

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah salah satu jenis kegiatan penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian, baik tentang tujuan penelitian, subyek penelitian, obyek penelitian, sampel data, sumber data maupun metodologinya (mulai pengumpulan data hingga analisis data).¹ Penelitian kuantitatif menekankan pada variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.² Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi, *People*, Proses, *Physical Evidence* terhadap keputusan pembelian produk di Hana Fashion dan *Collection* di Desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

2. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian survey. Dalam penelitian survey, informasi yang dikumpulkan menggunakan kuesioner/angket. Penelitian ini digolongkan kedalam penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan dua variabel atau lebih.³ Dalam penelitian asosiatif, hubungan variabel terhadap objek yang diteliti bersifat sebab akibat, sehingga ada

¹ Puguh Suharso, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hlm. 3.

² Moh. Sidik Pradana, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 3.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 11.

variabel dependen dan independen. Dari variabel tersebut selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.⁴Variabel yang diangkat dalam penelitian ini meliputi variabel bebas ($X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7$) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah Produk (X1), Harga (X2), Tempat (X3), Promosi (X4), *People* (X5), Proses (X6), *Physical Evidence* (X7) sedangkan variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian.

B. 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 Produk (X_1) secara konseptual adalah a) Merek b) Keanekaragaman Produk, dan c) Kualitas Produk.

$X_{1.1}$ Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* memiliki merek yang dikenal banyak orang.

$X_{1.2}$ Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* memiliki produk yang lengkap.

$X_{1.3}$ Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* memiliki merek yang sangat banyak.

$X_{1.4}$ Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* memiliki ukuran produk yang berbeda-beda.

$X_{1.5}$ Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* memiliki kualitas yang bagus.

⁴*Ibid.*, 12.

X_{1.6} Menurut saya produk di Toko Hana *Fashion & Collection* memiliki penampilan yang baik dan menarik.

X_{1.7} Menurut saya Produk di Toko Hana *Fashion & Collection* memiliki desain yang menarik.

X_{1.8} Menurut saya produk di Toko Hana *Fashion & Collection* bisa tahan lama.

2. Variabel Harga (X₂) secara konseptual adalah a) Keterjangkauan Harga, b) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk, c) Daya Saing Harga, dan d) Kesesuaian Harga dengan Manfaat.

X_{2.1} Menurut saya produk di Toko Hana *Fashion & Collection* memiliki harga yang terjangkau.

X_{2.2} Menurut saya produk di Toko Hana *Fashion & Collection* memiliki keterjangkauan harga sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli.

X_{2.3} Menurut saya produk di Toko Hana *Fashion & Collection* memiliki harga yang sesuai dengan kualitas yang dirasakan pembeli.

X_{2.4} Menurut saya harga produk di Toko Hana *Fashion & Collection* lebih murah daripada yang lain.

X_{2.5} Menurut saya harga produk di Toko Hana *Fashion & Collection* mampu bersaing dengan yang lain yang serupa.

X_{2.6} Menurut saya harga produk di Toko Hana *Fashion & Collection* sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen.

3. Variabel Tempat (X₃) secara konseptual adalah a) Keterjangkauan, b) Kelancaran, dan c) Kedekatan dengan kediamannya.

X_{3.1} Menurut saya lokasi Toko Hana *Fashion & Collection* berada di tepi jalan.

X_{3.2} Menurut saya lokasi Toko Hana *Fashion & Collection* mudah ditemukan.

X_{3.3} Menurut saya akses menuju Toko Hana *Fashion & Collection* mudah dan tidak macet.

X_{3.4} Menurut saya parkir di Toko Hana *Fashion & Collection* luas dan aman.

X_{3.5} Menurut saya lokasi Toko Hana *Fashion & Collection* berada di pusat pemukiman masyarakat.

4. Variabel Promosi (X₄) secara konseptual adalah a) *Advertising* (Periklanan), b) *Sales Promotion* (Promosi Penjualan), c) *Personal Selling* (Penjualan perorangan), d) *Public Relations* (Hubungan Masyarakat), dan e) *Direct Marketing* (Penjualan Langsung).

X_{4.1} Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* memiliki informasi produk yang dicantumkan di Baliho/Spanduk.

X_{4.2} Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* memiliki Baliho/Spanduk yang dapat dilihat dengan jelas.

X_{4.3} Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* pernah mengadakan potongan untuk menarik minat pembeli.

X_{4.4} Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* memberikan hadiah barang untuk pembeli.

X_{4.5} Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* memberikan pelayanan yang baik pada pembeli.

X_{4.6} Menurut saya pekerja di Toko Hana *Fashion & Collection* mengetahui konsumen yang akan ditemuinya.

X_{4.7} Menurut saya pembeli mendapatkan informasi mengenai Toko Hana *Fashion & Collection* dari teman atau saudara.

X_{4.8} Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* pernah melakukan promosi di Radio ,dll.

5. Variabel *People* (X_5) secara konseptual adalah a) Kompetensi, b) Kesopanan, c) Selektif

$X_{5.1}$ Menurut saya pekerja di Toko Hana *Fashion & Collection* melayani pembeli dengan cepat.

$X_{5.2}$ Menurut saya pekerja di Toko Hana *Fashion & Collection* bekerja sesuai dengan tugasnya masing-masing.

$X_{5.3}$ Menurut saya pekerja di Toko Hana *Fashion & Collection* ramah terhadap pembeli.

$X_{5.4}$ Menurut saya pekerja di Toko Hana *Fashion & Collection* melayani pembeli dengan sopan dan menyenangkan.

$X_{5.5}$ Menurut saya pekerja di Toko Hana *Fashion & Collection* melakukan pekerjaan sesuai dengan ketentuan toko.

6. Variabel *Proses* (X_6) secara konseptual adalah a) Proses pelayanan yang baik dari awal hingga akhir, b) Kerapian dan ketelitian kerja, dan c) kemudahan saat melakukan pembayaran.

$X_{6.1}$ Menurut saya pekerja di Toko Hana *Fashion & Collection* memberikan pelayanan yang baik pada pembeli.

$X_{6.2}$ Menurut saya pekerja di Toko Hana *Fashion & Collection* sopan dan ramah dalam melayani pembeli.

$X_{6.3}$ Menurut saya pekerja di Toko Hana *Fashion & Collection* berpenampilan rapi dalam melayani pembeli.

$X_{6.4}$ Menurut saya pekerja di Toko Hana *Fashion & Collection* teliti dalam melayani pembeli.

$X_{6.5}$ Menurut saya pekerja di Toko Hana *Fashion & Collection* memiliki ketepatan dalam proses pembayaran.

X_{6.6} Menurut saya di Toko Hana *Fashion & Collection* menyediakan bukti pembayaran atau nota.

7. Variabel *Physical Evidence* (X₇) secara konseptual adalah a) Interior yang bagus, b) Luas tempat parkir, dan c) kenyamanan bagi konsumen.

X_{7.1} Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* memiliki tata ruang yang bagus.

X_{7.2} Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* menata setiap produknya dengan rapi.

X_{7.3} Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* memiliki fasilitas parkir yang luas.

X_{7.4} Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* memiliki tempat parkir yang aman.

X_{7.5} Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* memiliki ruang yang luas sehingga memudahkan pembeli dalam bergerak.

X_{7.6} Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* memiliki fasilitas pendukung (radio, pencahayaan, dll) yang baik.

X_{7.7} Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* selalu dalam keadaan bersih dan rapi.

8. Variabel Keputusan Pembelian (Y) secara konseptual adalah a) Pencarian Informasi, b) Evaluasi Alternatif, c) Keputusan Pembelian, dan d) Evaluasi pasca pembelian.

Y₁ Menurut saya Toko Hana *Fashion & Collection* menyediakan barang/produk yang dibutuhkan oleh pembeli.

Y₂ Menurut saya pembeli mengetahui Toko Hana *Fashion & Collection* dari pengalaman orang terdekat.

Y₃ Menurut saya pembeli merekomendasikan orang terdekat untuk membeli barang/produk yang sama di Toko Hana *Fashion & Collection*.

Y₄ Menurut saya pembeli melakukan evaluasi/penilaian pada merek yang akan dibeli di Toko Hana *Fashion & Collection*.

Y₅ Menurut saya pembeli akan membeli barang/produk di Toko Hana *Fashion & Collection* setelah merasa yakin.

Y₆ Menurut saya pembeli merasa puas terhadap pembelian yang dilakukan di Toko Hana *Fashion & Collection*.

Y₇ Menurut saya pembeli akan melakukan pembelian ulang di Toko Hana *Fashion & Collection*.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari Hana *Fashion* dan *Collection* di Desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta cetakan ke 20, 2014), hal. 80

b. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti) yang diambil sebagai sumber data dan mewakili seluruh populasi.⁶ Sampel berarti contoh, yaitu sebagian dari seluruh individu yang menjadi obyek penelitian. Tujuan penelitian sampel adalah untuk memperoleh keterangan mengenai obyek penelitian dengan cara mengamati sebagian dari populasi.⁷

Didalam penelitian ini peneliti menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁸ Pertimbangan untuk sampel penelitian ini adalah responden dengan kriteria sebagai berikut:

a. Merupakan konsumen di Toko Hana Fashion & Collection.

Sementara untuk jumlah anggota sampel menurut Roscoe dalam Sugiyono, untuk penelitian dengan analisis multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya) jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.⁹

Dalam penelitian ini jumlah variabel penelitiannya ada 8 (independen + dependen), maka perhitungan jumlah anggota sampelnya adalah $8 \times 10 = 80$. Jadi sampel minimal dalam penelitian ini adalah 80 responden. Namun atas dasar pertimbangan peneliti dan agar sampel yang digunakan lebih

⁶ Ibid., hal 80-81

⁷ Muhajirin, Maya Panorama, *Pendekatan Praktis Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta : Idea Press, 2017), hal.114

⁸ Ibid., 126.

⁹ Ibid., 133.

representatif maka peneliti menetapkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 95 responden.

D. Sumber Data dan Variabel Penelitian

1. Sumber Data

Data adalah segala informasi yang dijadikan dan diolah untuk suatu kegiatan penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan.¹⁰ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

- a. Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Data primer dalam penelitian ini di peroleh dari penyebaran kuesioner kepada pengunjung di Toko Hana Fashion & Collection.
- b. Data sekunder adalah data yang di peroleh dalam bentuk sudah jadi sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi.¹¹ Data sekunder penelitian ini diperoleh dari buku, jurnal, laporan-laporan penelitian terdahulu. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

2. Variabel Penelitian

Pengertian variabel adalah konstruk yang sifat-sifatnya telah diberi angka (kuantitatif) atau variabel dapat juga diartikan sebagai konsep yang mempunyai bermacam-macam nilainya. Maka variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹⁰ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif Dilengkapi Contoh-Contoh Aplikasi: Proposal Penelitian dan Laporrannya*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), 98.

¹¹*Ibid.*, 101.

a. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang menjadi sebab atau mempengaruhi variabel lain (*variable dependent*). Juga sering disebut variabel bebas, predictor, stimulus, eksogen atau *antecedent*.¹² Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah Produk (X1), Harga (X2), Tempat (X3), Promosi (X4), *People* (X5), Proses (X6), *Physical Evidence* (X7).

b. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas). Dalam penelitian ini variabel terikatnya (Y) adalah keputusan pembelian produk di Toko Hana *Collection* dan *Fashion* di Desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

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.¹³ Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert adalah acuan yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi, seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dan variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.¹⁴ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert dengan ukuran:

¹² Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif...*,10.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, 136

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 135.

Pendapat	Nilai
SS= Sangat Setuju	5
S= Setuju	4
N= Netral	3
TS= Tidak Setuju	2
STS= Sangat Tidak Setuju	1

E. Teknik Pengumpulan data dan Instrumen penelitian

1. Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan pada suatu penelitian untuk mendapatkan data yang sistematis, sehingga memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Metode Angket (Kuisisioner)

Metode angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹⁵

b. Metode Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukab penelitian secara langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian, sehingga akan mendapatkan gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.

¹⁵ Puguh Suharsono, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), 142.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti, disini alat yang digunakan adalah angket. Supaya instrumen penelitian dapat berfungsi secara efektif, maka syarat validitas dan reliabilitas harus diperhatikan sungguh-sungguh.¹⁶ Titik tolak dari penyusunan adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti. Dari variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya yang selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur. Dari indikator ini kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Untuk memudahkan penyusunan instrumen penelitian, maka perlu digunakan matrik pengembangan instrumen atau kisi-kisi instrumen.¹⁷

F. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisa hasil penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kuantitatif asosiatif. Analisis data merupakan kegiatan data dari seluruh responden yang terkumpul.¹⁸ Teknik analisis data merupakan cara untuk menganalisa data yang diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Peneliti harus memastikan pola analisis yang digunakan tergantung pada jenis data yang dikumpulkan. Analisa data bertujuan untuk menyusun data dalam cara yang bermakna sehingga dapat dipahami.¹⁹

Dalam penelitian ini, data bersifat kuantitatif yang berwujud angka-angka hasil perhitungan dan pengukuran dianalisis dengan menggunakan analisa statistik sebagai berikut:

¹⁶ W.Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Grafindo, 2000), 123.

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, 103.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, 142.

¹⁹ Syafizal Helmi Situmorang, *Analisis Data*, (Medan: USU Press, 2010), 9.

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahan suatu instrumen. Validitas menunjukkan seberapa cermat suatu alat tes melakukan fungsi ukurnya atau suatu alat ukur yang dapat mengukur apa yang ingin diukur. Selanjutnya disebutkan validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap item atau instrumen (bisa pertanyaan maupun pernyataan) benar-benar mampu mengungkapkan variabel yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu variabel.²⁰

Untuk mengetahui tingkat validitas dapat dilihat dari *corrected item-totak correlation* yang merupakan korelasi antara skor item dengan skor total item (nilai r_{hitung}) dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} atau $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$ maka item tersebut dikatakan valid.²¹

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian dan keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran.²² Digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Kuesioner dikatakan

²⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustakarya, 2009), 96.

²¹ Ridwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian: Pendidikan Sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 353.

²² Husein Umar, *Research Methods in Finance and Banking*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), 132.

reliabel apabila hasil uji statistik Alpha $\alpha > 0,60$. Interpretasinya yaitu sebagai berikut:

- a. Nilai alpha cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti kurang reliable
- b. Nilai alpha cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliable
- c. Nilai alpha cronbach 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliable
- d. Nilai alpha cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliable
- e. Nilai alpha cronbach 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliable

3. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data mengalami penyimpangan atau tidak. Uji asumsi klasik terdiri dari:

a. Uji normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Kemudian pengolahannya menggunakan aplikasi software 16.0 dengan perumusan sebagai berikut:

H_0 = data tidak berdistribusi normal

H_1 = data berdistribusi normal

Pendekatan normalitas data apakah berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Ketentuan pengujian ini adalah jika probabilitas atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari *level of signification (α)* maka data berdistribusi normal. Jika nilai *Sig.* Atau atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi adalah normal (simetris). Dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, diterima H_1 jika nilai signifikansi $\geq \alpha$ dan tolak $H_1 \leq \alpha$.

b. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasinya antar sesama variabel bebas lain sama dengan nol.

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas.²³ VIF disini maksudnya adalah suatu estimasi berapa besar multikolinieritas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinieritas telah menaikkan sedikit pada koefisien estimasi, akibatnya dapat menurunkan nilai t.

Hipotesa yang digunakan dalam uji multikolinieritas adalah:

H_0 : tidak ada multikolinieritas

H_a : ada multikolinieritas

Dasar pengambilan keputusannya adalah :

Jika $VIF > 10$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $VIF < 10$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu uji untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual atau ke pengamatan lain.²⁴ Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan

²³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik...*, 78.

²⁴ Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistika...*, 203.

variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat scatter plot dengan dasar analisis sebagai berikut ini:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik yang akan membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji analisis regresi linier berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variable bebas.²⁵ Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (keputusan pembelian)

A = Konstanta

$b_1 b_2 b_3 b_4$ = Koefisien korelasi ganda

²⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 56.

X_1 = Variabel independen (harga)

X_2 = Variabel independen (promosi)

X_3 = Variabel independen (kualitas produk)

e = *error of terms*

5. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah suatu proporsi, kondisi atau prinsip yang dianggap benar dan barangkali tanpa keyakinan, agar bisa ditarik suatu konsekuensi yang logis dan dengan cara ini kemudian diadakan pengujian (testing) tentang kebenarannya dengan mempergunakan fakta-fakta (data) yang ada.²⁶ Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

a. Uji t-test

Untuk mengetahui apakah pengaruh harga, promosi dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di toko Hana *Fashion* dan *Collection* Desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

- 1) Apabila t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel harga, promosi dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Toko Hana *Fashion* dan *Collection*.

²⁶ J. Supranto, *Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1990), 33.

- 2) Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya masing-masing variabel harga, promosi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Toko Hana *Fashion* dan *Collection*.

b. Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel harga, promosi dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk di Toko Hana *Fashion* dan *Collection*.

- 1) Apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{table} maka keputusannya menerima hipotesis nol (H_0), artinya variabel harga, promosi dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Toko Hana *Fashion* dan *Collection*.
- 2) Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{table} maka keputusannya menolak hipotesis nol (H_0), artinya variabel harga, promosi dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di Toko Hana *Fashion* dan *Collection*.

6. Analisis koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.²⁷ Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen atau terikat. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21, Ed. 7*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), 83.

memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah:

$$R^2 = (r^2)$$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

r^2 = koefisien korelasi