

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan sebab akibat (kausal). Penelitian kuantitatif yang mengarah pada pandangan filsafat positivisme. Filsafat positivisme berpandangan bahwa fenomena dalam penelitian dapat diklarifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat. Pada penelitian ini mencoba mencari hubungan – hubungan atau sebab akibat dari variabel- variabelnya, maka rancangan riset ini di sebut dengan rancangan riset kausal (Paramita & Rizal, 2018:5).

Untuk menganalisis variabel independen yang terdiri dari 3 (tiga) variabel yakni harga, *testimonial* dan *word of mouth* terhadap variabel dependen yakni ketertarikan konsumen, maka penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dimana terdapat persamaan menggunakan alat untuk mengetahui pengaruh pada satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen (Siregar, 2015:301), dengan menggunakan teknik tersebut maka dapat di uji hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh antara variabel independen yakni harga, *testimonial* dan *word of mouth* terhadap variabel dependen yakni ketertarikan konsumen pada produk MSI.

3.2. Objek Penelitian

Adapun sebagai obyek penelitian ini adalah variabel independen berupa harga, *testimonial*, dan *word of mouth* terhadap variabel dependen yakni ketertarikan konsumen pada produk MSI di Kabupaten Lumajang.

Sedangkan pada penelitian ini subyek yang dipilih adalah konsumen produk MSI di Kabupaten Lumajang. Alasan peneliti melakukan penelitian pada konsumen produk MSI di Kabupaten Lumajang adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, *testimonial* dan *word of mouth* sebagai variabel independen terhadap variabel dependen yakni ketertarikan konsumen.

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 adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original, sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada pengumpul data (Paramita & Rizal, 2018:72).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Dimana data primer diperoleh dari pengisian kuesioner oleh responden yaitu konsumen produk MSI di Kabupaten Lumajang. Kuesioner ini berisi tentang penilaian ketertarikan konsumen melalui harga, *testimonial* dan *word of mouth* pada produk MSI di Kabupaten Lumajang sedangkan data sekunder diperoleh dari media internet, literatur, hasil penelitian terdahulu serta laporan yang berkaitan

dengan penelitian tentang ketertarikan konsumen yang dinilai melalui harga, *testimonial*, dan *word of mouth*.

3.3.2 Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian terdapat 2 (dua) sumber yakni data internal dan data eksternal. Data internal ialah data yang diperoleh dari dalam organisasi tersebut, sedangkan data eksternal berasal dari luar organisasi (Paramita & Rizal, 2018:72). Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data internal dan eksternal dimana data internal diperoleh dari profil perusahaan dan KPO Lumajang sedangkan data eksternal diperoleh dari konsumen produk MSI di Kabupaten Lumajang.

3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti yang dipandang sebagai semesta penelitian (Paramita & Rizal, 2018:59). Populasi dalam penelitian ini akan dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 3.1 Data Populasi Konsumen Produk MSI

No	KPO (Kantor Perwakilan Operasional)	Jumlah Distributor	Jumlah Konsumen per Distributor	Jumlah Konsumen
1.	KPO Lumajang Kota	± 9 distributor	± 10 orang/dist	90 orang
2.	KPO Tukum	± 5 distributor	± 10 orang/dist	50 orang
3.	KPO Summersuko	± 5 distributor	± 10 orang/dist	50 orang
4.	KPO Tempeh	± 6 distributor	± 10 orang/dist	60 orang
Total				250 orang

Sumber : KPO Kabupaten Lumajang

Berdasarkan tabel 3.1 dapat dinyatakan bahwa jumlah populasi dalam penelitian ini sejumlah 250 konsumen yang menggunakan produk MSI di Kabupaten Lumajang.

3.4.2. Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah subset dari populasi, yang terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin peneliti meneliti seluruh populasi (Paramita & Rizal, 2018). Adapun sebuah pedoman ukuran sampel yang dikembangkan oleh (Krejcie & Morgan, 1970) yang terdapat dalam (Paramita & Rizal, 2018:61) digunakan oleh peneliti dalam menentukan sampel agar memperoleh model keputusan yang baik.

Tabel 3.2 Tabel Sampling

N	S	N	S	N	S	N	S
100	80	750	254	1700	313	4500	354
150	108	800	260	1800	317	6000	361
200	132	850	265	1900	320	7000	364
250	152	900	269	2000	322	8000	367
300	169	1000	278	2200	327	9000	368
400	196	1100	285	2400	331	10000	370
500	217	1200	291	2600	335	15000	375
550	226	1300	297	2800	338	20000	377
600	234	1400	302	3000	341	30000	379
650	242	1500	306	3500	346	50000	381
700	248	1600	310	4000	351	100000	384

Sumber : Paramita & Rizal (2018)

Berdasarkan tabel 3.2 diatas, dapat disimpulkan jumlah sampel yang dapat diambil sesuai dengan jumlah populasi (N) yang berjumlah 250 adalah sebanyak 152 sampel (S).

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling* dan teknik yang dipilih adalah *purposive sampling*.

Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Paramita & Rizal, 2018:64).

Dengan teknik sampling tersebut, maka dalam penelitian ini ditetapkan 152 responden sebagai sampel dengan kriteria dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Konsumen yang pernah membeli produk MSI.
- b. Konsumen yang memiliki rentang usia 17 – 40 tahun.

3.5. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.5.1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan obyek penelitian atau segala sesuatu dalam bentuk apapun yang ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari sehingga didapatkan informasi tentang hal tersebut dan ditarik sebuah kesimpulan. Variabel yang digunakan dalam sebuah penelitian harus diidentifikasi terlebih dahulu (Paramita & Rizal, 2018:36-37). Adapun 2 (dua) variabel dalam penelitian ini, antara lain :

a. Variabel Independen

Variabel independen kerap kali disebut variabel prediktor/eksogen/bebas. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik berpengaruh negatif ataupun positif yang nantinya akan menjelaskan bagaimana masalah dapat terpecahkan dalam suatu penelitian (Paramita & Rizal, 2018:37). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah harga , *testimonial*, dan *word of mouth*.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen lebih dikenal dengan variabel terikat/endogen/kosekuen. Variabel dependen merupakan variabel yang menjadi pusat utama dalam suatu penelitian karena pada hakikatnya masalah dan tujuan tercermin dalam variabel dependen (Paramita & Rizal, 2018:37). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah ketertarikan konsumen.

3.5.2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan sebuah petunjuk yang dapat memberikan penjelasan kepada peneliti tentang bagaimana cara mengukur variabel secara konkret. Dengan cara tersebut memudahkan peneliti untuk menentukan metode apa yang akan digunakan untuk mengukur variabel serta menentukan indikator yang lebih konkret agar lebih mudah di ukur dan di uji secara empiris (Sudaryono, 2017:160).

a. Harga

Harga merupakan sejumlah uang yang dikorbankan untuk suatu barang dan jasa atau sebagai jumlah dari nilai barang yang ditukar sebagai perolehan manfaat karena telah mendapatkan dan memakai barang maupun jasa tersebut (Lotulung et al., 2015). Indikator harga yang digunakan dalam penelitian ini menurut Stanton (1998) dalam Saputra (2017) yakni sebagai berikut :

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Kesesuaian harga dengan kualitas manfaat

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

- 1) Harga produk MSI yang terjangkau sesuai dengan harapan saya.
- 2) Produk MSI memiliki harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.
- 3) Harga produk MSI sesuai dengan daya beli saya dibanding dengan produk pesaing.
- 4) Harga yang di tawarkan produk MSI setara dengan manfaat yang saya rasakan.

b. Testimonial

Testimonial merupakan suatu rekomendasi dalam bentuk komentar yang disebarkan pelanggan berdasarkan pengalamannya dan memiliki pengaruh yang sangat kuat guna pengambilan keputusan yang akan dilakukan oleh pihak lain (Ardiansyah, et al., 2014). Adapun beberapa indikator *testimonial* yang digunakan dalam penelitian ini menurut Mon Lee dan Carla Jhonson (2007:186) dalam Ningrum & Tresnati (2017), antara lain sebagai berikut :

- 1) Daya tarik
- 2) Kredibilitas
- 3) Spontanitas

Berdasarkan indikator tentang *testimonial* diatas maka disusun pernyataan yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Pembuktian dari orang yang pernah membeli produk MSI memiliki kesamaan dengan apa yang sedang saya butuhkan.
- 2) Saya percaya bahwa pembuktian dari orang yang pernah membeli produk MSI merupakan pengalaman pribadi.

- 3) Saya percaya bahwa pembuktian dari orang yang pernah membeli produk MSI bersifat apa adanya, tanpa ada unsur rekayasa.

c. Word Of Mouth

Word of mouth merupakan penyebaran informasi tentang sebuah produk dari pelanggan kepada konsumen baru berdasar pengalamannya serta perolehan kepuasan terhadap produk tersebut (Finanda & Wiwaha, 2017). Adapun beberapa indikator *word of mouth* yang digunakan dalam penelitian ini menurut persebarannya (Priansa, 2017:348-349), yaitu :

- 1) *Talkers*
- 2) *Topics*
- 3) *Tools*

Berdasarkan indikator tentang *word of mouth* diatas maka disusun kuesioner dengan jawaban yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Saya mendapatkan informasi tentang produk MSI dari orang yang pernah membeli produk MSI.
- 2) Informasi yang saya dapatkan tentang produk MSI sesuai dengan apa yang saya butuhkan.
- 3) Penyampaian informasi dari seseorang yang pernah menggunakan produk MSI memudahkan saya dalam memberikan informasi kepada keluarga atau kerabat.

d. Ketertarikan Konsumen

Ketertarikan konsumen merupakan proses yang timbul diantara evaluasi alternatif dan keputusan pembelian dalam diri konsumen. Sebelum melakukan

evaluasi terhadap alternatif yang ada, konsumen memiliki dorongan untuk membeli atau memiliki produk atau jasa yang ditawarkan (Putri, 2016). Adapun beberapa tolak ukur yang digunakan dalam penelitian ini menurut (Priansa, 2017:168) :

- 1) Transaksional
- 2) Referensial
- 3) Prereferensial
- 4) Eksploratif

Berdasarkan indikator tentang ketertarikan diatas maka disusun pernyataan yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Saya tertarik untuk membeli produk MSI yang menyediakan berbagai produk kecantikan.
- 2) Saya bersedia untuk menceritakan kembali informasi tentang produk MSI kepada orang lain.
- 3) Saya memilih produk MSI sebagai pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan.
- 4) Saya akan mencari informasi terlebih dahulu kepada teman atau kerabat yang telah menggunakan produk MSI.

3.6. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat pengukur data yang digunakan untuk mengukur fenomena yang sedang diamati atau yang disebut dengan skala. Skala pengukuran ialah alat pengukur data yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga dapat menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian

ini adalah skala ordinal. Skala ordinal ialah skala yang menunjukkan data sesuai dengan urutan tertentu (Paramita & Rizal, 2018:67).

Tabel 3.3 Variabel. Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Harga (HRG)	1.1 Keterjangkauan Harga	Harga produk MSI yang terjangkau sesuai dengan harapan saya.	Ordinal	Samosir & Prayoga (2015)
		1.2 Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Produk MSI memiliki harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.		
		1.3 Daya saing harga	Harga produk MSI sesuai dengan daya beli saya dibanding dengan produk pesaing.		
		1.4 Kesesuaian harga dengan kualitas manfaat	Harga yang ditawarkan produk MSI setara dengan manfaat yang dirasakan.		
2.	<i>Testimonial</i> (TSM)	2.1 Daya tarik	Pembuktian dari orang yang pernah membeli produk MSI memiliki kesamaan dengan apa yang sedang saya butuhkan.	Ordinal	Ningrum & Tresnati (2017)
		2.2 Kredibilitas	Saya percaya bahwa pembuktian dari orang yang pernah membeli produk MSI merupakan pengalaman pribadi.		
		2.3 Spontanitas	Saya percaya bahwa pembuktian dari orang yang pernah membeli produk MSI bersifat apa adanya, tanpa ada unsur rekayasa.		
3.	<i>Word Of</i>	3.1 <i>Talkers</i>	Saya mendapatkan	Ordinal	Priansa

	<i>Mouth</i> (WOM)		informasi tentang produk MSI dari orang yang pernah membeli produk MSI.		(2017:348-349)
		3.2 <i>Topics</i>	Informasi yang saya dapatkan tentang produk MSI sesuai dengan apa yang saya butuhkan.		
		3.3 <i>Tools</i>	Penyampaian informasi dari seseorang yang pernah menggunakan produk MSI memudahkan saya dalam memberikan informasi kepada keluarga atau kerabat.		
4.	Ketertarikan Konsumen (KKM)	4.1 Transaksional	Saya tertarik untuk membeli produk MSI yang menyediakan berbagai produk kecantikan.	Ordinal	Priansa (2017:168)
		4.2 Referensial	Saya bersedia untuk menceritakan kembali informasi tentang produk MSI kepada orang lain.		
		4.3 Prereferensial	Saya memilih produk MSI sebagai pilihan utama dalam memenuhi kebutuhan.		
		4.4 Eksploratif	Saya akan mencari informasi terlebih dahulu kepada teman atau kerabat yang telah menggunakan produk MSI.		

3.7. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini terdiri dari pengumpulan data utama dan data pendukung, antara lain adalah sebagai berikut :

3.7.1. Pengumpulan Data Utama

Pada penelitian ini, pengumpulan data utama adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan lembaran berisikan pernyataan-pernyataan kepada responden dengan harapan dapat memberikan respons atas pernyataan tersebut (Umar, 2011:49). Pada penelitian ini, kuesioner yang digunakan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, argumen atau persepsi seseorang atau organisasi mengenai suatu obyek. Adapun bentuk skala *likert* (Sugiyono, 2015:165-166) antara lain sebagai berikut :

- | | |
|--|---|
| a. 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 MSI di Kabupaten Lumajang menggunakan skala *likert* yang dapat dibuat dalam bentuk *checklist* ataupun pilihan ganda. Peneliti berharap mendapatkan data yang akurat dari responden melalui kuesioner yang dilakukan untuk menilai ketertarikan konsumen melalui harga, *testimonial*, dan *word of mouth* pada produk MSI di Kabupaten Lumajang.

3.7.2. Pengumpulan Data Pendukung

a) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dimana peneliti melakukan pengamatan baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap obyek yang diteliti. Adapun instrumen yang digunakan berupa lembar pengamatan, panduan pengamatan dan lain sebagainya (Umar, 2011:51). Observasi pada penelitian ini dilakukan pengamatan secara langsung terhadap responden yaitu konsumen produk MSI di Kabupaten Lumajang.

b) Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan secara langsung dengan obyek yang diwawancarai, namun secara tidak langsung memberikan kesempatan untuk menjawab pertanyaan dilain waktu (Umar, 2011:51). Wawancara yang dilakukan peneliti adalah kepada konsumen produk MSI di Kabupaten Lumajang.

c) Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti. Teknik ini digunakan untuk memperoleh dasar-dasar dan pendapat secara tertulis yang dilakukan dengan cara mempelajari berbagai literatur yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian (Sugiyono, 2015c:94).

3.8. Teknik Analisis Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian kuantitatif teknik analisis data yang digunakan sudah jelas yakni responden diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal (Sugiyono, 2009:206).

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka terhadap kuesioner perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berdistribusi normal, terbebas dari multikolinearitas (*multicolonearity*) dan heterokedastisitas (*heterokedasticity*).

3.8.1. Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjangar 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

Validitas merupakan suatu instrumen yang digunakan untuk mengukur kecocokan obyek yang seharusnya diukur (Wiyono, 2011:111). Analisis faktor yang dilakukan pada uji validitas ini adalah dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi setiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat. Dalam

penelitian ini jika korelasi antar skor faktor dengan skor total kurang dari 0,3 maka hasil dari instrumen dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2015:173).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tersebut dapat dijamin pengukurannya dan dapat diandalkan (Suryani & Hendryadi, 2015:134). Pada pengukuran ini hanya dilakukan sekali namun hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain. Adapun suatu nilai ketentuan untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* $>0,60$ dan jika hasil $<0,60$ maka suatu konstruk dikatakan tidak reliabel (Nunnally, 1967) dalam Kurniawan (2014:102-103).

3.8.2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi sebagai pengujian 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 *Kolgorov Smirnov* (Umar, 2011:181). Untuk mendeteksi normalitas data pada penelitian ini di uji dengan uji *Kolgorov Smirnov* yang dilihat dari nilai residual yang dapat dikatakan normal apabila nilai residual yang dihasilkan di atas nilai signifikan yang di tetapkan. Dimana terdapat dasar pengambilan keputusan :

- a) Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah pada regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel indepenen. Apabila terdapat korelasi, maka masalah multikolinieritas harus diatasi (Umar, 2011:177). 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. Untuk kesamaan variasi residual suatu pengamatan ke pengamatan lain maka disebut homoskedastisitas, sedangkan untuk variasi residual yang berbeda disebut heteroskedastisitas (Umar, 2011:179). Uji heteroskedastisitas ini dapat dilakukan dengan metode *Scatter Plot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residual). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. (Kurniawan, 2014:158). Pada penelitian ini menggunakan metode dengan uji *Scatterplots*.

3.8.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana dimana terdapat persamaan menggunakan alat untuk memprediksi permintaan dimasa mendatang berdasar pada masa lalu untuk mengetahui

pengaruh pada satu atau lebih pada variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen). Perbedaan dengan regresi berganda adalah terdapat pada variabel bebas (independen) yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel terikat (dependen) (Siregar, 2015:301).

Rumus Regresi Linier Berganda

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

Dimana :

Y = Variabel terikat

X₁ = Variabel bebas pertama

X₂ = Variabel bebas kedua

X_n = Variabel bebas seterusnya

a, b₁, dan b₂ = Konstanta

Sehingga rumus regresi linier berganda dalam penelitian sebagai berikut :

$$KKM = a + b_1HRG + b_2TSM + b_3WOM$$

Dimana :

KKM = Ketertarikan Konsumen

HRG = Harga

TSM = *Testimonial*

WOM = *Word Of Mouth*

a = koefisien konstanta

Dengan analisis regresi linier berganda ini dapat diketahui variabel mana diantara variabel bebas (independen) yakni harga, *testimonial*, dan *word of mouth* yang memiliki pengaruh pada variabel terikat (dependen) yakni ketertarikan

konsumen(Kurniawan & Yunarto, 2016:91). Didalam analisis regresi linier berganda dapat ditentukan variabel yang paling dominan dengan cara uji dominan. Uji dominan merupakan alat uji untk mengetahui pengaruh yang paling dominan dari variabel independen terhadap variabel dependen yang dilihat dari nilai koefisien regresi (β) yang distandarisasi dengan nilai beta (Gunawan, 2017:90)

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, *testimonial*, dan *word of mouth*) terhadap variabel dependen (ketertarikan konsumen) pada produk MSI di 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 untk menguji hipotesis antara lain sebagai berikut (Siregar, 2015:284-287) :

1) Merumuskan hipotesis

H1 : Harga berpengaruh signifikan terhadap ketertarikan konsumen pada produk MSI di Kabupaten Lumajang.

H2 : *Testimonial* berpengaruh signifikan terhadap ketertarikan konsumen pada produk MSI di Kabupaten Lumajang.

H3 : *Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap ketertarikan konsumen pada produk MSI di 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) biasanya dinyatakan dalam bentuk presentase (%). Koefisien determinasi merupakan nilai yang digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variasi (naik turunnya) variabel dependen. Dengan kata lain, variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar $r^2\%$ kemudian sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Koefisien determinasi pada regresi linier berganda sebenarnya memiliki makna yang sama dengan koefisien determinasi regresi linier sederhana hanya saja pada regresi berganda koefisien determinasinya berganda dan bersifat parsial (Kurniawan & Yunarto, 2016:45-46).

Koefisien Determinasi (R^2) yang digunakan adalah *R Square*. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara 0 dan 1. Model yang baik menghasilkan nilai R^2 yang tinggi diatas 80% (Paramita & Rizal, 2018:82). Model *R Square* pada penelitian ini digunakan untuk mencari seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu harga, *testimonial*, dan *word of mouth* terhadap variabel dependen yaitu ketertarikan konsumen pada produk MSI di Kabupaten Lumajang.

