



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Sesuai dengan latar belakang, rumusan masalah, landasan teori dan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis akan menentukan langkah-langkah metodologi penelitian yang digunakan dalam skripsi ini. Metodologi penelitian berisikan tentang pengetahuan yang membahas mengenai metode apa saja yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian.

Dalam bab ini akan diuraikan lebih rinci mengenai objek penelitian, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian, desain penelitian, variable dalam penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengumpulan sampel, dan teknik analisis data penelitian.

#### A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah Teh Pucuk Harum. Sedangkan yang dijadikan sample pada penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah mengonsumsi The Pucuk Harum selama 6 bulan terakhir.

#### B. Desain Penelitian

Studi deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur yang digunakan dalam pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa: orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya.

Menurut Cooper dan Schindler (2014: 141), metode penelitian dibagi menjadi delapan perspektif, yaitu:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

1. Penelitian ini termasuk penelitian formal karena penelitian ini diawali dengan adanya batasan masalah dan hipotesis penelitian dimana tujuan akhirnya adalah menguji hipotesis dan menjawab batasan masalah.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan cara survey, yaitu menyebarkan kuisioner dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui kuesioner tersebut.

## 3. Pengendalian Variabel-Variabel oleh penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto*, karena penelitian ini dilakukan setelah kejadian sesudah fakta atau peristiwa yang telah terjadi sehingga penulis tidak dapat mengontrol variable bebasnya dan sifatnya tidak dapat dimanipulasi.

## 4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *causal-predictive* (sebab akibat). Metode ini bertujuan untuk mempelajari mengapa suatu variable dapat mengakibatkan perubahan atau pengaruh persepsi pelanggan terhadap suatu produk tertentu.

## 5. Dimensi Waktu

Penelitian ini merupakan studi cross-section dimana penelitian hanya dilakukan sekali dan mewakili satu periode tertentu.

## 6. Ruang Lingkup Topik

Penelitian ini menggunakan studi desain statistic dengan tujuan untuk memperluas studi bukan untuk memperdalamnya. Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistic.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3

4

5

6



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



## 7. Lingkungan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan actual, karena data-data yang didapatkan langsung dari lapangan dengan penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah membeli atau pernah mengonsumsi produk tersebut, khususnya di wilayah Jakarta.

## 8. Persepsi Subjek

Hasil kesimpulan dari penelitian ini bergantung kepada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian. Dimana persepsi subjek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian secara tidak terlihat. Oleh karena itu, penulis berusaha memberikan pemahaman kepada subjek penelitian untuk menghindari persepsi negative terhadap penelitian yang sedang penulis lakukan.

## 9. Variabel dan Definisi Operasional

Menurut Juliansyah Noor (2017: 47), variabel adalah suatu sebutan yang dapat diberi nilai angka (kuantitatif) atau nilai mutu (kualitatif). Variabel merupakan pengelompokkan secara logis dari dua atau lebih atribut objek yang diteliti. Di dalam penelitian ini, terdapat beberapa variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis dari penelitian ini, yaitu Kualitas Produk, Harga, Iklan Penjualan dan keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

### 1. Variabel Bebas

Menurut Robbins dalam Juliansyah Noor (2017: 48), variabel bebas atau *independent variable* merupakan sebab yang diperkirakan dari beberapa perubahan dalam variabel terikat, dan biasanya dinotasikan dengan symbol X. Penelitian ini memiliki 3 variabel bebas, yaitu kualitas produk, harga dan Iklan.



### **g) Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2016: 156), kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang didalamnya terdapat kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang langsung dan tidak langsung. Pengukuran Kualitas Produk ini diadaptasi dari Kotler (2016: 393) yaitu bentuk, fitur, penyesuaian, kualitas kinerja, kualitas kesesuaian, ketahanan, keandalan, gaya hidup, dan penyesuaian.

**Tabel 3.1**

**Butir Pertanyaan Variabel Kualitas Produk**

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Kualitas Produk (diadaptasi dari Kotler & Keller 2016)	Gaya	Teh Pucuk Harum rasanya enak	Interval
		Teh Pucuk Harum mempunyai rasa yang nikmat dan menyegarkan	Interval
		Desain kemasan Teh Pucuk Harum menarik	Interval
	Bentuk	Teh Pucuk Harum mempunyai volume ukuran yang memadai	Interval
	Ketahanan	Jangka waktu kadaluarsa Teh Pucuk Harum tahan lama	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 5. Harga

Menurut Sudaryono (2016: 216), harga adalah suatu nilai tukar yang biasa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan waktu tertentu. Pengukuran variabel harga diadaptasi dari Kotler dan Armstrong terjemahan Sabran (2012: 278), ada empat indikator yang harga yaitu: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.

**Tabel 3.2**

**Butir Pertanyaan Variabel Harga**

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Harga (diadaptasi dari Kotler & Armstrong terjemahan Sabran 2012)	Keterjangkauan	Harga Teh Pucuk Harum terjangkau	Interval
	Kesesuaian Harga dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan Teh Pucuk Harum sesuai dengan kualitas produk yang diberikan	Interval
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk	Harga yang ditawarkan Teh Pucuk Harum sesuai dengan manfaat produk yang saya rasakan.	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Daya Saing Harga	Harga Teh Pucuk Harum lebih murah dari pesaing sejenis.	Interval
---	------------------	---	----------

### Iklan

Menurut Kotler dan Keller (2016: 76), “*Promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it*”, artinya Promosi merupakan kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Pengukuran variabel Promosi diadaptasi dari Rambat Lupioyadi (2016: 178-182), yaitu : periklanan, penjualan perseorangan, Iklan penjualan, hubungan masyarakat, dan penjualan langsung.

**Tabel 3.3**

#### Butir Pertanyaan Variabel Iklan

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Iklan (Rambat Lupioyadi 2016)	Periklanan	Iklan Teh Pucuk Harum menarik	Interval
		Saya mengetahui iklan Teh Pucuk Harum dari media elektronik	Interval
		Informasi yang disampaikan Teh Pucuk Harum jelas	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 2. Variabel Terikat

Menurut Robbins dalam Juliansyah Noor (2017: 49), variabel terikat atau dependent variable merupakan faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain, dan biasanya dinotasikan dengan Y. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Disebut variabel terikat karena variabel ini dipengaruhi oleh variabel bebas atau variabel independent. Penelitian ini memiliki 1 variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

### a. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2013: 178), menyatakan bahwa, *“Purchase decision is the buyer’s decision about which brand to purchase”* yang artinya bahwa Keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk. Pengukuran variabel keputusan pembelian diadaptasi dari Kotler yang dikutip oleh Sigit Indrawijaya (2012) yaitu kemantapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam membeli produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, melakukan pembelian ulang.

Tabel 3.4

Butir Pertanyaan Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Keputusan pembelian	Kebiasaan dalam membeli sebuah produk	Saya selalu ingin membeli Teh Pucuk Harum	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kotler yang dikutip oleh Sigit Hdrawijaya 2012)	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	Saya merekomendasikan Teh Pucuk Harum kepada orang lain (keluarga, teman, kerabat)	Interval
	Melakukan pembelian ulang	Saya akan tetap mengkonsumsi Teh Pucuk Harum	Interval

#### D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel akan dilakukan dengan *non probability sampling*. Pendekatan yang digunakan adalah *judgment sampling*, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan adalah responden penelitian merupakan konsumen yang pernah mengkonsumsi Teh Pucuk Harum selama 6 bulan terakhir di wilayah Jakarta sebanyak 110 orang.

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis adalah teknik komunikasi. Teknik komunikasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan memberi sejumlah pertanyaan tertulis kepada responden. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang telah disusun sebelumnya beserta alternatif jawaban yang sudah ditetapkan. Pengumpulan data kuesioner yang dilakukan penulis menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang meminta persetujuan atas suatu pernyataan. Skala

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala likert yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban berupa angka yang dimulai dari 1 sampai dengan 5, dimana 1 menunjukkan nilai terendah sedangkan angka 5 menunjukkan nilai tertinggi.

**Tabel 3.5**  
**Tabel Skor Penelitian**

Skala	Skor
1) Sangat Tidak Setuju	1
2) Tidak Setuju	2
3) Cukup Setuju	3
4) Setuju	4
5) Sangat Setuju	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### 4. Teknik Analisis data

##### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

###### a. Uji Validitas

Menurut Juliansyah Noor (2017: 132), Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar – benar mengukur apa yang diukur. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui butir-butir pertanyaan yang diajukan dalam instrument (kuisisioner) valid atau tidak.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Suatu kuesioner dikatakan valid jika indikator pada kuesioner tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam Penelitian ini akan digunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Rumusnya dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(n \sum (X)^2 - (\sum X)^2)(n \sum (Y)^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi

$n$  = Jumlah responden

$\sum Y$  = Jumlah skor total item

$\sum X$  = jumlah skor total item

## b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Menurut Juliansyah Noor (2017: 130), reliabilitas atau keterandalan ialah indeks yang menunjukkan sejumlah mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atas stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan uji statistic Cronbach's Alpha. Suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach's alpha > 0,60. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini:

### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



$$r_{ii} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

k	:	banyaknya butir pertanyaan
$\sigma_i^2$	:	varian total
$\sum \sigma_i^2$	:	jumlah varian butir pertanyaan
$r_{ii}$	:	koefisien reliabilitas

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah transformasi data mentah ke dalam bentuk yang mudah dipahami atau diinterpretasi. Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran setiap variabel yang diteliti (Gulo, 2003: 140). Perhitungan deskriptif dapat dilakukan melalui:

### a. Porsentase

Data-data yang dikumpulkan dari kuesioner dibuat table untuk kategori data secara keseluruhan, selanjutnya data dalam data tersebut dipresentasikan untuk mengetahui tingkatan ranking terhadap masing-masing pertanyaan rumus presentase dapat dilibat sebagai berikut:

$$Fr_i = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Keterangan

$Fr_i$  = frekuensi relative

$\Sigma f_i$  = frekuensi

n = jumlah responden

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

**b. Rata-rata Tertimbang**

Rata-rata tertimbang adalah rata-rata yang dihitung dengan memperhitungkan timbangan/bobot untuk setiap datanya. Setiap bobot tersebut merupakan pasangan setiap data.

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan :

$\bar{x}$  = skor rata-rata tertimbang

$f_i$  = frekuensi (bobot)

$x_i$  = skor

$\Sigma f_i$  = jumlah responden

**c. Rentang Skala**

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi variabel dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$$Range = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan :

- m = skor tertinggi  
p = skor terendah  
b = banyak skor

Setiap kategori jawaban diberikan nilai rentang skala 1 sampai 5 dengan

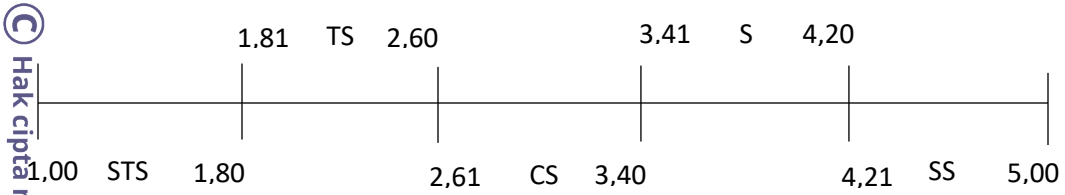
kategori berikut:

- |                     |     |
|---------------------|-----|
| Sangat tidak setuju | = 1 |
| Tidak setuju        | = 2 |
| Cukup setuju        | = 3 |
| Setuju              | = 4 |
| Sangat setuju       | = 5 |

Skor penelitian tertinggi untuk setiap pernyataan adalah 5. Skor terendah adalah 1, sehingga rentang skala yang diperoleh:

$$Rs = \frac{5 - 1}{1} = 0,8$$

Sehingga posisi jawaban sebagai berikut:



Tabel 3.6

Rentang Skala

Rentang Skala	Kategori	Kualitas Produk	Harga	Iklan	Keputusan Pembelian
1,00 - 1,80	Sangat tidak setuju	Sangat tidak baik	Sangat tidak sesuai	Sangat tidak menarik	Sangat tidak tinggi intensitasnya
1,81 - 2,60	Tidak setuju	Tidak baik	Tidak sesuai	Tidak menarik	Tidak tinggi intensitasnya
2,61 - 3,40	Cukup setuju	Cukup baik	Cukup sesuai	Cukup menarik	Cukup tinggi intensitasnya
3,41 - 4,20	Setuju	Baik	Sesuai	Menarik	Tinggi intensitasnya
4,21 - 5,00	Sangat setuju	Sangat baik	Sangat sesuai	Sangat menarik	Sangat tinggi intensitasnya

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### 3. Analisis regresi ganda

Penulis menggunakan analisis regresi ganda dengan model persamaan regresi:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan :

$Y$  = Variable terikat (Keputusan Pembelian)

$X_1$  = Variabel Kualitas Produk

$X_2$  = Variabel Harga

$X_3$  = Variabel Iklan

$\beta$  = nilai konstanta

$\beta_{1,2,3}$  = koefisien regresi

Persamaan regresi tersebut diatas akan diestimasi dengan metode Ordinary Least

Square (OLS), sehingga persamaan estimasi tersebut adalah:

$$\hat{y} = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

#### a. Asumsi Klasik

Persyaratan dalam estimasi persamaan regresi dengan metode OLS harus memenuhi asumsi klasik sebagai berikut :

##### 1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016: 154), Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan :



Tidak tolak  $H_0$  bila probabilitas  $\geq 0.05$

Tolak  $H_0$  bila probabilitas  $< 0.05$

## 2) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016: 103), Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance atau VIF dari masing-masing variable dengan menggunakan software SPSS. Dasar pengambilan keputusan:

- a) Jika nilai tolerance  $\geq 0.10$  atau VIF  $< 10$  maka tidak terdapat multikolinieritas
- b) Jika nilai tolerance  $< 0.10$  atau VIF  $\geq 10$  maka terdapat multikolinieritas

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016: 134), Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

## 4) Uji Otokorelasi

Menurut Ghozali (2016: 107), Uji Otokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$ . Jika terjadi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





korelasi, maka dinamakan ada problem otokorelasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada otokorelasi.

**c. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

**b. Uji keberatian Model (Uji F)**

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian fit dan layak untuk digunakan dalam penelitian. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu model regresi signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$$

$$H_a: \text{Paling sedikit ada satu } \beta_i \neq 0$$

- 1) Dari table ANOVA diperoleh nilai F hitung dan Sig. F untuk model regresi.
- 2) Bandingkan nilai Sig.F dengan  $\alpha=0,05$ 
  - a) Jika nilai sig.F  $\geq 0.05$  maka model tidak fit dan tidak layak untuk digunakan dalam penelitian
  - b) Jika nilai Sig.F  $< 0.05$  maka model fit dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

**c. Uji Signifikan Koefisien ( Uji t)**

Uji t digunakan untuk melihat signifikansi mode regresi, apakah setiap variabel independent berpengaruh pada variable dependent. Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis dari penelitian didasarkan pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variable independent pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variable independent terhadap variable dependent.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu variable independent signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

$$H_0: \beta_i = 0$$

$$H_a: \beta_i > 0$$

Keterangan :  $i = 1,2,3$

- 1) Dari table coefficient diperoleh nilai t hitung dan Sig.2 tailed untuk masing-masing variable independent yang diuji
- 2) Bandingkan nilai Sig. t (one tailed) dengan  $\alpha=0.05$ 
  - a) Jika nilai Sig. t  $\geq \alpha$  maka variable independent tidak terbukti berpengaruh terhadap variable dependent.
  - b) Jika nilai Sig. t  $< \alpha$  maka variable independent terbukti berpengaruh signifikan terhadap variable dependent.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.