang menggunakan alat analisis regresi dan kolerasi berganda harus mengenali asumsi-asumsi yang mndasarinya. Apabila asumsi-asumsi dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil analisis mungkin berbeda dari kenyataan (biasa).

Asumsi-asumsi tentang regresi dan kolerasi berganda (Lukas Setia Atmaja, 2009: 184) adalah sebagai berikut:

- a. Variabel bebas (independen) dan variable terkait (dependen) memiliki hubungan yang linier (garis lurus).
- b. Variabel dependen harus kontinyu dan setidaknya berupa skala interval. Variasi dari perbedaan antara actual dan nilai prediksi harus sama untuk semua nilai prediksi harus sama untuk nilai prediksi Y. Artinya, nilai $(Y - Y')$ harus sama untuk nilai Y'. Jika hal ini terjadi, perbedaan menurut 'homoscedasticity'. Selain itu, nilai residual atau $(Y - Y')$ harus terdistribusi secara normal dengan rata-rata nol.

c. Nilai observasi yang berurutan dari variable dependen harus tidak berhubungan (tidak berkorelasi). Pelanggaran terhadap asumsi disebut “autocorrelation” atau “autokorelasi”. Autokorelasi sering terjadi jika ada data yang dikumpulkan pada suatu periode waktu.

d. Variabel independen tidak boleh berkorelasi dengan variable independen lain dalam model. Jika variable-variabel independen tinggi (positif maupun negative), disebut “*multicollinearity*”.

3.8.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variable independen (X) terhadap variable dependen (Y) (Kuncoro, 2007: 77).

Analisis Regresi Linier Berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variable bebas (kualitas produk, harga, dan promosi) terhadap variable terkait (keputusan pembelian) dengan rumus (Sunyoto, 2014: 117-118) sebagai berikut:

Rumus:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan :

Y = Variabel Terkait (Keputusan Pembelian)

X₁₋₄ = Variabel Bebas (Kualitas produk, Harga, dan Promosi)

B₀ = Konstanta

B₁₋₄ = Koefisien Regresi

Analisis regresi berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen Y . Secara umum model regresi linier berganda untuk populasi adalah (Lupiyoadi dan Bamulya Ikhsan, 2015: 157) sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e_t$$

Di mana =

Y = Variabel dependen

a = Nilai konstanta

$X_1 \dots X_n$ = Variabel dependen ke- i

$b_1 \dots b_n$ = Nilai koefisien regresi/parameter koefisien regresi variabel independen

3.8.6. Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (kualitas produk, harga dan promosi) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) dan juga variabel independen (kualitas produk, harga dan promosi), baik secara parsial maupun secara simultan. Sehingga dapat diketahui manakah diantara variabel independen yang mempunyai dominan terhadap variabel dependen.

3.8.7. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variabel independen (kualitas produk, harga dan promosi) secara parsial terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis (Sunyoto, 2014: 118-119) sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

Hipotesis Pertama

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA.

Hipotesis Kedua

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian pada Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA.

Hipotesis Ketiga

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap keputusan pembelian pada Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan promosi terhadap keputusan pembelian pada Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA.

Hipotesis Keempat

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembeli Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA.

b. Menentukan level of signifikan dengan $\alpha = 5\%$

c. Menentukan criteria pengujian:

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

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

d. Menentukan nilai t_{hitung} dengan rumus:

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

e. Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel} .

3.8.8. Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variable independen terhadap variable dependen secara bersama-sama, yaitu menggunakan F hitung dengan langkah-langkah (Sunyoto, 2014: 119-120) sebagai berikut:

Hipotesis Keempat

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembeli Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembeli Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek AQUA.

Adapun kriteria pengujiannya adalah:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.8.9. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai 1 (satu). Menurut Santoso (2012: 355), untuk melihat koefisien determinasi pada regresi linier berganda adalah *R Square*. Dari koefisien determinan (R^2) ini dapat diperoleh suatu nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variable X terhadap variasi naik turunnya variable Y yang biasanya dinyatakan dalam prosentase.

