

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan 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 di gunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Teknik tersebut di gunakan untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel harga dan 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 di uji, serta akan dapat di ketahui variabel mana yang memiliki dampak paling dominan antara variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

3.2. Obyek Penelitian

Menurut Sugiyono (2015:38), obyek penelitian merupakan suatu atribut, sifat, nilai, dari orang, obyek aau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. Adapun sebagai obyek penelitian adalah variabel independen berupan harga (X1),

dan Kualitas produk (X2), terhadap variabel dependen (Y) berupa keputusan pembelian.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Jenis data yang di gunakan pada penelitian ini berupa data primer dan data sekunder, sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang di kumpulkan dan di olah sendiri oleh sebuah perusahaan atau perorangan langsung dari objeknya. Pengumpulan data tersebut di lakukan secara khusus untuk mengatasi masalah riset yang sedang di teliti (Surya dan Hendryadi, 2015:171).

Data yang di pergunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen yang menggunakan produk Sophie Paris. Kuesioner berisi tentang harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Sophie Paris pada mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang.

b. Data Sekunder

Menurut Suryani dan Hendryadi (2015:171) Data sekunder merupakan data yang di peroleh peneliti dari sumber yang sudah ada, sudah di kumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.

Data sekunder dalam penelitian ini berupa gambaran umum objek penelitian (Sophie Paris).

3.3.2. Sumber Data

Sumber data yang di gunakan dalam penelitian ini berupa data internal dan data eksternal, sebagai berikut :

a. Data Internal

Data internal merupakan data yang menggambarkan keadaan atau kegiatan di dalam sebuah perusahaan (Suryani dan Hendryadi, 2015:170). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber internal berupa profil perusahaan yang di dapat dari *outlet* Sophie Paris.

b. Data Eksternal

Data eksternal merupakan data yang menggambarkan keadaan atau kegiatan di luar organisasi (Suryani dan Hendryadi, 2015:171). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber eksternal berupa jumlah dan jenis-jenis produk selain itu juga di dapat dari internet. Data eksternal juga berupa konsumen produk Sophie Paris terhadap keputusan pembelian produk Sophie Paris di STIE Widya Gama Lumajang.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi ialah wilayah generalisasi yang terdiri dari subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh penelitian untuk di pelajari dan kemudian untuk di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:80).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk Sophie Paris pada mahasiswi di STIE Widya Gama Lumajang, yang jumlah keseluruhannya 1.395 mahasiswi.

3.4.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu (Sugiyono, 2018:81).

Teknik pengambilan sampel yang di gunakan pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode sampel menggunakan *purposive sampling*. *Non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk di pilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017:142). Sedangkan untuk *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu. Kriteria responden :

- a. Responden adalah konsumen produk Sophie Paris
- b. Responden berasal dari mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang semester 1-8

Menurut Sugiyono (2012:129-130) metode pengambilan sampel yang di gunakan adalah model yang di kembangkan oleh Roscoe. Roscoe memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian yaitu antara 30 sampai dengan 500.
- b. Apabila sampel di bagi dalam kategori (misalnya: pria, wanita, pegawai negeri, swasta, dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Apabila di dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 20 kali dari jumlah variabel yang di teliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 3 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel = $20 \times 3 = 60$.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang di gunakan kelompok eksperimen dalam kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing 10 sampai dengan 20.
Analisis yang di gunakan dalam penelitian merupakan analisis multivariate yaitu regresi linier berganda yaitu terdiri dari 2 (dua) variabel independen dan 1 (satu) dependen, maka ukuran sampel yang di ambil $20 \times 3 = 60$ orang.

3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Oprasional

3.5.1. Identifikasi Variabel

Variabel Penelitian adalah obyek penelitian atau segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga di peroleh informasi tentang hal tersebut dan di tarik sebuah kesimpulan (Paramita & Rizal, 2018:36).

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

a. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik pengaruh positif maupun pengaruh negatif. Variabel ini akan menjelaskan bagaimana masalah dalam penelitian dipecahkan (Ratna Wijayanti, 2018:37).

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah keputusan pembelian (Y).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen bisa disebut juga sebagai variabel terikat, endogen atau konsekuen. Variabel ini merupakan variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti atau menjadi perhatian utama dalam sebuah penelitian. Variabel dependen merupakan permasalahan yang akan diselesaikan oleh peneliti atau menjadi perhatian utama dalam sebuah penelitian. Variabel dependen merupakan permasalahan yang akan diselesaikan oleh peneliti atau tujuan dari penelitian (Paramita & Rizal, 2018:37).

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Harga (X1) dan Kualitas produk (X2).

3.5.2. Definisi Konseptual Variabel

Definisi konseptual adalah untuk menjelaskan pengertian variabel-variabel secara konsep menurut teori dan definisi konsep yang dapat disampaikan oleh para ahli Paramita & Rizal (2018:41-42).

a. Harga (X1)

Harga merupakan jumlah uang yang di butuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Swasta & Irawan, 2008:241).

b. Kualitas Produk (X2)

Positioning utama pemasar yaitu kualitas produk. Kualitas produk mempunyai dampak langsung terhadap kinerja produk dan jasa yang di ciptakan oleh sebuah perusahaan. Kualitas sendiri dapat di artikan menjadi dua yaitu secara luas dan secara sempit. Kualitas yang berkaitan dengan perusahaan dan menitik beratkan pandangannya kepada pelanggan dalam menciptakan nilai dan kepuasan di sebut kualitas secara luas. sedangkan secara sempit kualitas di artikan sebagai bebas dari kerusakan (Yuliati dan Saputri, 2016:16).

c. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler dan Keller (2009:188) keputusan pembelian adalah suatu tahap konsumen dalam mengevaluasi untuk membentuk preferensi antar merek dalam beberapa pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai. Evaluasi pembelian dilakukan dengan lima sub keputusan yaitu : merek, penyalur, kuantitas, waktu, dan metode pembayaran.

3.5.3. Definisi Operasional Variabel

Menurut Paramita & Rizal (2018:42) definisi oprasional merupakan penjelasan bagaimana sebuah variabel akan di oprasionalkan atau di ketahui nilainya pada penelitian.

a. Dimensi Harga (X_1)

Harga adalah suatu faktor penentu permintaan pasar pada sebuah barang atau produk. Harga berperan penting terhadap posisi kompetitif perusahaan dan pangsa pasarnya, karena itu harga menentukan suatu pendapatan perusahaan dan laba bersih (Machfoedz, 2010:64).

Menurut Kotler dan Keller (2009:24) harga merupakan jumlah dari seluruh nilai yang di tukarkan konsumen untuk sejumlah manfaat untuk dapat memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

Adapun indikator variabel harga menurut Kotler dan Keller (2009:24) sebagai berikut :

- 1) Keterjangkauan Harga
- 2) Harga Sesuai Kualitas
- 3) Harga Sesuai Manfaat

Berdasarkan indikator harga, maka pernyataan dalam penelitian ini adalah :

1. Saya membeli produk Sophie Paris karena harga yang di berikan sesuai dengan daftar.
2. Saya berminat membeli produk Sophie Paris karena harga sesuai dengan kualitas.
3. Saya tertarik membeli produk Sophie Paris karena harga sesuai dengan manfaat.

b. Dimensi Kualitas Produk (X_2)

Kualitas produk merupakan sebuah tingkatan kemampuan dari sebuah merek atau produk tertentu yang menunjukkan ukuran dari tahan lamanya sebuah produk

tersebut, produk tersebut dapat di percaya, ketepatan (*precision*) produk, mudah dalam penggunaannya dan mudah dalam memeliharanya serta atribut lain yang dinilai, dan diukur dalam ukuran persepsi pembeli tentang mutu/kualitas produk tersebut (Assauri, 2015:211-212).

Menurut Wahyuni dkk (2015:11) untuk dapat menghasilkan produk yang berkualitas sehingga mampu memenuhi keinginan konsumen, maka perlu mengenali dimensi kualitas. Hal ini sangat dibutuhkan agar produk yang dihasilkan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen.

Adapun dimensi kualitas produk menurut Wahyuni dkk (2015:11) terdiri dari:

- 1) Kinerja (*performance*) merupakan spesifikasi utama yang berkaitan dengan fungsi produk dan seringkali menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan membeli atau tidak terhadap produk tersebut.
- 2) Feature merupakan karakteristik produk yang mampu memberikan keunggulan dari produk sejenis.
- 3) Keandalan (*reliability*) merupakan aspek produk berkaitan dengan profitabilitas untuk menjalankan fungsi sesuai dengan spesifikasinya dalam periode waktu tertentu.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*) merupakan aspek produk yang memperlihatkan kesesuaian antara spesifikasi dengan kebutuhan konsumen.
- 5) Daya tahan (*Durability*) merupakan ukuran kuantitatif (umur) produk, menunjukkan sampai kapan produk dapat digunakan konsumen.

- 6) Kemampuan pelayanan merupakan ciri produk berkaitan dengan kecepatan, keramahan atau kesopanan, kompetensi, kemudahan serta akurasi dalam perbaikan.
- 7) Keindahan produk terkait dengan bagaimana bentuk fisik produk tersebut. Keindahan produk merupakan daya tarik utama konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk.
- 8) Kualitas yang dirasakan bersifat subyektif, berkaitan dengan citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Berdasarkan indikator kualitas produk, maka pernyataan dalam penelitian ini adalah :

1. Produk Sophie Paris yang saya beli berpenampilan menarik.
2. Produk Sophie Paris bisa tahan dalam waktu yang cukup lama.
3. Produk Sophie Paris memiliki penampilan yang menarik atau gaya yang sesuai dengan *trend / up to date*.
4. Desain produk Sophie Paris sangat simple.
5. Produk Sophie Paris memiliki warna yang tidak mudah luntur.
6. Warna produk Sophie Paris sangat mewah dan elegan.
7. Untuk mendapatkan produk Sophie Paris sangat mudah.
8. Produk Sophie Paris sesuai dengan selera saya.

c. Dimensi Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian juga di artikan sebagai proses pengambilan keputusan suatu didasari adanya kebutuhan untuk berusaha dipenuhi. Dalam pemenuhan kebutuhan ada hubungannya dengan beberapa alternatif sehingga perlu untuk

dilakukan evaluasi hal ini bertujuan untuk memperoleh alternatif yang paling baik menurut konsumen. Proses evaluasi memerlukan informasi mengenai tingkat kepentingan dan jumlah sesuai dengan kebutuhan konsumen (Sudaryono, 2016:102).

Menurut Kotler dan Keller (2009:184) keputusan pembelian merupakan proses penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan atau menganalisa keinginan dan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian dengan kata lain tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak membeli terhadap suatu produk.

Adapun indikator dari variabel Keputusan Pembelian:

- 1) Pengenalan masalah.
- 2) Pencarian informasi.
- 3) Evaluasi alternatif.
- 4) Keputusan pembelian.
- 5) Perilaku pasca pembelian (Kotler dan Keller, 2009:184).

Berdasarkan indikator keputusan pembelian, maka pernyataan dalam penelitian ini adalah :

1. Saya menyadari adanya kebutuhan untuk membeli produk Sophie Paris.
2. Saya memperoleh informasi mengenai produk Sophie Paris dari kerabat, keluarga, dan media sosial.
3. Saya melakukan perbandingan dan menyeleksi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli produk Sophie Paris.
4. Saya memutuskan untuk membeli produk Sophie Paris.
5. Saya merasa puas dengan produk Sophie Paris.

3.6. Metode Pengumpulan Data

3.6.1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data saat peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan suatu permasalahan yang harus diteliti dan ingin mengetahui informasi atau hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2012:194).

3.6.2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner ialah teknik efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan di ukur dan mengerti apa yang di harapkan dari responden (Sugiyono, 2018:42).

Dalam pengambilan sebuah sampel pada penelitian ini, kuesioner di bagikan secara langsung kepada mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang.

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

Skala *likert* di gunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial.

Adapun untuk skala *likert* antara lain :

- | | |
|----------------------------------------------|---|
| 1) Setuju/selalu/sangat positif di beri skor | 5 |
| 2) Setuju/sering/positif di beri skor | 4 |

- | | |
|------------------------------------------------------------------|---|
| 3) Ragu-ragu/kadang/netral di beri skor | 3 |
| 4) Tidak setuju/hampir tidak pernah/negative di beri skor | 1 |
| 5) Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negative di beri skor | 1 |

(Sugiyono, 2015:168)

3.6.3. Observasi

Dalam Sugiyono (2018:145) observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik apabila di bandingkan dengan teknik lainnya, yaitu wawancara dan kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi ini di gunakan apabila peneliti berkenan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang di amati tidak terlalu luas.

Observasi di lakukan dengan cara pengamatan secara langsung pada mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang.

3.6.4. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan suatu kejadian yang sudah berlalu dan sebuah bukti yang akurat. Dokumentasi bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2012:422).

3.6.5. Survei

Survei adalah cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun tertulis (Anwar Sanusi, 2011:105).

Survei yang di lakukan dalam penelitian ini adalah mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang yang menggunakan produk Sophie Paris.

3.7. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang di gunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang sedang di amati. Secara spesifik semua fenomena ini di namakan variabel penelitian (Sugiyono, 2012:146).

Dalam penelitian ini ada 3 (tiga) instrument yaitu :

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

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

Instrumen dalam penelitian ini di susun berdasarkan indikator-indikator variabel, selanjutnya penelitian ini dan skala pengukurannya dapat di sajikan dalam tabel sebagai berikut ini :

Tabel 3.1. Instrumen Penelitian

No	Variabel	Instrumen	Skala	Sumber
1	Harga	1. Saya membeli produk Sophie Paris karena harga yang di berikan sesuai dengan daftar. 2. Saya berminat membeli produk Sophie Paris karena harga sesuai dengan kualitas. 3. Saya tertarik membeli produk Sophie Paris karena harga sesuai dengan manfaat.	Ordinal	Kotler dan Keller (2009:24)
2	Kualitas Produk	1. Produk Sophie Paris yang saya beli berpenampilan menarik. 2. Produk Sophie Paris bisa tahan dalam waktu yang cukup lama.	Ordinal	Wahyuni dkk (2015:11)

No	Variabel	Instrumen	Skala	Sumber
		3. Produk sophie Paris memiliki penampilan yang menarik atau gaya yang sesuai dengan <i>trend / up to date</i> . 4. Desain produk Sophie Martin Paris sangat simple. 5. Produk Sophie Paris memiliki warna yang tidak mudah luntur. 6. Warna produk Sophie martin paris sangat mewah dan elegan. 7. Untuk mendapatkan produk sophie sangat mudah. 8. Produk Sophie Paris sesuai dengan selera saya.		
3	Keputusan Pembelian	1. Saya menyadari adanya kebutuhan untuk membeli produk Sophie Paris. 2. Saya memperoleh informasi mengenai produk Sophie Paris dari kerabat, keluarga, dan media sosial. 3. Saya melakukan perbandingan dan menyeleksi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli produk Sophie Paris. 4. Saya memutuskan untuk membeli produk Sophie Paris. 5. Saya merasa puas dengan produk Sophie Paris.	Ordinal	Kotler dan Keller (2009:184)

3.8. Teknik Analisis Data

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

Sebelum di lakukannya analisis dan uji pengaruh, maka kuesioner perlu di lakukannya uji validitas dan reabilitas. Selanjutnya akan di lakukan analisis dan uji pengaruhnya yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda, bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dri multikolinieritas (*multicolonearity*) dan heterokedastisitas (*heterokedasticity*).

3.8.1. Pengujian Instrumen

Sebelum di lakukannya pengujian terhadap hipotesis, maka perlu di lakukannya pengujian validitas dan reabilitas terhadap kuesioner yang di pergunakan untuk menjanging dan responden. dimana asumsi yang harus di penuhi oleh kuesioner adalah data yang valid dan reliable untuk bisa di lakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

a. Pengujian Validitas

Dalam Sugiyono, (2012:455) Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukan tingkat kevalidan atau ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek 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 di lakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Apabila korelasi tip 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 instrument tersebut di nyatakan tidak valid (Sugiyono, 2012:178).

b. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan *positivistic* (kuantitatif), suatu data di nyatakan *reliable* apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama. atau sekelompok data bila di pecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Karena reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi, maka apabila ada peneliti lain mengulangi atau mereplikasi dalam penelitian (Sugiyono, 2012:456).

Pengukuran reliabilitas dapat di lakukan dengan dua cara, Ghozali (2008:42) dalam Kurniawan (2014:102), yaitu :

- 1) *Repead Measure* : Di sini seseorang akan di beri pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian di lihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
- 2) *One Shot* : Dalam tahap ini pengukuran di lakukan hanya satu kali, kemudian hasilnya di dibandingkan dengan pernyataan ainnya. Ada suatu nilai tertentu untuk mengukur realibilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α).

Suatu konstruk di nyatakan reliable jika memiliki *Cronbach Alpha* $> 0, 60$ (Nunnally, 1967 dalam Kurniawan, 2014:103). Teknik perhitungan manual *Cronbach Alpha* yaitu dengan rumus reliabel :

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

keterangan:

k = Banyak item pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$ = Jumlah varians butir

$\sigma^2 t$ = Varians total

3.8.2. Pengujian Asumsi Dasar Linier Berganda

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

- a. Variabel tak bebas dan variabel bebas memiliki hubungan linier atau hubungan berupa garis lurus.
- b. Variabel tak bebas harus bersifat *continue* atau setidaknya berskala interval.
- c. Keragaman dari selisih nilai pengamatan dan pendugaan harus sama untuk semua nilai perkiraan Y . maka $(Y - Y')$ kira-kira harus sama semua nilai Y' .

Apabila kondisi ini tidak terpenuhi maka disebut *heteroskedastisitas* dan residu yang di hitung dari $(Y - Y')$ 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 adanya korelasi yang sempurna antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lainnya. Apabila asumsi ini dilanggar disebut *multikolinearitas*, Sanusi (2011:135).

a. Pengujian Normalitas Data

Menurut Kurniawan, (2014:156) uji normalitas merupakan uji untuk melihat apakah nilai residu terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residu yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel, tetapi pada nilai residualnya.

b. Pengujian Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terkaitnya 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 sebagai berikut :

- 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 multikolinieritas. 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 multikolinieritas. Jika lebih dari 0,70 maka diasumsikan terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinieritas.

- 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 merupakan uji untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari 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 didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu 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

Regres 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 (2014:194) :

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

Keterangan :

Y = Nilai dari variabel dependen (variabel tidak bebas/ variabel terikat/
variabel yang dipengaruhi)

a = Koefisien konstanta

X_1 = Nilai dari variabel independen pertama

X_2 = Nilai dari variabel independen kedua

ε = Error

3.8.4. Pengujian Hipotesis

Setelah melakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1 , X_2) terhadap variabel dependen (Y) baik secara parsial maupun simultan.

a. Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Ada dua hipotesis yang diajukan oleh setiap peneliti yaitu hipotesis nol H_0 dan hipotesis alternatif H_a . Hipotesis nol merupakan angka numerik dari nilai parameter populasi. Hipotesis nol ini dianggap benar sampai kemudian bisa dibuktikan salah berdasarkan data sampel yang ada. Sementara itu hipotesis alternatif ini harus benar ketika hipotesis nol terbukti salah (Widarjono, 2015:22).

Adapun langkah-langkah pengujian hipotesis sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

a. Hipotesis pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh harga secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sophie Paris pada mahasiswi di STIE Widya Gama Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh harga secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sophie Paris pada mahasiswi di STIE Widya Gama Lumajang.

b. Hipotesis Kedua

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sophie Paris pada mahasiswi di STIE Widya Gama Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sophie Paris pada mahasiswi di STIE Widya Gama Lumajang.

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

2) Menentukan kriteria 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

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengevaluasi 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 Sophie Paris pada mahasiswi di STIE Widya Gama Lumajang.

H_a: Terdapat pengaruh harga dan kualitas produk yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Sophie Paris pada mahasiswi di STIE Widya Gama Lumajang.

2) Mencari nilai F hitung dan nilai F kritis dari tabel distribusi F . Nilai F kritis berdasarkan besarnya α dan df dimana besarnya ditentukan oleh numerator ($k-1$) dan df untuk denominator ($n-k$). Nilai F hitung dicari dengan formula sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/(k-1)}{(1-R^2)/(n-k)} = F_{[k-1],(n-k)}$$

Dimana: R^2 adalah koefisien determinasi n = jumlah observasi dan k = jumlah parameter estimasi termasuk konstanta (intersep).

3) Keputusan menolak atau gagal menolak H₀ sebagai berikut:

Jika F hitung $>$ F kritis, maka kita menolak H₀ berarti secara bersama-sama variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Sebaliknya jika F hitung $<$ F kritis maka gagal menolak H₀ yang berarti secara bersama-sama semua variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen.

Kita bisa menolak hipotesis H₀ uji F ini dengan melihat nilai probabilitasnya.

Jika nilai F hitung lebih kecil dari nilai probabilitasnya maka menolak H₀

sedangkan sebaliknya jika F hitung lebih besar dari nilai probabilitasnya maka akan gagal menolak H_0 .

3.5.1. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Widarjono (2015:17-18) Koefisien determinasi (R^2) diartikan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisis regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Jika koefisien determinasi nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir sama 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 penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu harga terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.