

BAB III

METODE PENELITIAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.1 Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah produk pakaian merek Uniqlo. Subjek penelitian ini yaitu pelanggan yang pernah membeli produk Uniqlo minimal satu kali.

3.2 Disain Penelitian

Menurut Radjab dan Jam'an (2017:72) disain penelitian adalah rencana dan struktur penyelidikan yang digunakan untuk memperoleh bukti – bukti empiris dalam menjawab pertanyaan penelitian. Dalam desain penelitian, banyak gambaran mengenai prosedur untuk mendapatkan data atau informasi yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Desain penelitian yang baik akan menghasilkan proses penelitian yang efektif dan efisien.

Menurut Schindler (2022:79) disain penelitian diklasifikasikan menjadi delapan kategori sebagai berikut:

1. Tujuan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif karena tujuannya untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya serta mendapatkan jawaban terkait dengan siapa, apa, dimana.

2. Kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel yang sedang diteliti

Pengontrolan variabel oleh periset yaitu *Ex Post Facto* karena peneliti hanya mengexpose fakta – fakta yang sudah ada. Peneliti tidak dapat mengontrol dan mengubah apapun di lapangan, hanya bisa meneliti melalui kuisioner yang

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.



telah diisi. Kualitas produk dan harga produk Uniqlo ditentukan oleh pihak eksternal yaitu Uniqlo itu sendiri. Peneliti hanya menelitinya dan tidak bisa ikut untuk menentukan variabel tersebut begitupun dengan keputusan pembelian ulang. Keputusan pembelian ulang konsumen Uniqlo tidak dapat dikontrol oleh peneliti.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Ruang lingkup topik penelitian

Cakupan topik dalam penelitian ini yaitu studi statistik karena hasilnya untuk digeneralisasi dan dapat mengacu dari penelitian lain. Peneliti meneliti dari sumber – sumber yang sudah ada dan mengumpulkan data melalui kuisisioner lalu kemudian data diolah dan dianalisis barulah kemudian hasilnya di generalisasi.

4. Penekanan pengukuran dari teknik penelitian

Penelitian ini akan menggunakan riset kuantitatif dengan metode survei dan pendekatan eksplanatif. Derajat kristalisasi pertanyaan riset yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah studi formal karena hanya meneliti dari hasil penelitian yang sudah ada, bukan menciptakan penelitian baru.

5. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu komunikasi karena variabel dalam penelitian ini tidak bisa diamati secara langsung. Nantinya peneliti akan menyebarkan kuesioner melalui *Google Forms*. Keputusan pembelian ulang dipengaruhi oleh banyak faktor dan perlu diteliti terlebih dahulu untuk bisa mendapatkan kesimpulan akhir atau hasil penelitian. Tidak perlu melakukan eksperimen dengan terjun langsung ke lapangan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.



6. Lingkungan penelitian

- ③ Lingkungan riset dalam penelitian ini yaitu kondisi lapangan, artinya akan mengikuti kondisi lapangan yang sesungguhnya dengan melakukan survei berupa menyebarkan kuisioner kepada konsumen produk Uniqlo.

7. Dimensi waktu

Dimensi waktu dalam penelitian ini yaitu lintas bagian (*cross section*) karena penelitian ini dilakukan diwaktu tertentu saja, tidak berulang kali yaitu selama bulan Oktober 2023 sampai dengan Januari 2024.

8. Kesadaran penelitian para peserta

Kesadaran responden dalam mengisi kuesioner secara tidak langsung dapat mempengaruhi hasil penelitian ini. Sehingga tidak ada penyimpangan yang dirasakan responden saat mengisi kuesioner penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Radjab dan Jam'an (2017:99) populasi adalah keseluruhan objek yang akan atau ingin diteliti. Populasi ini sering juga disebut *Universe*. Anggota populasi dapat berupa benda hidup maupun benda mati, dimana sifat-sifat yang ada padanya dapat diukur atau diamati. Dalam penelitian ini populasinya adalah pelanggan Uniqlo daerah JABODETABEK.

Menurut Sugiyono (2013:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

③ 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



harus betul-betul representatif (mewakili) karena jika tidak representatif maka tidak mencakup keseluruhan dari populasi.

Menurut Sugiyono (2013:82) dalam mengambil sampel, ada beberapa teknik yang dapat digunakan yaitu *probability sampling* dan *nonprobability Sampling*. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2013:84), *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu yang dapat memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti. Kriteria dari pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu responden yang pernah membeli produk Uniqlo Indonesia minimal satu kali di JABODETABEK.

Menurut Hair, et.al (2018:132) para peneliti umumnya tidak akan menganalisis faktor sampel yang kurang dari 50 dan sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih, atau minimum lima kali lebih banyak dibandingkan jumlah variabel yang akan dianalisis. Sampel pada penelitian ini yaitu berjumlah 130 orang sehingga memenuhi kriteria dari Hair, et.al yang mengharuskan sampel berjumlah 100 atau lebih.

3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini yaitu di JABODETABEK. Alasan dalam pemilihan lokasi tersebut karena tingginya minat masyarakat di daerah JABODETABEK akan produk Uniqlo.



3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:38) variabel adalah segala sesuatu yang dapat berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, didapatkan informasi mengenai hal tersebut barulah kemudian ditarik kesimpulannya. Selain itu, variabel juga dapat berbentuk seperti tinggi, berat badan, sikap, motivasi, kepemimpinan, disiplin kerja, atau hal lainnya yang merupakan atribut – atribut dari setiap orang.

Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas produk, persepsi harga, dan keputusan pembelian ulang. Kualitas produk (X_1) dan persepsi harga (X_2) merupakan variabel bebas atau independen dan keputusan pembelian ulang (Y) merupakan variabel terikat atau dependen. Hal ini disebabkan karena kualitas produk berpengaruh terhadap perubahan yang terjadi pada harga dan keputusan pembelian ulang.

Keputusan pembelian ulang merupakan variabel terikat karena dipengaruhi oleh variabel bebas. Keputusan pembelian ulang bisa tercipta karena disebabkan oleh kualitas produk dan persepsi harga. Ada hubungan simetris antara ketiga variabel tersebut. Hubungan simetris yang tercipta yaitu antara kualitas produk dan persepsi harga dengan keputusan pembelian ulang. Kedua variabel tersebut (kualitas produk dan persepsi harga) saling berhubungan dan mempengaruhi.

Jenis variabel dalam penelitian ini adalah unobserve karena tidak dapat diukur secara langsung, harus melalui kuisioner. Skala pengukurannya menggunakan skala likert untuk meminta persetujuan mengenai faktor – faktor yang dapat berpengaruh kepada keputusan pembelian ulang produk Uniqlo dari sisi kualitas produk dan harga.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.



Instrumen atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuisiner.

Akan disebarkan kuisiner dengan skala penilaian dan pengajuan pertanyaan dengan skala likert.

Berikut adalah pengukuran yang dilakukan oleh masing – masing variabel

Tabel 3. 1
Indikator Untuk Mengukur Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Kualitas Produk menurut Tjiptono dalam Tonce dan Rangga (2022:24)	Kinerja (<i>Performance</i>)	Produk Uniqlo memiliki bahan yang nyaman dipakai	Likert
		Produk Uniqlo memiliki warna yang tidak cepat pudar	Likert
		Produk Uniqlo memiliki kualitas jahitan yang tidak mudah putus	Likert
	Ciri – ciri ataupun keistimewaan tambahan (<i>Features</i>)	Produk Uniqlo mempunyai berbagai macam model pakaian untuk berbagai macam iklim/cuaca	Likert
	Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to spesification</i>)	Produk Uniqlo sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan	Likert
	Keandalan (<i>reliability</i>)	Produk Uniqlo tidak mudah rusak	Likert
	Daya tahan (<i>durability</i>)	Produk Uniqlo dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama.	Likert
	Estetika (<i>easthetica</i>)	Produk Uniqlo menawarkan beragam model pakaian yang estetik/ <i>stylish</i>	Likert



© 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.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Kualitas yang dipersepsikan (<i>perceived quality</i>)	Produk Uniqlo memiliki kualitas produk yang baik.	Likert
	Dimensi kemudahan perbaikan (<i>serviceability</i>)	Produk Uniqlo mudah perawatan dan perbaikan	Likert

Tabel 3. 2

Indikator Untuk Mengukur Persepsi Harga

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Persepsi harga menurut Kotler dan Keller dalam Tonce dan Ranga (2022:20)	Keterjangkauan harga	Harga produk Uniqlo terjangkau.	Likert
	Kesesuaian harga dengan mutu produk	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.	Likert
	Daya saing harga	Harga yang ditawarkan oleh Uniqlo bersaing dengan merek lain.	Likert
	Kesesuaian harga dengan manfaatnya	Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang ditawarkannya	Likert

Tabel 3. 3

Indikator Untuk Mengukur Keputusan Pembelian Ulang

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Keputusan pembelian ulang menurut Bolton dalam Supit (2019)	Pembelian ulang produk yang sama di masa datang.	Saya akan melakukan pembelian ulang produk Uniqlo di masa yang akan datang	Likert
	Keputusan jumlah pembelian yang dilakukan konsumen.	Saya akan membeli produk Uniqlo dalam jumlah yang lebih banyak lagi di masa yang akan datang	Likert



3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode komunikasi karena variabel dalam penelitian ini tidak dapat diamati secara langsung. Instrumen yang akan digunakan yaitu kuisioner untuk mengumpulkan data dan sebagai sumber data primer. Nantinya target sampel akan diberikan beberapa pernyataan yang sesuai dengan indikator dan akan dikumpulkan melalui *google form* sehingga memudahkan peneliti untuk mengumpulkan jawaban dari target sampel dan memudahkan target sampel untuk menjawab pertanyaan. Jenis kuisioner yang akan disebarakan yaitu pertanyaan tertutup, yang pertanyaannya telah disusun sebelumnya oleh penulis dan jawabannya disiapkan oleh penulis dalam bentuk skala likert.

Menurut Sugiyono (2013:142) kuisioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian di jawab. Teknik ini akan efisien apabila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan apa harapan terhadap responden.

Pada penelitian ini, digunakan skala likert untuk mengukur masing – masing variabel. Menurut Sugiyono (2013:93), skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial atau yang disebut sebagai variabel penelitian. Sementara itu, menurut Hardani, et.al (2020:390) skala likert terdiri dari serangkaian pernyataan tentang sikap responden terhadap objek yang diteliti.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Skala likert yang digunakan ada 5 tingkatan, yaitu :

Tabel 3. 4

Skala Likert

Skala Peringkat	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.7 Pengolahan Data dan Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013:244) analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan – bahan lain sehingga lebih mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data dilakukan dengan mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit – unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Data yang nantinya telah diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner akan diolah dengan bantuan *software* IBM SPSS 25.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51) uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau sah tidaknya suatu kuesioner. Dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner

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.



Penelitian ini menggunakan metode *correlated item-total correlations* dan sampel yang digunakan untuk menguji validitas berjumlah 30 dan r tabelnya adalah 0,361. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan r hitung dengan r tabel yang *degree of freedom* (df) = n-2 dan tingkat signifikasinya (α) yaitu 0,05. Nilai n merupakan jumlah sampel yang digunakan untuk uji validitas dan dikurangi dengan 2 sehingga menghasilkan df sebesar 28 sehingga didapatkanlah nilai r tabel sebesar 0,361.

Kriteria pengambilan keputusan uji validitas yaitu sebagai berikut:

1. Jika $r_{\text{uji}} \geq 0,361$ maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid dan dapat menangkap data yang diinginkan.
2. Jika $r_{\text{uji}} \leq 0,361$ maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid dan tidak dapat menangkap data yang diinginkan.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45) uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini, reliabilitas akan diuji dengan *Alpha-Cronbach*. Berikut adalah dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas

- (a) Alat uji (pertanyaan kuisisioner) dapat dikatakan reliabel jika nilai *Alpha-Cronbach* $\geq 0,70$.
- (b) Alat uji (pertanyaan kuisisioner) dapat dikatakan tidak reliabel jika nilai *Alpha-Cronbach* $\leq 0,70$.



Uji reliabilitas ini berkaitan dengan akurasi dan konsistensi. Rumus

Cronbach's Alpha yang dapat diterapkan pada uji reliabilitas yaitu :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 \frac{2}{b}}{\sigma^2 \frac{2}{t}} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = jumlah butir pertanyaan

σ^2 = varians total

$\sum \sigma^2 \frac{2}{b}$ = jumlah varians butir

3.7.3 Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2018:19) metode analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata – rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis dan skewness.

Statistik deskriptif memberikan gambaran kepada deskripsi suatu data dengan melihat rata-rata (*mean*). Penelitian ini menggunakan analisis deskripsi sederhana. Gambaran data dapat dilihat melalui hasil jawaban dari para responden yang dapat membantu pembahasan melalui gambaran dari skor rata-rata sehingga lebih bisa mengetahui kondisi daripada setiap indikator yang diteliti. Untuk mempermudah pembagian kategori maka tanggapan dari para responden diberikan nilai minimum dan maksimum dibagi dengan jumlah kategori yang diinginkan.

Menurut Sekaran dan Bougie (2017) skor rata rata adalah statistik yang mengekspresikan tendensi sentral dan memberikan ringkasan data tanpa mencantumkan semua pengamatan dalam satu set data. Rumusnya adalah :



$$\bar{X} = \sum \frac{fi \cdot xi}{n}$$

©

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Keterangan :

$\bar{X}$ = Skor rata – rata

fi = frekuensi pemilihan nilai

xi = data

n = jumlah responden

Dibuat juga rentang skala untuk mendapatkan skor rata – rata guna menentukan rentang nilai. Berikut rumus untuk menentukan rentang skala :

$$Rs = \frac{(b-k)}{b}$$

Keterangan :

Rs = rentang skala penilaian

b = skor tertinggi

k = skor terendah

Tanggapan para responden terhadap masing-masing pertanyaan dikategorikan menjadi 5 (lima) kategori yakni sangat baik, baik, cukup baik, tidak baik, dan sangat tidak baik.

Nilai Indeks Maksimum = Skala tertinggi 5

Nilai Indeks Minumum = Skala Terendah 1

$$\text{Rentang skala} = Rs = \frac{(5-1)}{5}$$

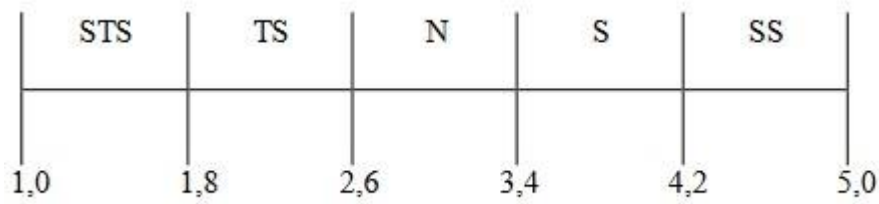
$$Rs = 0,80$$

- 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.



Gambar 3. 1

Rentang Skala



Keterangan :

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

© 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.

3.7.4 Analisis Regresi Ganda

Menurut Ghozali (2018:21), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh independen terhadap variabel dependen. Nantinya, hasil dari analisis linear berganda akan menguji seberapa besar pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian ulang produk brand Uniqlo. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi ganda karena dalam penelitian ini 2 variabel yaitu kualitas produk dan persepsi harga mempengaruhi 1 variabel yaitu keputusan pembelian ulang. Berikut

adalah model persamaan regresi :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$



Keterangan :

Y = keputusan pembelian ulang

β_0 = konstanta regresi

β_1 = koefisien regresi variabel kualitas produk

β_2 = koefisien regresi variabel persepsi harga

X_1 = kualitas produk

X_2 = persepsi harga

3.7.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menguji apakah model atau persamaan regresi berganda yang akan digunakan dalam penelitian layak dipakai atas variabel – variabel yang digunakan. Pengujian asumsi klasik juga digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal, bebas dari gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinearitas, dan gejala autokorelasi. Uji asumsi klasik yang sering digunakan yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinieritas.

3.7.5.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam satu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pada prinsipnya jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan



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.

pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)* yang dinyatakan dalam *Asymps.Sig (2-tailed)*.

Harapannya dalam uji normalitas ini dihasilkan residual berdistribusi normal

Hipotesis pengambilan keputusan dalam uji *Kolmogorov-Smirnov (K-S)* yaitu:

- a. H_0 : data residual berdistribusi normal
- b. H_a : data residual tidak berdistribusi normal

Dengan signifikan ($\alpha = 0,05$), maka dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- a. Jika *asymps.Sig (2-tailed)* $> \alpha$, artinya residual berdistribusi normal
- b. Jika *asymps.Sig (2-tailed)* $< \alpha$, artinya residual tidak berdistribusi normal

3.7.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018:137), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melakukan pengujian apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama maka disebut terjadi homoskedastisitas, sementara jika variannya berbeda maka disebut terjadi heteroskedastisitas. Dalam uji heteroskedastisitas ini harapannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan dengan Uji Glejser yang mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen dan dasar pengambilannya keputusan yaitu:

H_0 : tidak terdapat heteroskedastisitas

H_a : terdapat heteroskedastisitas



- a. Jika $asympts.Sig (2-tailed) > 0,05$ artinya tidak terjadi heteroskedastisitas
- b. Jika $asympts.Sig (2-tailed) < 0,05$ artinya terjadi heteroskedastisitas

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

3.7.5.3 Uji Multikolineritas

Menurut Ghazali (2018:107), uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar satu atau semua variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terjadi korelasi antar variabel independen maka terdapat problem multikolineritas. Uji multikolineritas dapat dilihat dari besaran *VIF (Variance Inflation Factor)* dan *Tolerance*. Harapannya adalah tidak terjadi multikolineritas

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai $VIF > 10$, artinya terjadi multikolineritas
- b. Jika nilai $VIF < 10$, artinya tidak terjadi multikolineritas

3.7.6 Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Menurut Ghazali (2018:99), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen memiliki pengaruh secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Hasil uji ini dapat dilihat pada tabel ANOVA dalam kolom sig. Uji ini dilakukan untuk melihat apakah model persamaan regresi yang dianalisis memiliki tingkat kelayakan model yang tinggi dimana variabel yang digunakan dalam penelitian mampu menjelaskan fenomena yang dianalisis. Dasar pengambilan keputusannya yaitu :

- a. Jika $asympts.Sig (2-tailed) < 0,05$, maka tolak H_0 dan H_a diterima. Artinya model persamaan regresi ini dapat digunakan untuk penelitian.

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.



- b. Jika *asympt.Sig (2-tailed)* > 0,05, maka tidak tolak H_0 dan H_a ditolak, artinya model persamaan regresi ini tidak dapat digunakan untuk penelitian.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.7.7 Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:97), uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi pengujian yaitu 0,05. Berikut adalah kriteria untuk pengambilan keputusan uji t :

- Jika nilai *asympt.Sig* < 0,05 dan t hitung > t tabel, maka tolak H_0 dan H_a diterima Artinya, variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai *asympt.Sig* > 0,05 dan t hitung < t tabel, maka tidak tolak H_0 dan H_a ditolak. Artinya, variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

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

$$H_a : \beta_1 > 0 \quad H_a : \beta_2 > 0$$

3.7.8 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97), koefisien determinasi adalah alat ukur yang digunakan untuk menghitung seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilainya adalah antara 0 dan 1. Semakin kecil nilai R^2 artinya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai R^2 yang semakin mendekati satu artinya variabel independen

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



memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi

② Variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai koefisien determinasi (R^2) = 0 artinya variabel independen tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen
- b. Jika nilai koefisien determinasi (R^2) = 1 artinya variabel independen sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen.

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.