



BAB III

METODE PENELITIAN

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

A. Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah pengaruh elemen-elemen atribut produk terhadap perilaku pembelian konsumen sepatu olahraga merek Nike, sedangkan subyek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan memakai sepatu olahraga merek Nike. Penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuesioner terhadap konsumen yang pernah membeli dan memakai sepatu olahraga merek Nike.

B. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif. Metode penelitian deskriptif yaitu suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menguraikan, menjelaskan elemen-elemen atribut produk dan perilaku pembelian konsumen sepatu olahraga merek Nike.

Kemudian peneliti juga menggunakan metode penelitian kausal, yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh elemen-elemen atribut produk terhadap perilaku pembelian konsumen sepatu olahraga merek Nike.

Pendekatan untuk pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei, yaitu dengan mengumpulkan data dan informasi sebanyak-banyaknya melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan terhadap konsumen yang pernah membeli dan memakai sepatu olahraga merek Nike.

C. Variabel Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, variabel-variabel yang akan penulis teliti terdiri dari dua jenis, 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. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat atau *dependent*. Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah: kualitas produk (X1), fitur produk (X2), desain produk (X3), harga produk (X4), dan merek produk (X5).

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel *dependent* yang digunakan adalah variabel perilaku pembelian yang dilakukan oleh konsumen (Y).

Tabel 3.1

Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Pengukuran berdasarkan indikator	Skala
Atribut Produk: Kualitas Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sepatu olahraga merek Nike memiliki performa yang baik. 2. Sepatu olahraga merek Nike memiliki daya tahan yang baik. 3. Sepatu olahraga merek Nike konsisten dalam kualitas produk yang diproduksinya. 	Interval
Fitur Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sepatu olahraga merek Nike memiliki fitur yang lebih menarik dibandingkan sepatu olahraga lainnya. 2. Sepatu olahraga merek Nike mempunyai fitur yang lengkap serta dapat memberikan kemudahan kepada konsumen. 3. Fitur yang dimiliki sepatu olahraga merek 	Interval



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Didukung Undang-Undang Desain Produk</p>	<p>Nike selalu dikembangkan dan diperbaharui sesuai dengan kebutuhan konsumen.</p>	
<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Didukung Undang-Undang Desain Produk</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sepatu olahraga merek Nike memiliki desain yang bagus dan menarik. 2. Sepatu olahraga merek Nike memiliki ciri khas produk tersendiri. 3. Sepatu olahraga merek Nike memiliki desain yang menunjang fungsi produk. 	Interval
<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Didukung Undang-Undang Harga Produk</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan sepatu olahraga merek Nike sesuai dengan kualitas yang didapatkan. 2. Harga yang ditawarkan sepatu olahraga merek Nike terjangkau. 	Interval
<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Didukung Undang-Undang Merek Produk</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sepatu olahraga merek Nike memiliki reputasi merek yang baik. 2. Sepatu olahraga merek Nike memiliki simbol merek yang menarik. 3. Sepatu olahraga merek Nike memberikan rasa percaya diri ketika menggunakannya. 4. Sepatu olahraga merek Nike mewakili kepribadian saya. 	Interval
<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Didukung Undang-Undang Perilaku Pembelian</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setiap saya akan membeli sepatu olahraga, saya akan membeli sepatu olahraga merek Nike. 	Interval

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	2. Saya akan tetap membeli sepatu olahraga merek Nike di waktu yang akan datang.	
---	--	--

D. Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang didapat dari sumber pertama, dari individu hasil wawancara atau pengisian kuesioner.

Untuk memperoleh data primer yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para konsumen yang memiliki pengetahuan terhadap atribut produk sepatu olahraga merek Nike. Kuesioner disebarkan dengan cara *online*. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk diberi jawaban. Tujuan kuesioner ini adalah untuk memperoleh data berupa jawaban responden untuk dijadikan informasi yang berguna bagi penelitian.

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* atau yang disebut juga penarikan sampel secara tidak acak. Dalam penggunaan *non probability sampling* ini pengetahuan, kepercayaan, dan pengalaman seseorang sering kali dijadikan pertimbangan untuk menentukan anggota populasi yang akan dijadikan sebagai sampel.

Pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling* atau sampel pertimbangan. Peneliti menetapkan kriteria dari sampel yang akan diambil berdasarkan pertimbangan bahwa unsur penelitian tersebut akan membantu menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Kriteria tersebut adalah mereka yang berusia 17 tahun keatas dan mereka yang pernah membeli serta memakai sepatu olahraga merek Nike. Untuk sampel penelitian, penulis membatasi jumlah kuesioner sebanyak 100 responden.

© HAK CIPTA MILIK IBI BKKG (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; penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas menurut Ghazali (2009: 49), 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. Pada intinya, validitas untuk mengukur apakah pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.

Uji validitas menurut Husein Umar (2008: 111), menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* 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 = Korelasi *product moment*

x = Skor tiap pertanyaan

n = Jumlah anggota sampel

y = Skor total

Uji Korelasi dilakukan dengan membandingkan r yang didapat dengan *r-pearson product moment* pada tabel, dilihat dari n = jumlah respondendengan $\alpha=5\%$ atau pada tingkat kepercayaan 95%, Maka r-tabel (0,05; 30) = 0,361. Jika r-hitung > r-tabel maka butir pertanyaan yang diteliti dianggap valid, sebaliknya jika r-hitung < r-tabel maka butir pertanyaan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, maka berikutnya alat ukur tersebut diuji reliabilitasnya. Reliabilitas menurut Ghazali (2009: 45), adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu

kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan

adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat

dilakukan dengan dua cara yaitu:

Repeated Measure atau pengukuran ulang

Disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.

One Shot atau pengukuran sekali saja

Disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

Uji reliabilitas menurut Husein Umar (2008: 58), menggunakan rumus *Cronbach's alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyaknya butir pertanyaan
- σ_t^2 = Variansi total
- $\sum \sigma_b^2$ = Jumlahvarian butir

Sebelum menghitung dengan rumus *Cronbach's Alpha*, jumlah varian butir dicari dulu dengan cara menilai varian tiap butir, kemudian dijumlahkan. Rumus varian yang digunakan 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



$$S^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

S^2 = Varians

n = Jumlah responden

x = Nilai skor yang dipilih

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Skala Likert

Kriteria keputusan uji statistik *Cronbach's Alpha* menurut Ghozali (2009: 48), adalah minimal 0,6 maka instrumen dinyatakan reliabel.

Skala likert digunakan untuk bertanya kepada responden, dengan skala ini responden ditanya untuk merespon setiap pertanyaan dan diminta untuk menjawab berdasarkan skala pengukuran. Setiap respon diberi skor numerik untuk mencerminkan bobot dari sikap persetujuan, dan nilai dapat dijumlahkan untuk mengukur sikap peserta secara keseluruhan. Skala likert menghasilkan data interval.

Menurut Cooper dan Schindler (2008: 308), skala likert berisi lima tingkat jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

Skala peringkat	Bobot
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

Untuk mempromosikan jawaban responden maka digunakan rentang skala yang menggambarkan posisi dari yang sangat negatif ke posisi yang sangat positif 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



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

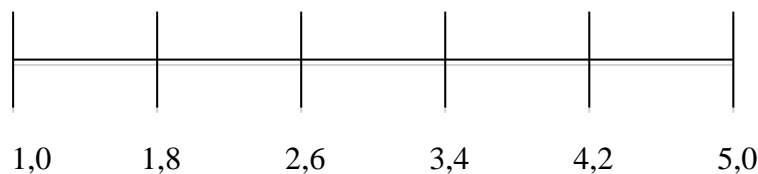
Ⓒ Hak Cipta milik TBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Keterangan:

- m : Rata-rata nilai tertinggi
- n : Rata-rata nilai terendah
- b : Jumlah kelas

Mengingat skor tertinggi adalah 5, skor terendah adalah 1 dan jumlah kategori adalah 5, maka:

$$Range = (5 - 1) / 5 = 0,8$$

Kemudian nilai rata-rata hitung yang diperoleh dikelompokkan dalam kelas-kelas berbentuk rentang skala sebagai berikut:



Interpretasi angka-angka yang tercantum diatas adalah sebagai berikut:

- 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

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2009: 147), tujuan dari uji normalitas adalah menguji apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan

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.



mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini

Ⓒ dilanggar maka uji statistik menjadi tidak *valid* dan statistik parametrik tidak dapat digunakan.

Uji statistik yang digunakan untuk uji normalitas data dalam penelitian ini adalah uji statistik non parametrik *Kolmogorov-Smirnov*, dengan hipotesis:

Ho : Data residual berdistribusi normal

Ha : Data residual tidak berdistribusi normal

Hasil analisis ini kemudian dibandingkan dengan nilai kritisnya. Ada pedoman pengambilan keputusan, yaitu:

- (1) Jika angka signifikansi (Sig) > $\alpha = 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- (2) Jika Angka signifikansi (Sig) < $\alpha = 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2009: 95), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen. Pengujian dilihat dalam SPSS pada tabel *coefficients* kolom *collinearity statistics*. Data yang baik adalah data yang tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Multikolinearitas menurut Husein Umar (2008: 83), menggunakan rumus sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{(1 - R^2)}$$

Keterangan:

VIF = Nilai *variance inflation factor*

R² = Nilai koefisien determinasi

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.



Ada pedoman pengambilan keputusan, yaitu:

- (1) Jika nilai pada kolom *tolerance* $> 0,1$ dan nilai pada kolom VIF (*variance inflation factor*) < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas
- (2) Jika nilai pada kolom *tolerance* $< 0,1$ dan nilai pada kolom VIF (*variance inflation factor*) > 10 , maka terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2009: 125), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Uji *Glejser* digunakan dalam pengujian heteroskedastisitas. Pengujian dilihat pada SPSS dalam tabel *coefficient* abres kolom *sig*. Data yang baik adalah yang bersifat homokedastisitas. Ada pedoman pengambilan keputusan yaitu:

- (1) Jika angka signifikansi (Sig) $> \alpha = 0,05$ maka homokedastisitas.
- (2) Angka signifikansi (Sig) $< \alpha = 0,05$ maka heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2009: 99), uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode *t* dengan kesalahan pengganggu pada periode *t-1* atau sebelumnya. Biasanya terjadi pada data *time series*. Kesalahan yang terjadi pada *t-1* diharapkan tidak terjadi lagi pada periode *t*. Pengujian dilihat dalam SPSS pada tabel *model summary* kolom Durbin Watson. Data yang baik adalah data yang tidak terjadi autokorelasi.

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



Menurut Husein Umar (2008: 87), rumus uji autokorelasi adalah sebagai berikut:

$$DW = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

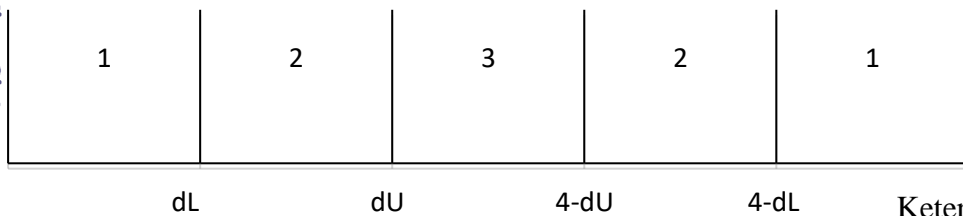
Keterangan:

t = Periode Waktu

et = Residual pada periode waktu

et-1 = Residual pada satu periode sebelum t

Menurut Priyatno (2013: 77), berikut ini adalah gambar yang menjadi pedoman untuk menentukan terjadi adanya autokorelasi atau tidak.



1 = Daerah terjadinya autokorelasi

2= Daerah tidak ada kesimpulan

3= Daerah tidak terjadinya autokorelasi

dL = Batas bawah

dU = Batas atas

© 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.



5. Uji Hasil Persamaan Regresi Berganda

Secara teoritis model yang digunakan dalam penelitian ini akan menghasilkan nilai parameter model penduga yang sah bila memenuhi asumsi normalitas, multikolinearitas, heterokedastisitas, dan autokorelasi. Maka dalam penelitian ini dilakukan terlebih dahulu pengujian terhadap asumsi klasik dalam model regresi.

Tujuan pengujian regresi berganda adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Penulis menggunakan analisis regresi berganda karena terdapat lebih dari satu variabel dependen. Adapun persamaan regresi sebagai penduga dalam model regresi berganda berikut ini:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

Keterangan:

Y = Perilaku pembelian

β_0 = Konstanta

β_n = Koefisien dari variabel independen

X_1 = Kualitas produk

X_2 = Fitur produk

X_3 = Desain produk

X_4 = Harga produk

X_5 = Merek produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Menurut Priyatno (2013: 48), uji F atau uji koefisien regresi secara serentak yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Signifikansi berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Penggunaan tingkat signifikansi beragam sesuai keinginan peneliti yaitu 0,01 (1%); 0,05 (5%) dan 0,10 (10%). Dalam pengujian ini, menggunakan tingkat kepercayaan 95% dan *significance level* ($\alpha=5\%$). Hasil uji F dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. Ada 2 pedoman pengambilan keputusan, yaitu:

- (1) Jika probabilitas $> 0,05$ maka tidak tolak H_0 (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- (2) Jika probabilitas $< 0,05$ maka tolak H_0 (koefisien regresi signifikan). Ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Menurut Priyatno (2013: 50), uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha=5\%$).

Ada 2 pedoman pengambilan keputusan, yaitu:

- (1) Jika probabilitas $> 0,05$ maka tidak tolak H_0 (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

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



- (2) Jika probabilitas $< 0,05$ maka tolak H_0 (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

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

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Menurut Priyatno (2013: 56), analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu kualitas, fitur, desain, harga, dan merek terhadap variabel dependen yaitu perilaku pembelian yang dapat diketahui dalam SPSS pada tabel *model summary* dalam kolom R^2 . Nilai R^2 berada diantara 0 hingga 1. Jika nilai R^2 mendekati 1, maka semakin baik dan variabel independen dapat memberikan hampir semua informasi untuk menjelaskan variabel dependen.

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.