



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah *smartphone* merek Oppo di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara. Subjek penelitian ini adalah pengguna *smartphone* merek OPPO di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret sampai September 2020 di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara.

B. Desain Penelitian

Metode bagi suatu penelitian merupakan suatu alat di dalam pencapaian suatu tujuan untuk memecahkan suatu masalah. Menurut Sugiyono (2018:2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian yang dilakukan dengan cara masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indra manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian yang menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2017:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih.

Melalui penelitian deskriptif maka dapat diperoleh deskripsi dari rumusan masalah yaitu bagaimana pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan *smartphone* Oppo di wilayah Kelapa Gading.



C. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

Berdasarkan rumusan masalah, ada beberapa variabel yang akan diteliti sebagai bahan analisis dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek, dan kepuasan pelanggan. Indikator dan *item* pertanyaan setiap variabel dijabarkan sebagai berikut:

1. Variabel Independen Kualitas produk

Kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu produk atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan. Pengukuran variabel kualitas produk dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas produk	Kinerja	- Produk saat digunakan untuk membuka aplikasi terasa responsive.	Interval
	Keindahan	- Produk memiliki tampilan yang menarik dan mengikuti tren.	Interval
	Kesesuaian dan spesifikasi	- Produk memiliki kesesuaian dengan apa yang dipasarkan dan memiliki spesifikasi yang sesuai diharapkan oleh konsumen.	Interval
	Fitur	- Produk memiliki keamanan untuk tidak dapat mudah diretas.	Interval
	Daya tahan	- Produk memiliki daya tahan yang baik.	Interval

Sumber: Martinich dalam Yamit (2013)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.



2. Variabel Independen Citra Merek

Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen yang selalu di ingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam di benak konsumennya. Pengukuran variabel citra merek dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Citra Merek	Keunggulan merek	<ul style="list-style-type: none"> - Produk OPPO memiliki Kualitas yang baik. - Produk OPPO dapat menambah rasa percaya diri. - Produk OPPO diproduksi oleh perusahaan yang memiliki kredibilitas tinggi. 	Interval
	Kekuatan merek	<ul style="list-style-type: none"> - Produk OPPO memiliki teknologi yang canggih - Produk OPPO memiliki inovasi yang terus berkembang. - Produk OPPO melakukan pengenalan merek terhadap konsumen dengan baik. 	Interval
	Keunikan merek	<ul style="list-style-type: none"> - Produk OPPO memiliki Image merek yang baik. - Produk OPPO memiliki harga jual yang stabil. - Produk OPPO memiliki banyak pilihan warna dan jenis. 	Interval

Sumber: Roslina (2010)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



3. Variabel Independen persepsi harga

Persepsi harga ialah bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah dan adil. Pengukuran variabel persepsi harga dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Persepsi Harga	Kualitas	- Produk OPPO memiliki kesesuaian harga dengan kualitas.	Interval
		- Produk OPPO memiliki Kesesuaian harga dengan manfaat.	
	Biaya yang dikorbankan	- Produk OPPO memiliki harga yang bersaing.	Interval

Sumber: Pardede dan Haryadi, 2017

4. Variabel Dependen kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Pengukuran variabel kepuasan pelanggan dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan pelanggan	Tetap setia	- Pelanggan selalu menggunakan produk OPPO	Interval
	Membeli produk yang ditawarkan	- Pelanggan melakukan pembelian ulang	
	Merekomendasikan produk	- Pelanggan merekomendasikan produk kepada orang lain	
	kesediaan membayar lebih	- Pelanggan bersedia membayar lebih untuk produk yang ditawarkan	
	Memberi masukan	- Pelanggan memberikan saran kepada perusahaan	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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Sumber: Kotler dan Keller (2012)

D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2018) non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama kepada sampel. Menurut Sekaran dan Bougie (2017) beberapa desain pengambilan sampel nonprobabilitas lebih dapat diandalkan daripada desain yang lain dan dapat memberikan sejumlah petunjuk penting untuk informasi yang potensial yang berguna terkait dengan populasi.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018) purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan berbagai pertimbangan tertentu. Menurut Sekaran dan Bougie (2017) pengambilan sampel dalam purposive sampling terbatas hanya pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena mereka adalah satu-satunya pihak yang memilikinya ataupun mereka yang memenuhi kriteria yaitu menggunakan *smartphone* dan tinggal di wilayah Kelapa Gading.

Menurut Hair et al., (2014) sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pertanyaan yang akan di analisis, dan ukuran sampel akan lebih diterima apabila memiliki rasio 10:1. Dalam penelitian ini terdapat 22 item pertanyaan, maka ukuran sampel yang dibutuhkan minimal sejumlah $22 \times 5 = 110$ sampel yang menggunakan produk *smartphone* oppo di wilayah Kelapa Gading.

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

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



E. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengambilan data adalah menggunakan teknik komunikasi dengan pendekatan kuesioner dengan cara menyebarkan melalui *google form* kepada para responden yang menggunakan produk ponsel Oppo dan beralamat tinggal di wilayah Kelapa Gading. Kuesioner yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Peneliti menggunakan skala likert yang dikembangkan oleh Rensis Likert untuk mengetahui tingkat komitmen kerja karyawan dengan menentukan skor pada setiap pertanyaan. Skala likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala lima titik. Skala ini banyak digunakan karena mudah dibuat, bebas memasukkan pernyataan yang relevan, realibilitas yang tinggi dan aplikatif pada berbagai aplikasi. Penelitian ini menggunakan sejumlah pernyataan dengan skala 5 yang menunjukkan setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan yang tertera pada kuesioner.

1 = sangat tidak setuju

2 = tidak setuju

3 = kurang setuju

4 = setuju

5 = sangat setuju

F. Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan melalui hasil kuisisioner dari responden kemudian diolah dengan SPSS untuk dapat dianalisis. Dalam menganalisis peneliti menggunakan beberapa metode analisis, yaitu sebagai berikut :

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

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. Uji Validitas

Menurut Imam Ghazali (2016:52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Pernyataan dikatakan valid apabila koefisien antara item dengan total item sama atau di atas 0.3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dinyatakan dibawah 0,3 maka dinyatakan nilai korelasinya tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghazali (2016:47), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indikator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel. Pengukuran realibilitas dapat dilakukan dengan *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila nilai

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.

Cronbach Alpha (α) > 0,70 sedangkan apabila nilai *Cronbach Alpha* (α) < 0,70 maka dikatakan tidak reliabel.

3. Analisis Deskriptif

a. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Rata-rata hitung atau mean dilakukan dengan cara menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel pada setiap variabel / dimensi / indikator, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut.

Rumus rata-rata hitung populasi adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum f \cdot x}{n}$$

Keterangan:

\bar{X} = Rata-rata hitung

$\sum f$ = Jumlah frekuensi

x = Skor untuk jawaban

n = Banyaknya responden

b. Rentang Nilai

Rumus yang digunakan adalah:

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

Keterangan:

m : Skor tertinggi

p : Skor terendah

b : Banyak kategori

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

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.



Tabel 3.6

Rentang Nilai	Kriteria (Kepuasan Pelanggan)
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4. Analisis Regresi Berganda

Model regresi linier ganda yang akan digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Persepsi Harga

X_3 = Citra Merek

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien X_1

β_2 = Koefisien X_2

β_3 = Koefisien X_3

y = Kepuasan Pelanggan

ϵ = Variabel Pengganggu (residual)

a. Uji Asumsi Klasik

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.

Sebelum data tersebut dianalisis, model regresi berganda di atas harus memenuhi syarat asumsi klasik sebagai berikut:

(1) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen maupun dependen mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik. Pada penelitian ini, cara yang digunakan yaitu dengan analisis statistik yaitu dengan menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : data residual berdistribusi normal.

H_a : data residual berdistribusi tidak normal.

Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal.

(2) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ada regresi antar kesalahan pengganggu pada periode (t) dengan periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka terdapat masalah korelasi. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah yang bebas dari

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.



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.

autokorelasi. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan uji Durbin Watson (DW). Untuk pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi dalam suatu model dapat digunakan patokan nilai dari DW hitung mendekati angka 2. Jika nilai DW hitung mendekati atau sekitar 2 maka model tersebut terbebas dari asumsi klasik autokorelasi (Ghozali, 2018:111). Kriteria pengambilan keputusan pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai DW antara 0 sampai 1,5 berarti terdapat autokorelasi positif.
- 2) Nilai DW antara 1,5 sampai 2,5 berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Nilai DW antara 2,5 sampai 4 berarti terdapat autokorelasi negatif.

(3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2018:137). Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji heterokedastisitas menggunakan uji Glejser. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari probabilitas



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.

signifikansinya, jika nilai significansinya diatas tingkat kepercayaan 5% maka dapat disimpulkan tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2018:142). Uji ini dapat dilakukan dengan uji Glejser sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifkansi $> 0,05$ maka terdapat homoskedastisitas atau tidak terdapat heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai signifkansi $< 0,05$ maka terdapat heteroskedastisitas atau tidak terdapat homoskedastisitas.

(4) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:103) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel *independent* saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independent* sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

$VIF > 10$ maka terjadi multikolinieritas.

$VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

b. Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)



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.

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penggunaan tingkat signifikansinya beragam, tergantung keinginan peneliti, yaitu 0,01 (1%) ; 0,05 (5%) dan 0,10 (10%). Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. Sebagai contoh, kita menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05), jika nilai probabilitas < 0,05, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Namun, jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:

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

$$H_a : \text{Paling sedikit ada satu } \beta_i \neq 0 ; i = 1,2$$

Kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut:

1. Apabila nilai sig. F < 0.05 maka tolak H_0 , yang menunjukkan model regresi tersebut signifikan.
2. Apabila nilai sig. F > 0.05 maka tidak tolak H_0 , yang menunjukkan model regresi tersebut tidak signifikan.

c. Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig (*significance*). Jika probabilitas nilai t atau signifikansi < 0,05, maka dapat dikatakan bahwa terdapat



pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:

- i. Pengaruh persepsi harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

$$H01 : \beta_1 = 0$$

$$Ha1 : \beta_1 > 0$$

- ii. Pengaruh *brand image* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

$$H02 : \beta_2 = 0$$

$$Ha2 : \beta_2 > 0$$

- iii. Pengaruh kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)

$$H01 : \beta_3 = 0$$

$$Ha1 : \beta_3 > 0$$

Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut :

(a) Jika nilai $\text{sig-t} < 0,05$, maka tolak H_0 , atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

(b) Jika nilai $\text{sig-t} > 0,05$, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian

d. Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model (ROE, EPS, NPM dan MVA) dalam menerangkan variasi variabel dependen (tidak bebas) (Harga Saham). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2009:87). Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimaksudkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 (Adjusted R Square) pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Ghozali, 2009:87).

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

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