

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif-induktif, artinya pendekatan yang berangkat dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, maupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya kemudian dikembangkan menjadi permasalahan beserta pemecahan yang diajukan untuk memperoleh pembenaran (verifikasi) dalam bentuk dukungan data empiris di lapangan. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistic, menaksir dan meramalkan hasilnya.⁶⁵ Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang berfokus pada kelompok referensi, gaya hidup, dan keputusan pembelian produk Larissa Aesthetic Center cabang Kediri.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian *asosiatif*. Penelitian *asosiatif* merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian asosiatif mempunyai tingkatan tertinggi apabila dibandingkan dengan penelitian deskriptif

⁶⁵ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), hal. 99-104.

komparatif. Dengan penelitian asosiatif ini maka akan dapat dibangun teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.⁶⁶ Dalam judul penelitian ini, penelitian menjelaskan apakah ada pengaruh kelompok referensi, gaya hidup, dan motivasi terhadap keputusan pembelian produk Larissa Aesthetic Center cabang Kediri. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah responden konsumen pembeli produk Larissa Aesthetic Center cabang Kediri.

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris *population*, yang berarti penduduk atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁷ Populasi dalam penelitian ini bersifat *infite* yang artinya jumlah populasi yang diteliti tidak diketahui. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pembeli produk Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri.

2. Sampling Penelitian

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* yang merupakan salah satu bagian dari teknik pengambilan sampel *non probability sampling*. Teknik *accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 11

⁶⁷ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005, hlm. 99

dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan atau peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jadi tidak semua unit populasi memiliki kesempatan untuk dijadikan sampel penelitian.⁶⁸ Pertimbangan pengambilan sampel yaitu konsumen pembeli produk Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri.

3. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu.⁶⁹ Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pembeli produk Larissa Aesthetic Center Cabang Kediri. Dalam buku *research methods for business* Roscow memberikan saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi linier berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya

⁶⁸ Deni Darnawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019), hal. 144

⁶⁹ Kadir, *Statistika Terapan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), hal. 118

variabel penelitian ada 5 (*independen* dan *dependen*), maka jumlah anggota sampel adalah $10 \times 5 = 50$.⁷⁰

Berdasarkan perhitungan dari Roscow maka sampel dalam penelitian ini yaitu:

$$\begin{aligned} &= 10 \times (\text{variabel } \textit{dependen} + \text{variabel } \textit{independen}) \\ &= 10 \times (1+3) \\ &= 10 \times 4 \\ &= 40 \end{aligned}$$

Melalui dasar pertimbangan perhitungan menurut Roscow, maka diputuskan untuk mengambil sampel sebanyak 40 responden.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dengan cara terjun langsung ke tempat penelitian.⁷¹ Data primer dalam penelitian ini langsung diambil dari sumber pertama atau tempat penelitian dilakukan. Sehingga dalam penelitian ini data yang

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal 164
 Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik Edisi ke 2, Cetakan 2*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), hal. 21.

diperoleh berasal dari penyebaran kuesioner kepada konsumen pembeli produk Larissa Aesthetic Center cabang Kediri.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber-sumber kedua, biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu.⁷² Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh resmi dari gerai Larissa Aesthetic Center cabang Kediri, serta teori-teori yang diperoleh dari buku-buku dan literature-literatur lainnya yang berhubungan dengan objek penelitian.

2. Variabel Data

Variabel penelitian adalah gejala, individu, objek, peristiwa yang bervariasi yaitu faktor-faktor yang dapat berubah untuk tujuan penelitian yang dapat dihitung secara kuantitatif maupun kualitatif. Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel terikat dan mempunyai hubungan yang positif dan negatif.⁷³ Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu:

X₁ : Kelompok Referensi

X₂ : Gaya Hidup

X₃ : Motivasi

⁷² *Ibid*, hal. 21. ⁷²

⁷³ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofis Praktis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hal. 38.

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang diakibatkan atau yang dipengaruhi oleh variabel bebas.⁷⁴ Dalam penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah keputusan pembelian yang diberi simbol (Y).

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya *interval* yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Untuk mendapatkan data tentang variabel-variabel yang diteliti survei ini menggunakan skala Likert dengan bobot tertinggi ditiap pertanyaan adalah 5 dan bobot terendah adalah 1.

Skor 1 = Sangat tidak setuju

Skor 2 = Tidak setuju

Skor 3 = Ragu-ragu

Skor 4 = Setuju

Skor 5 = Sangat setuju

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁷⁵

⁷⁴ *Ibid*, hal. 68.

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi...* .hal. 93.

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Perlu dijelaskan bahwa pengumpulan data dapat dikerjakan berdasarkan pengamatan.⁷⁶ Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan teknik penelitian yang menuntut adanya pengamatan oleh peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung.⁷⁷ Dalam penelitian ini observasi dilakukan oleh peneliti dengan datang langsung ke gerai Larissa Aesthetic Center cabang Kediri untuk mendapat informasi dan data-data yang terkait dengan variabel penelitian.

b. Angket atau Kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.⁷⁸ Dengan penelitian ini peneliti menggunakan metode angket untuk memperoleh data. Peneliti menggunakan kuesioner tertutup, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang telah disediakan yang disusun dalam daftar dimana

⁷⁶ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hal. 83.

⁷⁷ Husen Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), hal. 51.

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi ...* hal.92.

responden tinggal membubuhkan tanda *check* (v) pada kolom yang sesuai. Kuesioner ini bisa disebut dengan kuesioner bentuk *check list*.

Memberikan daftar pertanyaan kepada konsumen Larissa Aesthetic Center cabang Kediri untuk mengetahui tanggapan maupun jawaban yang berkaitan dengan penelitian ini secara obyektif, daftar pertanyaan ini disebut dengan angket.

Skala likert adalah suatu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang subjek, objek atau kejadian tertentu. Responden hanya memberikan persetujuan atau ketidakpersetujuan terhadap butir soal tersebut.⁷⁹

Dengan menggunakan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan dari variabel indikator, dari indikator menjadi sub indikator yang dapat diukur. Akhirnya, sub indikator dapat dijadikan tolok ukur untuk membuat suatu pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden. Skala Likert yang digunakan untuk menjawab bagian dari pertanyaan atau pernyataan penelitian yang disajikan dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 3.1

Skala Likert

No	Jenis Jawaban	Bobot
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	R = Ragu-Ragu	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method), Sugoyono, 2015

⁷⁹ Muri Yusuf, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan, (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2014), hal.222.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan sekumpulan berkas yaitu mencari data mengenai hal-hal berupa catatan, transkrip, buku, jurnal, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, agenda dan sebagainya.⁸⁰ Metode dokumentasi ini akan digunakan untuk memperoleh gambaran umum mengenai Larissa Aesthetic Center cabang Kediri dan beberapa data tambahan yang diperlukan dalam pembahasan penelitian.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data.⁸¹ Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi diperoleh dari para konsumen yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur sama. Instrumen penelitian dapat dikatakan sebagai alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.⁸² Instrumen penelitian akan menghasilkan data empiris dengan baik, telah teruji validitas dan realibilitasnya. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

⁸⁰ Margono, *Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Penelitian*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), hal. 51.

⁸¹ Nurul Zuriah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), hal. 168.

⁸² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi...* .hal. 148.

Tabel 3.2
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel Penelitian	Indikator	Referensi
Kelompok Referensi (X_1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengalaman dari teman-teman menggunakan produk. 2. Informasi dari teman-teman mengenai produk. 3. Pendapat teman-teman mengenai produk. 	Danang Sunyoto, Praktik Riset Perilaku Konsumen, (Yogyakarta: CAPS, 2014), hal. 9.
Gaya Hidup (X_2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kegiatan (bekerja, hobi, belanja, olahraga, liburan) 2. Minat (keluarga, pekerjaan, pakaian, media, rumah) 3. Opini (diri mereka sendiri, sosial, ekonomi, masa depan) 	Ujang Sumarwan, Perilaku Konsumen (teori dan penerapannya dalam pemasaran), (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hal.
Motivasi (X_3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Motivasi intrinsik (minat, sikap positif, kebutuhan) 2. Motivasi ekstrinsik (motivator, stimulus,) 	Donni Juni Priansa, Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer, Bandung: Alfabeta, 2017, hal. 162.
Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian 	Philip Kotler % Gary Armstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran, (Jakarta: PT Erlangga, 1997), Ed.ke- 3, Jilid 1, hal. 174.

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu cara untuk menganalisa data yang diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Peneliti harus memastikan pola analisis mana yang akan digunakan tergantung pada jenis data yang dikumpulkan. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan metode pengukuran data dan teknik pengolahan data.

Dalam penelitian ini analisa data merupakan kegiatan setelah data seluruh responden terkumpulkan dan kemudian dihitung. Adapun dalam penelitian ini,

data bersifat kuantitatif yang terwujud angka-angka hasil pengamatan dan data yang ada dan analisa dengan menggunakan analisa statistik sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Data

- a. Uji Validitas

Analisis validitas yaitu analisis untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data. Suatu pengukur dikatakan valid jika alat itu mengukur apa yang harus diukur alat itu.⁸³ Sementara Suharsimi Arikunto berpendapat bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keshahihan suatu instrumen.⁸⁴ Validitas menunjukkan seberapa cermat suatu alat tes melakukan fungsi ukurnya atau suatu alat ukur yang dapat mengukur apa yang ingin diukur. Untuk menguji kevalidan suatu data maka dilakukan uji validitas terhadap butir-butir kuesioner.

- b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Uji reliabilitas diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Menurut Sujianto, reliabilitas instrument adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan

⁸³ Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), hal.74.

⁸⁴ Suharsimi, Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), hal. 211.

uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpa Cronbach's* yang diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 samapi dengan 1.⁸⁵

Skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel.
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel.
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d 0,60 berarti cukup reliabel.
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel.
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel.

Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0,60. Kuesioner dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien *alpha* yang lebih besar dari 0,6.⁸⁶

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data merupakan teknik membangun persamaan garis lurus untuk membuat penafsiran, agar penafsiran

⁸⁵ Agus Eko Sujianto, Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hal.97.

⁸⁶ *Ibid.*, hal. 97.

tersebut tepat maka persamaan yang digunakan untuk menafsirkan juga harus tepat.

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistic parametrik. berdasarkan definisi tersebut maka tujuan dari uji normalitas tentu saja untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Dalam melakukan uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan *Kolmogorow- Smirnov* yang dipadukan dengan kurva *P-P Plots*.⁸⁷

Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot. Pada grafik normal plot, dengan asumsi:

- 1) Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak memenuhi uji asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dapat dideteksi dengan menghitung koefisien ganda dan membandingkannya dengan koefisien korelasi

⁸⁷ *Ibid.*, hal. 78.

antar variabel bebas.⁸⁸ Multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau karena adanya kenyataan bahwa variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga dari luar model tersebut.⁸⁹ Sujianto menjelaskan jika *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas. Dikatakan terjadi multikolinieritas, jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih dari 0,06 (pendapat lain : 0,50). Dan dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,06 ($r \leq 0,60$).⁹⁰

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah suatu yang terkait dengan hubungan ketergantungan di antara variabel, atau disebut juga dengan variabel pengganggu lainnya atau varians antar variabel independen tidak sama.⁹¹ Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama maka disebut terjadi

⁸⁸ Duwi Priyatno, *Olah Data Statistik Dengan Program SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2013), Cet. Ke-1, hal. 37.

⁸⁹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*hlm. 79.

⁹⁰ Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistik 2*, (Jakarta: Alim's Publising, 2016), hal. 197.

⁹¹ Duwi Priyatno, *Olah Data Statistik Dengan Program SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2013), Cet. Ke-1, hal. 95.

homoskedastisitas, dan jika variannya tidak sama atau berbeda disebut tidak heteroskedastisitas.⁹²

Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut.

Tidak terdapat heteroskedastisitas jika :

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.
- 2) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
- 3) Titik-titik dan data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Reregresi linier berganda adalah regresi dimana variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel bebas X ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_a$) dan tetap masih menunjukkan diagram hubungan lurus atau linear.⁹³ Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu kelompok referensi (X_1), gaya hidup (X_2), dan motivasi (X_3), terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

Dalam penelitian ini, variabel terikat dipengaruhi oleh tiga variabel bebas. Maka untuk menguji atau melakukan estimasi dari suatu

⁹² Ali Maulidi, *Teknik Belajar Statistik 2*,hal.204.

⁹³ Ali Maulidi, *Teknik Belajar Statistik 2*,, hal. 124.

permasalahan yang terdiri dari lebih dari satu variabel bebas tidak bisa dengan regresi berganda. Persamaan regresi linier bergandanya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen (keputusan pembelian)

X₁ = variabel independen (kelompok referensi)

X₂ = variabel independen (gaya hidup)

X₃ = variabel independen (motivasi)

a = konstanta atau bilangan (harga Y bila X = 0)

b₁, b₂, b₃ = koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan atau penurunan *variabel dependent* yang didasarkan pada perubahan *variabel independent*. Bila (+) maka terjadi kenaikan dan bila (-) maka terjadi penurunan.

e = *error of term* (nilai error)

4. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis digunakan untuk mengetahui kebenaran hipotesis yang telah disusun berdasarkan data penelitian. Uji hipotesis yang digunakan yaitu uji t (t-test) dan uji F.⁹⁴

a. Uji T (T-Test)

Untuk mengetahui keterandalan serta kemaknaan dari nilai koefisien regresi, sehingga dapat diketahui apakah kelompok

⁹⁴ Agus Widarjono, *Ekonometrika Teori dan Aplikasi untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), hal. 182.

referensi (X_1), gaya hidup (X_2), dan motivasi (X_3), berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Pada tingkat signifikansi = 5%.

Kriteria pengujian yang digunakan yaitu:

- 1) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel kelompok referensi, gaya hidup, dan motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Larissa Aesthetic Center cabang Kediri.
- 2) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya masing-masing variabel kelompok referensi, gaya hidup, dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Larissa Aesthetic Center cabang Kediri.

b. Uji F (F-Test)

Uji F-test digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara variabel kelompok referensi (X_1), gaya hidup (X_2), dan motivasi (X_3), berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). uji F ini bisa dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA). Dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

Kriteria pengujian yang digunakan yaitu:

- 1) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka keputusannya menerima hipotesis alternatif (H_a), artinya masing-masing variabel kelompok

referensi, gaya hidup, dan motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Larissa Aesthetic Center cabang Kediri.

2) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka keputusannya menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a), artinya masing-masing variabel kelompok referensi, gaya hidup, dan motivasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Larissa Aesthetic Center cabang Kediri.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (kelompok referensi, gaya hidup, dan motivasi) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

Rumus:

$$R^2 = r^2 \times 100 \%$$

R^2 = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Nilai koefisien determinasi diantara 0 sampai 1, dimana semakin mendekati angka 1 nilai koefisien determinasi maka pengaruh antara kelompok referensi (X_1), gaya hidup (X_2), dan motivasi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) semakin kuat. Sebaliknya, semakin mendekati angka 0 nilai koefisien determinasi maka

pengaruh antara kelompok referensi (X_1), gaya hidup (X_2), dan motivasi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah lemah.