

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantitatif yaitu pengukuran.⁵⁹

Sedangkan menurut Subagiyo, penelitian kuantitatif ini lebih menekankan atau menitik beratkan pada gejala-gejala yang memiliki karakteristik tertentu dengan variabel. Sehingga pendekatan kuantitatif adalah hubungan atau relasi antar variabel yang akan dianalisis secara objektif.⁶⁰

Mengapa menggunakan pendekatan kuantitatif karena data diwujudkan dalam bentuk angka dan dianalisis berdasarkan analisis statistik guna untuk menunjukkan pengaruh iklan, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian jilbab Elzatta pada mahasiswa ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

⁵⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metedologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2015), hal. 39

⁶⁰ Rokmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan* (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hal. 21

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini bentuk hubungannya bersifat sebab akibat (kausal), yaitu hubungan yang bersifat mempengaruhi dua variabel atau lebih.

Variabel-variabel yang digunakan untuk mengetahui hubungan yang bersifat sebab akibat ini antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* ialah dengan proses penganalisisan data yang berupa data kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dimana variabel terikatnya (y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel bebas x ($x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$) dan tetap masih menunjukkan diagram hubungan lurus atau linier.

B. Populasi, Sampling dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶¹

Populasi merupakan totalitas semua nilai mungkin, baik hasil menghitung maupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif dari karakteristik tertentu mengenai sekumpulan obyek yang lengkap dan

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. (Bandung: Alfabeta CV, 2007), hlm 30

jas. Populasi merupakan keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶² Pengertian lain mengatakan populasi adalah sekelompok subyek baik manusia, gejala, nilai teks, benda-benda ataupun peristiwa.

Disamping dua pengertian itu ditemukan juga oleh Sutrisno Hadi, bahwa semua individu untuk siapa kenyataan -kenyataan yang diperoleh dari sampel itu hendak di generalisasikan, disebut populasi. Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang dapat terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuhan-tumbuhan , gejala-gejala, nilai test atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu didalam suatu penelitian.⁶³ Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ekonomi Syariah semester 4, 6 dan 8 Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

⁶² V. Wiratna Sujarweni, *Metedologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2015), hal. 80

⁶³ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2012) hal 150

2. Sampling dan Sampel

Sampling adalah sebuah proses dan langkah-langkah dalam penarikan atau pengambilan sampel (contoh) agar menjadi sampel yang representatif.⁶⁴

Sampel merupakan bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.⁶⁵ Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili. Dalam penelitian ini teknik untuk pengambilan sampel adalah Teknik sampling. Teknik pengambilan menggunakan *purposive sampling*. *purposive sampling* adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen. Pengambilan sampel populasi dilakukan dengan pertimbangan tertentu yaitu keputusan pembelian Jilbab Elzatta Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Tulungagung yang membeli jilbab produk Elzatta yang tidak diketahui jumlah populasinya. Teknik pengukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan dasar pengambilan dari rumus Slovin, yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

⁶⁴ Burhan, Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2005), hal 105

⁶⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metedologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: PT Pustaka Baru, 2015), hal. 81

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e^2 = Presisi yang ditetapkan

Berdasarkan data yang di dapat dari jumlah keseluruhan mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung yaitu 414 mahasiswa yang berjenis kelamin perempuan dan mahasiswa Ekonomi Syariah yang melakukan pembelian jilbab Elzatta jumlahnya 80 pelanggan, dalam hal ini penulis menetapkan tingkat kesalahan sebesar 10%.

Maka dapat dirumuskan :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{414}{1 + 414 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{414}{1 + 4.14}$$

$$n = \frac{414}{5,14}$$

$$n = 80,5$$

Berdasarkan perhitungan diatas sampel yang diperoleh sebesar 80,5 dari jumlah keseluruhan mahasiswa semester 6 yang berjenis kelamin perempuan. Namun karena subjek bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 80 sampel. Dalam penyebaran angket peneliti menggunakan metode secara langsung melalui koordinasi perwakilan kelas masing-masing.

C. Definisi Konsep dan Operasional

Peneliti menetapkan secara teoritis dan operasional mengenai variabel dan indikator yang akan diteliti, yaitu definisi konsep dan operasional variabel adalah sebagai berikut :

1. Variabel Iklan (X₁)

Secara konseptual adalah bidang komunikasi dan bidang ekonomi.

Dan secara operasional terdiri dari indikator :

X₁₋₁ Iklan Jilbab Elzatta mampu menciptakan perhatian konsumen

X₁₋₂ Iklan jilbab Elzatta dengan menggunakan model *endorse* artis menjadikan konsumen tertarik ingin membeli

X₁₋₃ Iklan jilbab Elzatta dapat dijumpai di media sosial dengan berbagai macam pilihan model sesuai dengan yang dicari konsumen

X₁₋₄ Pelanggan tetap (*member*) jilbab Elzatta mendapatkan diskon setiap melakukan pembelian

X₁₋₅ Jilbab Elzatta diiklankan dengan menggunakan sistem *give away*

2. Variabel Citra Merek (X₂)

Secara konseptual adalah *Recognition* (pengakuan), *Reputation* (reputasi), *Affinity* (afinitas), dan *Domain*. Dan variabel citra merek secara operasional terdiri dari indikator :

X₂₋₁ Jilbab merek Elzatta merupakan *market leader* dalam kategori produk jilbab

- X₂₋₂ Jilbab merek Elzatta berbeda dengan merek lain yang sejenis
- X₂₋₃ Jilbab merek Elzatta mudah diingat dan dikenali produknya
- X₂₋₄ Jilbab Elzatta memberikan kesan positif pada produknya karena membawa kualitas yang bagus sehingga nyaman dipakai

3. Variabel Harga (X₃)

Secara konseptual adalah Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga, dan Kesesuaian harga dengan manfaat. Dan variabel harga secara operasional terdiri dari indikator :

- X₃₋₁ Harga jilbab Elzatta sangat terjangkau
- X₃₋₂ Penetapan harga jilbab Elzatta sesuai dengan kualitas produk sehingga pelanggan dapat mempertimbangkan dalam melakukan pembelian
- X₃₋₃ Harga produk jilbab Elzatta mampu bersaing dengan produk jilbab yang lainnya
- X₃₋₄ Penetapan harga jilbab Elzatta sesuai dengan model, ukuran, motif maupun bahannya

4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Secara konseptual adalah keputusan pembelian menggunakan teori Agustina Shinta. Dan variabel keputusan pembeliannya secara operasional terdiri dari indikator :

- Y₁ Konsumen menyadari adanya masalah atau kebutuhan apa yang muncul.
- Y₂ Konsumen yang terdorong kebutuhannya mencari atau tidak mencari informasi yang lebih lanjut
- Y₃ Konsumen memproses informasi tentang pilihan merek untuk membuat keputusan akhir mengenai manfaat .
- Y₄ Konsumen memutuskan pembelian berdasarkan keinginan masing-masing dan situasi tergantung dengan orang lain.
- Y₅ Konsumen mengambil tindakan lebih lanjut setelah membeli berdasarkan pada rasa puas atau tidak puas.

D. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Data dapat didefinisikan sebagai kumpulan fakta atau angka atau segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannya sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan.⁶⁶ Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek mana data dapat diperoleh.

Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah sumber data yang langsung kepada responden dengan memberikan angket atau daftar pertanyaan kepada Mahasiswa Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

⁶⁶ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Kencana, 2015), hal. 16

2. Variabel Penelitian

Variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan orang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain.⁶⁷ Jadi variabel merupakan atribut dalam suatu penelitian yang mempunyai variasi anatara satu dengan yang lainnya.

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel penelitian, adapun variabel-variabel tersebut adalah :

a. Variabel *independent* atau variabel bebas

Variabel ini sering disebut dengan variabel stimulus, predictor, antecedent. Menurut kamus besar Bahasa Indonesia biasa disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Puguh Suharso juga menyebutkan *independent* variabel atau variabel bebas (X) atau variabel predictor, merupakan variabel yang dapat mempengaruhi hubungan positif dan negatif.⁶⁸ Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah iklan, citra merek, kualitas produk dan harga.

b. Variabel *dependen* atau variabel terikat

Merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁶⁹ Pendapat lain menyatakan variabel terikat atau disebut juga variabel kriteria, menjadi perhatian

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*. (Bandung: Alfabeta, 2011), hal 38

⁶⁸ Puguh, Suharsono, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hal 36

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*. (Bandung: Alfabeta, 2011), hal 39

utama (sebagai faktor yang berlaku dalam pengamatan) dan sekaligus menjadi sasaran penelitian.⁷⁰ Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ekonomi Syariah.

c. Variabel *Intervening*

Merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel *independent* dengan *dependent*, tetapi tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel antara, yang terletak diantara variabel *independent* dan *dependent* tidak langsung mempengaruhi perubahan variabel *dependent*. Variabel antara dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

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.

Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dimana skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Untuk pemberian skor skala Likert ini sebagai berikut:

⁷⁰ *Ibid.*, hal 92

No	Jenis Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

E. Teknik Pengumpulan Data dan Data Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat diartikan sebagai cara atau metode yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data dengan sebenar-benarnya yang nantinya akan sangat berguna terhadap hasil penelitian yang dilakukan.⁷¹ Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Metode observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data-data penelitian tersebut dapat dinikmati oleh peneliti.

⁷¹ Rokmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan* (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hal. 80

Langkah awal yang dilakukan peneliti sebelum melakukan penelitian yaitu terlebih dahulu melakukan observasi di lokasi penelitian yang mana untuk penelitian ini berlokasi di Gedung KH Syaifudin Zuhri (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Peneliti melakukan pengamatan sistematis, pelaksanaannya fokus pada yang ingin diteliti melalui pengamatan yang telah disusun secara rinci berdasarkan kategori masalah yang ingin diteliti.

b. Kuesioner (Daftar Pertanyaan)

Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang jelas dirumuskan sebelumnya untuk dijawab oleh responden terpilih, dan merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah data sekunder yang disimpan dalam bentuk dokumen atau file, buku, tulisan, laporan, notulen rapat, majalah, surat kabar dan lain sebagainya. Metode pengumpulan data dokumentasi digunakan dalam rangka memenuhi data atau informasi yang diperlukan untuk kepentingan variabel penelitian penelitian yang telah didesain sebelumnya.⁷²

⁷² Puguh, Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis*. (Jakarta: PT Indek), hal.

2. Data Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya penelitian adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam. Instrument penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cepat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrument berupa kuesioner (angket).

Penelitian ini, peneliti yang menggunakan instrument berupa kuesioner dengan menggunakan *Likert* dengan 5 opsi jawaban. Skala *Likert* merupakan skala yang paling terkenal dan sering digunakan dalam penelitian karena pembuatan relative lebih mudah dan tingkat reliabilitasnya tinggi.⁷³

F. Teknis Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan responden, mentabulasi dan berdasarkan variable dari seluruh responden, menyajikan data setiap variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan

⁷³ Husain, Usman & Setyadi, Purnomo, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008.), hal. 65

masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah disajikan. Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan:

1. Statistik Deskriptif

Setelah data yang didapat dari mahasiswa yang tertuang dalam kuesioner, selanjutnya data tersebut di tabulasi berdasarkan item-item pada setiap variabel. Dalam penyajian data, agar mudah dipahami, menggunakan statistik deskriptif.

Statistik deskriptif adalah suatu cabang ilmu yang berkaitan dengan Teknik pengumpulan, pengorganisasia, penyederhanaan, dan pennyajian data ke dalam bentuk yang lebih mudah dipahami, misalnya ke dalam bentuk tabel atau grafik ilmu penyajian data dengan menggunakan tabel atau grafik. Teknik penyederhanaan data biasanya disertai dengan penjelasan tentang karakteristik-karakteristik tertentu dari data tersebut seperti ukuran pemusatan, seperti mean, modus, median dan ukuran penyebaran seperti simpangan baku (standar deviasi).⁷⁴

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Data dikatakan valid, apabila pernyataan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner

⁷⁴ Ali, Mauludi, *Teknik belajar statistic 2*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2014), hal 5

tersebut. Butir-butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner diuji terhadap faktor terkait. Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid apabila instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti.

Jadi, uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan keabsahan suatu instrument. Instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat Sugiyono dan wibowo menjelaskan, ketentuan validitas instrument sah apabila r hitung lebih besar dari r kritis (0,30). Suyuti mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari r standar yaitu 0,3. Sugiyono menyatakan bila korelasi tiap factor positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan construct yang kuat.⁷⁵

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah menunjukkan pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.

⁷⁵ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009) hal., 96

Reliabilitas instrument diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, di lakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1.

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

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

3. Uji Asumsi Klasik

Adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linier Ordinary Least Square (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi klasik.

a. Uji Multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkolerasi. Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat.

Diantara variabel independent terdapat kolerasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan. Untuk mendekati adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas.

Uji ini bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel-variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas/ variabel independen. Jika variabel bebas saling berkolerasi, maka variabel ini tidak orthogonal.⁷⁶ Dibawah ini, merupakan hasil uji multikolinieritas. Karena model yang digunakan dalam analisis adalah analisis jalur maka pengujiannya dalam tahap pengujiannya dipisahkan.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas ini digunakan untuk mengetahui adanya penyimpangan klasik pada ketidak samaan varian, dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika : penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola, titik-titik data menyebar di atas dan dibawah atau

⁷⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21, Ed. 7*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 110

disekitar angka 0 dan titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau dibawah saja.

4. Uji Normalitas Data

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Untuk mendeteksi digunakan pendekatan *Kolmogorov swirnow*, disingkat KS. Mekanismenya adalah klik variabel view, setelah itu diberi nama (X), kemudian klik data view diujung paling kiri. Masukkan data angka penelitian, kemudian klik dimenu Analyze, non parametrik test, tekan ke kanan 1-ks, klik ok.

Aturan mainnya, apabila nilai Asym. Signifikan $< 0,05$, maka distribusi nilai di atas dianggap tidak normal. Sebaliknya, apabila nilai Asym. Signifikan $> 0,05$, maka distribusi nilai diatas dianggap normal.

5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi untuk meramalkan variabel dependen jika variabel independent dinaikkan atau diturunkan.⁷⁷ Setelah data penelitian berupa jawaban terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis data dengan regresi berganda. Uji regresi berganda digunakan untuk menganalisis hubungan dari dua atau lebih varian bebas.

⁷⁷ Muhammad, Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi (Teori dan Aplikasi)*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005) hal., 120

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

Keterangan :

Y = variabel terikat (keputusan pembelian)

a = bilangan konstanta

$b_1b_2b_3$ = koefisien korelasi berganda

X_1 = variabel iklan

X_2 = variabel citra merek

X_3 = variabel harga

E = *error of term*

6. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R_2) didapat dari hasil regresi linier berganda yang menunjukkan seberapa besar variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya. Semakin besar angka R_2 maka semakin baik model yang digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika R_2 semakin

kecil berarti semakin lemah model tersebut untuk menjelaskan dari variabel terikatnya.⁷⁸

7. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependen digunakan uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel independent secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

a. Uji t (Parsial)

Untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independent mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Uji ini dilakukan dengan syarat apabila $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} maka H_0 diterima yaitu variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Sedangkan apabila $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} maka H_0 ditolak yang berarti variabel dependen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji T digunakan untuk menguji hipotesis penelitian :

- 1) Terdapat pengaruh signifikan iklan (X1) terhadap keputusan pembelian Jilbab Elzatta (Y) pada Mahasiswi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

⁷⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate.....*, hal. 87.

- 2) Terdapat pengaruh signifikan citra merek (X2) terhadap keputusan pembelian Jilbab Elzatta (Y) pada Mahasiswi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.
- 3) Terdapat pengaruh signifikan harga (X3) terhadap keputusan pembelian Jilbab Elzatta (Y) pada Mahasiswi Ekonomi Syariah FEBI IAIN Tulungagung.

b. Uji F (Simultan)

Untuk mengetahui apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan syarat, apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima sehingga variabel dependen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak sehingga variabel independent secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.