



### BAB III

## METODOLOGI PENELITIAN

Menurut Sekaran & Boogie, (2016:2), metodologi penelitian adalah serangkaian proses sistematis yang dilakukan untuk mengidentifikasi masalah penelitian, mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data secara ilmiah dan objektif guna mendapatkan pemahaman mendalam tentang suatu fenomena atau permasalahan dalam konteks bisnis. Sedangkan menurut Sugiyono (2013:2) berpendapat bahwa metodologi penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh data dengan dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan definisi metodologi penelitian yang telah dipaparkan, baik oleh Sekaran & Boogie, (2016:2) dan Sugiyono (2013:2) ini, memberikan pemahaman mendalam tentang metode penelitian yang menjadi fondasi penting untuk menghasilkan karya ilmiah yang sistematis dan berkualitas. Sehingga, pada bab ini, peneliti membahas metode penelitian dengan menyoroti keseluruhan rancangan yang digunakan. Rancangan tersebut mencakup objek dan subjek penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel yang menjadi fokus penelitian, serta lokasi penelitian. Selain itu, bab ini juga menjelaskan variabel penelitian, teknik pengumpulan data, pengujian validitas dan reliabilitas, serta metode analisis data yang diterapkan.

#### 3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan hal pokok yang menjadi sasaran dalam kegiatan penelitian untuk mendapatkan data dan informasi yang akurat. Pada penelitian ini, objek penelitian difokuskan pada perusahaan *Apple* sebagai produsen utama

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.



iPhone, dengan subjek penelitian adalah konsumen yang telah melakukan pembelian iPhone di wilayah DKI Jakarta. Pemilihan Apple sebagai objek penelitian didasarkan pada posisinya sebagai salah satu perusahaan teknologi terkemuka di dunia, yang secara konsisten menghasilkan produk iPhone dengan inovasi dan kualitas tinggi dan Apple mencatat pertumbuhan yang besar di pasar *smartphone* Indonesia, terutama di kategori perangkat premium (Sinta, 2024). Sementara itu, pemilihan konsumen iPhone di DKI Jakarta sebagai subjek penelitian dilakukan dengan pertimbangan bahwa wilayah tersebut merupakan pusat ekonomi dan memiliki tingkat konsumsi teknologi yang tinggi dan DKI Jakarta menempati peringkat teratas sebagai daerah dengan pengguna iPhone tertinggi di Indonesia (Ika Wijayanti, 2024), sehingga dapat memberikan gambaran representatif tentang perilaku konsumen terhadap produk iPhone.

### 3.2 Desain Penelitian

Menurut Cooper & Schindler, (2014:125), *research design* berfungsi sebagai cetak biru penelitian yang mencakup pengumpulan, pengukuran, dan analisis data, membantu dalam pengalokasian sumber daya secara optimal, dan memberikan struktur serta rencana untuk memperoleh bukti empiris atas hubungan antar variabel penelitian. Cooper & Schindler, (2014:126-129) mengelompokkan delapan pendekatan dalam desain penelitian jika dilihat dari perspektif yang berbeda, antara lain:

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 Dilindungi Undang-Undang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### ***Degree of Research Question Crystallization (Tingkat Kejelasan Pertanyaan Penelitian).***

Konsep ini menjelaskan tingkat kejelasan dan struktur dalam sebuah penelitian. Berdasarkan karakteristik penelitian yang akan dilakukan tentang "Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone iPhone* di DKI Jakarta", penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian formal. Penelitian formal dipilih karena sudah memiliki kerangka konseptual yang jelas, yaitu meneliti hubungan antara variabel independen (kualitas produk dan persepsi harga) dengan variabel dependen (keputusan pembelian). Penelitian ini tidak bersifat eksploratori karena sudah memiliki hipotesis yang terukur, variabel yang didefinisikan secara operasional, dan bertujuan untuk menguji pengaruh antar variabel dengan menggunakan prosedur penelitian yang terstruktur.

### **b. *Method of Data Collection (Metode Pengumpulan Data)***

Pada penelitian "Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone iPhone* di DKI Jakarta", metode pengumpulan data yang paling sesuai adalah metode komunikasi dengan teknik survei. Penelitian ini membutuhkan data langsung dari responden (konsumen *iPhone*) melalui kuesioner. Peneliti akan mengumpulkan informasi dengan cara menyebarkan instrumen penelitian kepada konsumen yang membeli *iPhone* di wilayah DKI Jakarta. Metode survei dipilih untuk mengukur variabel kualitas produk, persepsi harga, dan keputusan pembelian secara kuantitatif melalui pengisian 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### **Research of Control Variable (Kontrol Peneliti Terhadap Variabel)**

Konsep "*Researcher Control of Variables*" membedakan dua desain penelitian berdasarkan tingkat kontrol peneliti terhadap variabel: eksperimental dan *ex post facto*. Perbedaan utama terletak pada tingkat intervensi peneliti: eksperimental memungkinkan manipulasi aktif, sementara *ex post facto* hanya mengamati dan menganalisis fenomena yang sudah terjadi. Pada penelitian "Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone iPhone* di DKI Jakarta", ini termasuk dalam desain *ex post facto*.

Desain *ex post facto* dipilih karena peneliti tidak dapat memanipulasi variabel kualitas produk, persepsi harga, atau keputusan pembelian secara langsung. Penelitian ini bersifat observasional, di mana peneliti hanya mengamati dan menganalisis fenomena yang sudah terjadi di kalangan konsumen iPhone. Peneliti akan mengumpulkan data melalui survei untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel independen (kualitas produk dan persepsi harga) dengan variabel dependen (keputusan pembelian) tanpa melakukan intervensi atau manipulasi. Tujuannya adalah untuk memahami pola dan faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen iPhone di DKI Jakarta berdasarkan data yang telah ada.

### **Purposes of Study (Tujuan Studi)**

Penelitian "Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone iPhone* di DKI Jakarta" termasuk dalam kategori *Causal-Explanatory Study* (Studi Kausal-Eksplanatori).

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 Dilindungi Undang-Undang

Tujuan penelitian ini adalah menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen (kualitas produk dan persepsi harga) dengan variabel dependen (keputusan pembelian). Penelitian berusaha mengungkap "mengapa" kualitas produk dan persepsi harga memengaruhi keputusan pembelian konsumen iPhone. Melalui analisis statistik, penelitian akan menyelidiki seberapa signifikan dan bagaimana masing-masing variabel independen dapat memengaruhi variabel keputusan pembelian. Pendekatan *causal-explanatory* memungkinkan peneliti untuk tidak sekadar mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menjelaskan mekanisme hubungan antarvariabel. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di wilayah DKI Jakarta.

### ***The Time Dimension (Dimensi Waktu)***

Berdasarkan konsep dimensi waktu dalam penelitian, rancangan penelitian tentang "Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone iPhone* di DKI Jakarta" lebih condong pada penelitian *cross-sectional* karena akan mengumpulkan data dalam satu waktu tertentu, dengan tujuan menganalisis hubungan antarvariabel pada satu titik waktu spesifik. Desain penelitian *cross-sectional* sangat sesuai untuk penelitian Anda karena memungkinkan Anda mengeksplorasi pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen dalam satu periode pengambilan data. Metode ini memungkinkan peneliti mengumpulkan data melalui survei atau kuesioner yang disebarakan kepada

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.



responden di wilayah DKI Jakarta dalam rentang waktu singkat, memberikan potret seketika tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian smartphone *iPhone*.

### ***The Topical Scope ( Cakupan Topik )***

Berdasarkan konsep lingkup topik dalam penelitian, penelitian peneliti tentang "Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone iPhone* di DKI Jakarta" merupakan sebuah studi statistik. Penelitian ini dirancang untuk mendapatkan gambaran luas tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan antarvariabel. Desain penelitian statistik memungkinkan Anda mengambil sampel representatif dari populasi konsumen *iPhone* di DKI Jakarta, dengan tujuan membuat generalisasi berdasarkan karakteristik sampel. Melalui metode survei atau kuesioner, Anda akan mengumpulkan data kuantitatif untuk menguji hipotesis tentang pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian.

### ***The Research Environment (Lingkungan Penelitian)***

Penelitian ini tentang "Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone iPhone* di DKI Jakarta", desain penelitian berada dalam kondisi lingkungan lapangan (*field conditions*). Penelitian akan dilakukan di lingkungan nyata, yaitu di wilayah DKI Jakarta, dengan mengumpulkan data langsung dari konsumen *iPhone* melalui survei atau kuesioner di tempat mereka biasa berinteraksi atau membeli *smartphone*.

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.



Pendekatan lapangan memungkinkan peneliti mendapatkan data autentik dari responden dalam konteks lingkungan sosial dan ekonomi yang sebenarnya. Peneliti akan mengumpulkan data di berbagai lokasi seperti mall, pusat perbelanjaan, atau area publik di DKI Jakarta, mencerminkan kondisi riil perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian *smartphone iPhone*.

### ***Participants Perceptual Awareness (Kesadaran Persepsi Partisipan)***

Penelitian tentang "Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone iPhone* di DKI Jakarta", perlu diperhatikan potensi bias akibat kesadaran perseptual responden. Guna meminimalisir pengaruh ini, disarankan untuk menggunakan metode survei yang tidak memberikan kesan langsung bahwa penelitian sedang fokus pada keputusan pembelian *iPhone*. Pendekatan ini membantu mendapatkan data yang lebih alamiah dan objektif, di mana responden memberikan jawaban berdasarkan pengalaman dan persepsi sebenarnya, tanpa merasa sedang dievaluasi atau dipengaruhi oleh ekspektasi peneliti.

## **3.3 Populasi dan Sampel Penelitian**

### **3.3.1 Populasi Penelitian**

Menurut Sugiyono (2013:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga sebagai ruang lingkup atas individu – individu yang terkandung didalamnya akan di teliti lebih lanjut oleh peneliti. Populasi yang dipilih atau

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.



digunakan pada penelitian ini adalah seluruh konsumen *smartphone* di wilayah DKI Jakarta yang sudah pernah membeli *iPhone* dan atau menggunakan *iPhone*.

### 3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan menurut Cooper & Schindler, (2014:338), sampel adalah sebagian elemen atau anggota dari suatu populasi dengan tujuan untuk membuat kesimpulan atau generalisasi mengenai keseluruhan populasi tersebut. Dengan kata lain, alih-alih mengumpulkan data dari semua elemen populasi (yang seringkali mahal, memakan waktu, atau tidak praktis), peneliti cukup mengambil bagian tertentu yang disebut sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen *smartphone* di wilayah DKI Jakarta yang sudah pernah membeli *iPhone* dan atau menggunakan *iPhone* selama satu tahun terakhir ( Desember 2023 – Desember 2024 ).

### 3.4 Teknik Pengambilan Sampel ( responden )

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan anggota sampel berbasis *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel di mana setiap elemen dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Cooper & Schindler, 2014:343). Metode ini dipilih karena populasi penelitian, yaitu konsumen yang telah membeli atau memiliki *iPhone* di DKI Jakarta, sulit untuk diidentifikasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, pengambilan sampel dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Salah satu metode *non-probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik

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.



pengambilan sampel dengan menetapkan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh responden (Cooper & Schindler, 2014:359). Tujuan dari metode ini adalah untuk memastikan bahwa hanya individu yang relevan dan sesuai dengan tujuan penelitian yang terlibat dalam proses pengumpulan data. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini meliputi:

**Kepemilikan iPhone:** Responden harus memiliki atau pernah membeli *iPhone*, karena penelitian bertujuan untuk mengukur pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian.

**Usia responden :** Pria dan wanita berusia 18-55 tahun yang memiliki kemampuan ekonomi dan keterlibatan aktif dalam pengambilan keputusan pembelian *smartphone*.

**Domisili di DKI Jakarta:** Responden harus bertempat tinggal, bekerja, atau sering melakukan pembelian di wilayah DKI Jakarta.

### 3.5 Teknik Penentuan Jumlah Sampel

Pada penelitian ini, populasi yang diteliti adalah seluruh konsumen di DKI Jakarta yang pernah membeli dan atau memiliki *iPhone*. Karena jumlah konsumen *iPhone* di DKI Jakarta tidak dapat dihitung secara pasti, maka populasi tersebut dikategorikan sebagai populasi *infinite* (populasi tak terbatas). Populasi infinite mengacu pada populasi yang jumlahnya sangat besar atau tidak diketahui secara pasti (Sarwono & Asih Handayani, 2021:17), sehingga tidak memungkinkan untuk

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{d^2}$$

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.



mengidentifikasi setiap elemen dalam populasi tersebut. Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi infinite, digunakan rumus Lameshow sebagai berikut:

**Keterangan :**

- $n$  = jumlah sampel
- $Z$  = z-score pada tingkat kepercayaan tertentu (misalnya, 1,96 untuk 95% tingkat kepercayaan)
- $p$  = proporsi populasi yang memiliki karakteristik tertentu (biasanya diasumsikan 0,5 jika tidak diketahui)
- $d$  = margin of error (misalnya, 10% atau 0,10)

Sehingga perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}n &= \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,1)^2} \\n &= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} \\n &= \frac{0,9604}{0,01} \\n &= 96,04\end{aligned}$$

Berdasarkan keterangan perhitungan diatas, sampel yang dapat di ambil dari populasi yang besar sebanyak 96,04 orang. Peneliti kemudian meentukan sampel sebanyak 100 orang karena sudah memenuhi batas maksimal yang ditentukan dari hasil diatas.

### 3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2013:38). Variabel

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.



tersebut merupakan variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1) dan *Persepsi harga* (X2). Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

### 3.6.1 Variabel Kualitas Produk (Variabel independen / variabel bebas / X1)

Kotler & Keller, (2016:156) menunjukkan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk tidak hanya dinilai dari fungsinya, tetapi juga dari detail seperti keawetan, keamanan, kemudahan penggunaan, hingga estetika. Berikut ini adalah sembilan indikator dalam mengukur kualitas produk menurut Kotler & Keller, (2016:248) yaitu sebagai berikut :

**Tabel 3. 1**  
**Pengukuran Variabel Kualitas Produk**

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Kualitas Produk	Bentuk ( <i>form</i> )	1. Ukuran produk <i>iPhone</i> sangat pas saat digenggam. 2. Tampilan fisik <i>iPhone</i> memiliki kesan yang mewah.	Likert
	Fitur ( <i>Features</i> )	3. Fitur keamanan <i>iPhone</i> , seperti Face ID berfungsi dengan akurat. 4. Penggunaan <i>iPhone</i> menjadi praktis karena tampilannya yang sederhana.	Likert

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Kinerja ( <i>performance</i> )	5. <i>iPhone</i> jarang mengalami kendala dalam pemakaian lama. 6. <i>iPhone</i> memiliki daya tahan baterai yang baik dikelasnya.	Likert
	Kesesuaian ( <i>conformance</i> )	7. Setiap <i>iPhone</i> yang saya gunakan selalu berkualitas dan tahan lama. 8. <i>iPhone</i> memenuhi ekspektasi saya setelah melihat promosinya.	Likert
	Daya Tahan ( <i>durability</i> )	9. Layar <i>iPhone</i> tahan terhadap goresan, membuatnya tetap bersih meski lama dipakai. 10. <i>iPhone</i> selalu berfungsi dengan maksimal meskipun telah dipakai dalam waktu lama.	Likert
	Keandalan ( <i>reliability</i> )	11. <i>iPhone</i> saya selalu berjalan mulus tanpa perlu di-restart saat digunakan sehari-hari. 12. Pembaruan sistem iOS tidak mengganggu kinerja keseluruhan <i>iPhone</i> .	Likert
	Kemudahan perbaikan ( <i>repairability</i> )	13. Proses perbaikan <i>iPhone</i> cepat diselesaikan di pusat layanan resmi. 14. Layanan purna jual <i>iPhone</i> cepat tanggap, mempermudah perbaikan.	Likert
	Gaya ( <i>style</i> )	15. Desain <i>iPhone</i> yang khas menjadi alasan utama saya memilihnya. 16. <i>iPhone</i> memiliki tampilan visual yang menarik secara keseluruhan.	Likert
	Persepsi Kualitas ( <i>perceived quality</i> )	17. Merek <i>iPhone</i> memiliki reputasi yang baik. 18. Popularitas <i>iPhone</i> mencerminkan kualitas produk yang tinggi.	Likert

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2024

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.



### 3.6.2 Variabel Persepsi Harga (Variabel independen / variabel bebas / X2)

Persepsi harga menurut Veronica & Purnomo, (2024:921) adalah mengacu pada bagaimana konsumen melihat dan memahami harga suatu produk atau layanan. Ini mencerminkan gambaran mental konsumen tentang sejauh mana harga suatu produk sesuai dengan nilai yang diharapkan atau sebanding dengan manfaat yang mereka harapkan dari produk tersebut dan Peter & Olson seperti yang dikutip Fatmawati & Saliha, (2017:9) menyatakan bahwa persepsi harga sebuah persepsi yang berfungsi menciptakan citra atau gambaran tentang sebuah merek di mata konsumen, serta memberikan keunggulan kompetitif yang sifatnya fungsional. Oleh karena itu, terdapat empat indikator pengukuran persepsi harga menurut Kotler & Amstrong, (2018:310-317) dan Kotler & Keller, (2016:488-500), antara lain :

**Tabel 3.2**  
**Pengukuran Variabel Persepsi Harga**

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Persepsi Harga	Keterjangkauan Harga	1. Harga <i>iPhone</i> lebih terjangkau dibandingkan <i>smartphone</i> lain. 2. Harga <i>iPhone</i> mampu bersaing dengan harga <i>smartphone</i> lain di kelasnya.	Likert
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	3. Harga <i>iPhone</i> sebanding dengan kualitas yang ditawarkan. 4. Saya rela membayar lebih untuk <i>iPhone</i> karena kualitasnya.	Linkert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG 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.



C

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Daya Saing Harga	5. Harga <i>iPhone</i> lebih kompetitif dibandingkan dengan produk serupa dari merek lain 6. Saya memilih <i>iPhone</i> karena harganya memberikan nilai lebih dibandingkan produk lain dalam kategori yang sama.	Linkert
	Kesesuaian harga dengan Manfaat	7. Harga <i>iPhone</i> seimbang dengan manfaat yang diberikan. 8. Teknologi yang ditawarkan <i>iPhone</i> sebanding dengan harganya.	Likert

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2024

### 6.3 Variabel Keputusan Pembelian (Variabel dependen / variabel terikat /Y)

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli suatu produk atau jasa. Menurut Kotler & Keller, (2016:177), keputusan pembelian adalah elemen dari perilaku pelanggan yakni riset mengenai bagaimana organisasi, individu, ataupun kelompok yang menjatuhkan pilihan, memutuskan pembelian, memakai, dan bagaimana pengalaman, ide, barang atau jasa itu dipergunakan sebagai pemberian kepuasan keinginan dan kebutuhan mereka. Proses ini tidak hanya mencakup tindakan membeli, tetapi juga melibatkan serangkaian pertimbangan dan pengambilan keputusan yang dapat dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya serta berbagai faktor yang terlibat, baik dari individu, kelompok, maupun organisasi. Keputusan ini meliputi pemilihan produk atau jasa yang tepat untuk memberikan kepuasan bagi konsumen. Menurut Kotler & Keller, (2016:198), terdapat enam indikator pengukuran keputusan pembelian, yaitu :

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.



**Tabel 3.3**  
**Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian**

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian	Keputusan Produk	1. Saya yakin memilih <i>iPhone</i> dibandingkan alternatif lain. 2. Saya memilih <i>iPhone</i> karena lebih sesuai dengan kebutuhan.	Likert
	Keputusan Merek	3. Saya membeli <i>iPhone</i> karena reputasinya yang baik 4. Keputusan saya memilih <i>iPhone</i> karena percaya pada kualitas mereknya	Likert
	Keputusan Penyalur	5. Saya membeli <i>iPhone</i> dari penyalur resmi karena percaya keasliannya. 6. Saya memutuskan untuk membeli <i>iPhone</i> dari penyalur tertentu karena mereka menawarkan harga yang memuaskan.	Likert
	Keputusan Kuantitas	7. Jumlah <i>iPhone</i> yang dibeli sesuai dengan anggaran yang dimiliki. 8. Saya mempertimbangkan kebutuhan jangka panjang sebelum membeli <i>iPhone</i>	Likert
	Keputusan Waktu	9. Saya membeli <i>iPhone</i> pada waktu yang tepat, sesuai kebutuhan saya. 10. Saya menunggu waktu yang pas untuk dapat harga <i>iPhone</i> lebih murah.	Likert
	Keputusan Metode Pembayaran	19. Saya memilih metode pembayaran yang mudah untuk membeli <i>iPhone</i> , seperti metode cicilan. 20. Saya lebih suka membeli <i>iPhone</i> dari penjual yang fleksibel dalam pembayaran.	Likert

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (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.



## 3.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ini dibutuhkan untuk mendapatkan data-data ataupun informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Peneliti mengumpulkan data dan informasi dengan cara berikut:

### Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis Sugiyono (2013:145). Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Pada penelitian ini, observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data terkait dengan objek penelitian yaitu profil dan karakteristik dan jawaban kuesioner responden.

### Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan langkah yang penting dimana setelah seseorang peneliti menetapkan topik penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan kajian teoritis dan referensi yang terkait dengan literatur atau sumber pustaka yang sesuai dengan pembahasan (Citradin, 2020:4). Metode ini melibatkan proses sistematis dalam mengumpulkan, membaca, dan menganalisis berbagai sumber informasi seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, laporan penelitian, makalah konferensi, dan sumber dokumentasi lainnya yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

### Kuesioner / Angket

Pada penelitian, ini peneliti menggunakan angket (kuesioner) sebagai instrumen dalam bentuk *google form* dan *hard copy* yang diberikan kepada

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.



konsumen iPhone di wilayah DKI Jakarta. Menurut Sugiono (2013:142) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dngan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab (Cooper & Schindler, 2014:278).

Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pertanyaan tertutup, yang artinya pertanyaan telah disusun sebelumnya dengan memberikan pilihan jawaban yang sudah peneliti siapkan. Instrument penelitian ini diukur dengan skala *likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok oeng tentang fenomena sosial (Cooper & Schindler, 2014:278). Pertanyaan – pertanyaan dalam angket kusioner tersebut dapat di jawab dengan memberi tanda centang atas pilihan jawaban yang di pilih sesuai yang dirasakan oleh konsumen. Peneliti menetapkan skor yang dibagi pada masing-masing jawaban yang diperoleh, sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Tabel Skala *Likert***

<b>Kategori</b>	<b>Jumlah Skor</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Cooper & Schindler, 2014

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.



### 3.8 Teknik Analisa Data

Guna mencapai tujuan penelitian, peneliti memilih menggunakan alat analisis statistika berupa analisis regresi linier berganda (*multiple regression*). Metode ini dipilih karena kemampuannya dalam menganalisis hubungan dan pengaruh antara variabel independen dan dependen secara komprehensif. Guna memudahkan proses pengolahan data dan mendapatkan hasil yang akurat, peneliti memanfaatkan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26, sebagai software statistik handal dan sering digunakan dalam berbagai penelitian ilmiah.

Regresi berganda adalah alat statistik yang sangat berguna dalam penelitian ilmiah untuk memahami hubungan antara berbagai variabel dan memungkinkan peneliti untuk menguji teori hubungan sebab-akibat antara variabel. Bukan sekadar menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut berkorelasi, tetapi juga menjelaskan bagaimana dan seberapa kuat satu variabel memengaruhi variabel lainnya (Cooper & Schindler, 2014:660). Dengan demikian, metode ini memberikan wawasan mendalam yang membantu peneliti membuat kesimpulan yang lebih akurat dan bermakna.

#### 3.8.1 Uji Validitas

Validitas mengacu pada sejauh mana suatu instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, sehingga dapat membantu peneliti dalam menyelesaikan masalah penelitian (Cooper & Schindler, 2014). Dalam konteks ini, validitas menjadi elemen penting untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar mencerminkan konsep yang sedang diteliti. Dengan demikian, instrumen yang valid akan memberikan hasil yang akurat dan relevan, sehingga mendukung peneliti

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.



dalam menghasilkan kesimpulan yang dapat diandalkan. Menurut Uji validitas pada penelitian yaitu dengan metode uji *Pearson Product Moment* (Field, 2017) dimana menghubungkan nilai skor tiap item pernyataan dengan skor total item. Metode pengambilan keputusan dalam uji validitas dengan *Pearson Product Moment* yaitu dengan melihat berdasarkan nilai korelasi dan berdasarkan nilai signifikansi.

Menurut (Field, 2017), angket kuesioner dinyatakan valid atau sah apabila pertanyaan yang diajukan bisa diungkapkan dengan melakukan perbandingan nilai hitung dengan nilai r tabel dan untuk nilai *degree of freedom* ( $df = n - 2$  ( $n =$  jumlah sampel) dan menggunakan program SPSS dan kriteria pengambilan keputusan yang lain juga dapat dilakukan dengan melihat jika nilai probabilitas korelasi [ $\text{sig.}(2\text{-tailed)}$ ] < dari taraf signifikansi 0,05, yang artinya data angket kuesioner dinyatakan valid dan sah. Berikut ini parameter validitas pada penelitian ini :

- a. Jika nilai r hitung < r tabel artinya item dinyatakan tidak valid.
- b. Jika nilai r hitung > r tabel artinya item dinyatakan valid.

**Sementara itu, jika nilai validitas berdasarkan signifikansi**

- a. Jika nilai signifikansi < 0,05 artinya item dinyatakan valid.
- b. Jika nilai signifikansi > 0,05 artinya item dinyatakan tidak valid.

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan konsep fundamental dalam metodologi penelitian yang merujuk pada konsistensi dan kestabilan suatu instrumen pengukuran. Secara sederhana, reliabilitas menggambarkan sejauh mana suatu alat ukur dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya jika dilakukan pengukuran

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 Dilindungi Undang-Undang

berulang pada waktu dan kondisi yang berbeda (Jhangiani et al., 2017:95) . Dalam konteks penelitian ilmiah, reliabilitas memiliki peran kritis untuk memastikan kualitas instrumen penelitian. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila mampu menghasilkan data yang sama atau hampir sama meskipun digunakan berulang kali pada subjek yang sama dalam waktu yang berbeda (Taber, 2018:1275). Hal ini menunjukkan bahwa instrumen tersebut memiliki tingkat kepercayaan tinggi dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel penelitian secara akurat. Kriteria pengambilan keputusan uji reliabilitas ini yaitu jika nilai Cronbach Alpha > 0,60, artinya data penelitian dinyatakan reliabel atau baik. Baik tidaknya data penelitian ini bisa dilihat dengan hasil uji reliabilitas yang berkisar 0-1, dan semakin mendekati angka 1 data akan semakin baik (Hair et al., 2019:122).

George & Mallery, (2019:244) untuk menilai konsistensi internal berdasarkan nilai Cronbach's Alpha, berikut ini kategori interpretasi untuk nilai alpha:

- a.  $\geq 0,9$  – **Excellent (Sangat Baik)**: Instrumen sangat konsisten dan reliabel.
- b.  $\geq 0,8$  – **Good (Baik)**: Instrumen cukup konsisten dan dapat diandalkan.
- c.  $\geq 0,7$  – **Acceptable (Dapat Diterima)**: Reliabilitasnya masih dianggap cukup baik untuk penelitian, meskipun ada ruang untuk perbaikan.
- d.  $\geq 0,6$  – **Questionable (Diragukan)**: Konsistensi mulai dipertanyakan; perlu evaluasi lebih lanjut terhadap item.
- e.  $\geq 0,5$  – **Poor (Buruk)**: Reliabilitas rendah; instrumen tidak cukup konsisten.

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.



- f.  $\leq 0,5$  – **Unacceptable (Tidak Dapat Diterima)**: Reliabilitas sangat buruk; instrumen tidak layak digunakan.

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk memberikan kepastian dimana persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketetapan dan konsisten. Adapun pengujian asumsi klasik dilakukan sebelum pengujian Regresi Linear Berganda, dengan menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Penelitian ini hanya menggunakan tiga uji saja pada asumsi klasik, dikarenakan data yang digunakan bukan data time series (Sugiyono, 2014). Ketidakpenuhan asumsi-asumsi ini dapat menyebabkan hasil analisis regresi menjadi bias atau tidak akurat, sehingga penting untuk melakukan uji asumsi klasik sebelum melanjutkan ke analisis lebih lanjut

#### 3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah analisis residual untuk memastikan bahwa residual dari model regresi mengikuti distribusi normal, yang merupakan salah satu asumsi klasik dalam analisis regresi . Menurut Ghozali (2016: 154), menjelaskan uji normalitas adalah “sebuah uji yang berfungsi sebagai sebuah pengukuran mengenai normal atau tidaknya distribusi yang ada dalam model regresi”. Model regresi yang tidak berdistribusi normal,memiliki arti bahwa jika dilihat dari uji statistik hasil dari data yang diolah tersebut akan mengalami penurunan, Uji normalitas dapat dilakukan dengan Kolmogorov Smirnov. Menurut Snedecor & Cochran (1989:38 ), kriteria pengambilan keputusannya yaitu jika 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- a. *Asymtotic Significance*  $> 0,05$ , artinya data penelitian berdistribusi normal, tapi jika
- b. *Asymtotic Significance*  $< 0,05$ , artinya data penelitian tidak berdistribusi normal.

### 3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:103), menjelaskan pengertian dari uji multikolinieritas adalah “ sebuah uji yang berfungsi sebagai pengukur antar masing- masing variabel bebas yang di gunakan, dan untuk mengetahui apakah mempunyai korelasi atau hubungan dalam model regresi”. Pada uji multikolinieritas ini, antar variabel bebas yang tidak mempunyai korelasi atau hubungan merupakan hasil penelitian yang baik dan diharapkan. Kriteria pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas ini yaitu, jika *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai *variance inflation factor*  $<$  dari 10,0.

### 3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016), menjelaskan pengertian dari uji heterokedastisitas adalah “ sebuah uji yang memiliki tujuan untuk menunjukkan situasi dalam variabel independen jika terdapat nilai residu atau pengganggu dengan variasi yang tidak tentu.” Pada uji heteroskedastisitas, hasil penelitian akan dinyatakan baik jika tidak terdapat gejala atau terbebas dari heteroskedastisitas. Kriteria pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas ini yaitu dengan melihat grafik *scatterplot*. Hasil yang baik yaitu ketika pola yang terdapat pada grafik *scatterplot* ini tidak terdapat pola tertentu dan pola tersebut menyebar keatas dan kebawah sekitar angka nol pada sumbu Y.

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.



### 3.8.3.4 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu analisis dengan menjelaskan keterkaitan atau hubungan data penelitian dalam bentuk kalimat. Analisis ini bertujuan untuk mengubah kumpulan data menjadi data yang lebih ringkas dan mudah dipahami. Data yang terdapat pada kuesioner biasanya memiliki nilai yang beragam dan kurang bermakna sehingga harus mengartikan nilai-nilai yang diperoleh, nilai tersebut mewakili semua data dalam kuesioner. Menurut Sugiyono (2016 : 147) Menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

### 3.8.3.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat), yaitu Kualitas Produk (X1), Persepsi Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Persamaan nilai regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

**Keterangan :**

Y = Keputusan Pembelian

a = konstanta

$\beta$  = koefisien determinasi

X1 = Kualitas Produk

X2 = Persepsi Harga

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)

### 3.8.4 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan-pernyataan yang menggambarkan suatu hubungan antara dua variabel yang berkaitan dengan suatu kasus tertentu dan merupakan anggapan sementara yang perlu diuji kebenarannya tentang dugaan dalam suatu penelitian serta memiliki manfaat bagi proses penelitian agar efektif dan efisien. Uji hipotesis berfungsi untuk mengetahui korelasi antara dua variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2016 : 242), secara statistik hipotesis diartikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi (parameter) yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian (statistik). Jadi maksudnya adalah taksiran keadaan populasi melalui data sampel. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan uji t, uji F dan koefisien determinan.

#### 3.8.4.1 Uji Statistik t

Uji T digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara masing-masing variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) terhadap variabel terikat ( $Y$ ). Uji t juga dimaksudkan menguji tingkat keterkaitan masing-masing koefisien regresi, yakni uji signifikan atau tingkat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikan, yaitu:

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- a. Apabila angka probabilitas signifikansi  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- b. Apabila angka probabilitas signifikansi  $< 0.05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- c. Selain itu dasar pengambilan keputusan juga dilihat melalui nilai t-hitung  $>$  t-tabel.

#### 3.8.4.2 Uji Statistik F

Uji F dilakukan untuk melihat apakah model yang dianalisis memiliki tingkat kelayakan model yang tinggi yaitu variabel-variabel yang digunakan model mampu untuk menjelaskan fenomena yang dianalisis. Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi layak digunakan, dengan menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05 dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. 2. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- c. Selain itu, dasar pengambilan keputusan untuk uji F adalah nilai  $F_{hitung} >$   $F_{tabel}$ .

#### 3.8.4.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi adalah sebuah uji yang memiliki tujuan untuk menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat",.

Uji koefisien determinasi sebagai uji analisis yang memiliki peran penting dalam

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)**
- hasil sebuah penelitian, karena dalam model regresi semakin besar nilai  $R^2$  yang dihasilkan, artinya semakin besar juga variasi yang dapat ditunjukkan oleh variabel bebas terkait variabel terikat.

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.