

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan skala dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian, baik tentang tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, sampel data, sumber data, maupun metodologinya (mulai pengumpulan data hingga analisis data).¹¹⁴

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif asosiatif. Penelitian asosiatif (hubungan) yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.¹¹⁵

B. Lokasi Penelitian

Objek penelitian dilaksanakan di *industry* gantungan baju Beruang Mas Desa Ngunut Gentengan, Kec.Ngunut, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66292, Indonesia. Penulis berinisiatif mengambil judul pengaruh bauran pemasaran *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence* terhadap peningkatan volume penjualan (studi kasus pada home industry Beruang Mas Tulungagung)

¹¹⁴Puguh Suharso, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hal. 03

¹¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALVABETA CV, 2018), hal. 66

C. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek.¹¹⁶ Populasi dalam penelitian diambil dari pihak pemilik dan karyawan pada *industry* gantungan baju Beruang Mas Tulungagung.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, ketika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi.¹¹⁷

c. Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* adalah merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Teknik *sampling* terdapat berbagai teknik yang digunakan. Teknik *sampling* pada dasarnya dapat

¹¹⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALVABETA CV, 2018), hal. 80

¹¹⁷Ibid, hal. 81

dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*.¹¹⁸ *Probability sampling* adalah teknik *sampling* (teknik pengambilan teknik sampel) yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi: *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *sampling area (cluster) sampling (sampling menurut daerah)*.¹¹⁹

Nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini meliputi, *sampling* sistematis, kuota, *aksidental*, *purposive*, jenuh, *snowball*.¹²⁰ Penelitian ini teknik pengambilan sampelnya menggunakan *Nonprobability Sampling* dengan kategori *sampling* jenuh yakni teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.¹²¹ Teknik ini dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat *generalisasi*, dengan kesalahan yang sangat kecil.

Pengambilan sampel populasi dilakukan pada pemilik dan karyawan pada *industry* gantungan baju Beruang Mas Tulungagung.

¹¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALVABETA CV, 2018), hal. 81

¹¹⁹ Ibid, hal. 82

¹²⁰ Ibid, hal. 84

¹²¹ Ibid, hal. 85

D. Sumber Data dan Skala Pengujian

1. Sumber Data

Menurut sumbernya, data penelitian dikelompokkan menjadi dua yakni data primer dan data sekunder, berikut penjelasan dari data primer dan data sekunder:

- a. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.
- b. Data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.¹²²

Penelitian disini menggunakan data primer yakni data yang diperoleh dari pihak pertama, seperti hasil wawancara atau pengisian angket. Data primer didapat langsung dari responden dengan cara menyebarkan kuesioner kepada pihak pemasaran dan karyawan pada *industry* gantungan baju Beruang Mas Tulungagung.

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang akan menjadi objek pengambilan penelitian. Kidder menyatakan bahwa variabel adalah suatu

¹²² Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hal. 91

kualitas dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan.¹²³ Fungsi variabel dalam penelitian kuantitatif dibagi menjadi dua yakni :

a. Variabel bebas (*independent*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Penelitian ini terdapat variabel bebas yang digunakan sebanyak 7 yakni produk (X1), harga (X2), tempat (X3), promosi (X4), sdm (X5), proses (X6), dan bukti fisik (X7).

b. Variabel terikat (*dependent*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Penelitian ini variabel terikatnya adalah volume penjualan di Home Industry Beruang Mas Tulungagung sebagai Y.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penelitian fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, yang kemudian indikator dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang

¹²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALVABETA CV, 2018), hal. 38

menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.¹²⁴ Berikut skala likert yang digunakan peneliti dari 1-5

Tabel 3.1

Pedoman Nilai Jawaban Kuesioner

No	Simbol	Keterangan	Nilai
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	N	Netral	3
4.	TS	Tidak Setuju	2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung: Alfabeta CV, 2012.

E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

a. Teknik Observasi

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi. Teknik observasi adalah teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik dibandingkan dengan teknik yang lain.¹²⁵ Teknik observasi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Penelitian menggunakan teknik observasi yang dilakukan secara langsung dengan menggunakan kuesioner (angket).

b. Teknik Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau

¹²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta CV, 2012), hal. 86.

¹²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALVABETA CV, 2018), hal. 137

pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien dengan peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tau apa yang bisa diharapkan dari responden.¹²⁶ Kuesioner diberikan kepada bagian pemasaran dan karyawan gantungan baju Beruang Mas Tulungagung.

c. Wawancara

Wawancara ialah teknik untuk mengumpulkan data atau informasi yang akurat untuk keperluan dalam proses pemecahan masalah yang sesuai dengan data yang ada. Proses wawancara ini dilakukan dengan cara bertanya secara langsung atau secara lisan atau pual bertatap muka dengan narasumber yang diwawancarai.¹²⁷

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ialah peralatan yang digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi dari para responden dengan pengukuran yang sama. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Instrumen yang digunakan untuk mengukur penelitian ialah harus memenuhi realibilitas dan validitas¹²⁸ agar dapat memudahkan dalam penyusunan instrumen, maka digunakan matrik pengembangan instrumen, yaitu sebagai berikut:

¹²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALVABETA CV, 2018), hal. 142

¹²⁷ Ibid, hal. 137

¹²⁸ Ibid, hal. 222

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	No.item
Produk (X1). ¹²⁹	Variasi (X _{1.1})	Home Industry Beruang Mas memproduksi beragam jenis bentuk dan berbagai jenis ukuran. (X _{1.1.1})	Pertanyaan no.1
	Kualitas (X _{1.2})	Home Industry Beruang Mas menggunakan bahan baku yang berkualitas dalam proses produksi. (X _{1.2.1})	Pertanyaan no.2
	Desain (X _{1.3})	Home Industry Beruang Mas memiliki desain yang menarik dan berkualitas. (X _{1.3.1})	Pertanyaan no.3
	Fitur (X _{1.4})	Home Industry Beruang Mas memproduksi produk dengan berbagai fitur yang menarik. (X _{1.4.1})	Pertanyaan no.4
	Nama Merek (X _{1.5})	Home Industry Beruang Mas membuat nama dan simbol dengan semenarik mungkin untuk menarik pembeli. (X _{1.5.1})	Pertanyaan no.5
	Kemasan(X _{1.6})	Home Industry Beruang Mas memiliki kemasan yang menarik pada produk yang dapat menarik konsumen. (X _{1.6.1})	Pertanyaan no.6
Harga (X2). ¹³⁰	Potongan Harga (X _{2.1})	Home Industry Beruang Mas memberikan potongan harga untuk pembelian dalam jumlah tertentu. (X _{2.1.1})	Pertanyaan no.7
		Home Industry Beruang Mas memberikan potongan harga atau <i>discount</i> kepada pelanggan tetap. (X _{2.1.2})	Pertanyaan no.8
	Tingkatan Harga (X _{2.2})	Harga produk yang ditawarkan terjangkau oleh konsumen. (X _{2.2.1})	Pertanyaan no.9
		Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk. (X _{2.2.2})	Pertanyaan no.10
	Pembayaran	Proses pembayaran yang diberikan	Pertanyaan

¹²⁹ Philip Kotler & Amstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Alih Bahasa:Bob Sabran ,M.M, (Jakarta:Erlangga, 2009) hal. 272

¹³⁰ Ibid, hal. 68

	(X _{2.3})	cepat dan mudah. (X _{2.3.1})	no.11
		Proses pembayaran bisa melalui transfer. (X _{2.3.2})	Pertanyaan no.12
Tempat (X3). ¹³¹	Pendistribusian (X _{3.1})	Pendistribusian produk dilakukan dengan cepat dan tetap sesuai dengan pesanan konsumen. (X _{3.1.1})	Pertanyaan no.13
		Home Industry Beruang Mas melakukan pendistribusian dengan menggunakan jasa perantara. (X _{3.1.2})	Pertanyaan no.14
	Lokasi (X _{3.2})	Lokasi usaha strategis dan mudah ditemukan. (X _{3.2.1})	Pertanyaan no.15
		Lokasi usaha sudah banyak diketahui oleh masyarakat. (X _{3.2.2})	Pertanyaan no.16
	Jangkauan (X _{3.3})	Jangkauan pemasaran produk luas (X _{3.3.1})	Pertanyaan no.17
		Produk yang dipasarkan dapat dijangkau oleh semua konsumen. (X _{3.3.2})	Pertanyaan no.18
Promosi (X4). ¹³²	Periklanan (X _{4.1})	Home Industry Beruang Mas melakukan kegiatan promosi melalui periklanan. (X _{4.1.1})	Pertanyaan no.19
		Home Industry Beruang Mas menggunakan beberapa media massa untuk menawarkan produk. (X _{4.1.2})	Pertanyaan no.20
	Promosi Penjualan (X _{4.2})	Home Industry Beruang Mas menggunakan jasa sales untuk melakukan kegiatan promosi. (X _{4.2.1})	Pertanyaan no.21
		Home Industry Beruang Mas melakukan promosi dari mulut ke mulut. (X _{4.2.2})	Pertanyaan no.22
	Penjualan Perseorangan (X _{4.3})	Home Industry Beruang Mas melakukan proses promosi dengan tatap muka secara langsung kepada konsumen. (X _{4.3.1})	Pertanyaan no.23
	Hubungan Masyarakat (X _{4.4})	Menjaga hubungan baik di masyarakat dengan menjaga kepercayaan dalam produk yang ditawarkan. (X _{4.4.1})	Pertanyaan no.24
Orang	Pembagian	Home Industry Beruang Mas	Pertanyaan

¹³¹ Philip Kotler & Amstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Alih Bahasa:Bob Sabran ,M.M, (Jakarta:Erlangga, 2009), hal. 106

¹³²Ibid, hal. 219

(SDM) (X5). ¹³³	Kerja (X _{5.1})	melakukan pembagian kerja karyawan sesuai dengan kompetensi yang dimiliki. (X _{5.1.1})	no.25
		Home Industry Beruang Mas melakukan pembagian kerja karyawan untuk mempermudah proses kegiatan produksi yang dilakukan. (X _{5.1.2})	Pertanyaan no.26
	Rekrutmen (X _{5.2})	Home Industry Beruang Mas melakukan perekrutan atau seleksi karyawan secara terbuka. (X _{5.2.1})	Pertanyaan no.27
		Home Industry Beruang Mas melakukan penyeleksian terhadap penerimaan karyawan untuk mengetahui kemampuan atau keahlian karyawan. (X _{5.2.2})	Pertanyaan no.28
	Motivasi Kerja (X _{5.3})	Home Industry Beruang Mas memiliki karyawan dengan motivasi kerja yang tinggi. (X _{5.3.1})	Pertanyaan no.29
		Pemberian bonus merupakan salah satu cara untuk memotivasi karyawan agar bekerja lebih giat dalam memproduksi barang. (X _{5.3.2})	Pertanyaan no.30
Proses (X6). ¹³⁴	Pesanan (X _{6.1})	Home Industry Beruang Mas menerima dan melayani pemesanan secara langsung. (X _{6.1.1})	Pertanyaan no.31
		Home Industry Beruang Mas menerima dan melayani pemesanan produk melalui telepon. (X _{6.1.2})	Pertanyaan no.32
	Pengolahan (X _{6.2})	Proses produksi yang kami lakukan sesuai dengan prinsip sanitasi dan hygiene. (X _{6.2.1})	Pertanyaan no.33
		Alur produksi teratur sehingga lalu lintas area kerja bebas dan lancar. (X _{6.2.2})	Pertanyaan no.34
	Pelayanan (X _{6.3})	Karyawan kami memiliki kompetensi kerja yang handal dalam kegiatan produksi. (X _{6.3.1})	Pertanyaan no.35

¹³³Ratih Hururiyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Jakarta: CV Alfabeta, 2010), hal. 62

¹³⁴ Didin Fatihudin & Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hal. 191

		Home Industry Beruang Mas memiliki karyawan yang cekatan dalam melayani konsumen. (X _{6.3.2})	Pertanyaan no.36
Bukti Fisik.(X7) ¹³⁵	Suasana (X _{7.1})	Tata letak bangunan menunjang kelancaran arus bahan baku, barang dalam proses dan barang jadi. (X _{7.1.1})	Pertanyaan no.37
		Tata letak mesin produksi dalam Home Industry telah memadai untuk kelancaran operasi kegiatan produksi. (X _{7.1.2})	Pertanyaan no.38
	Sarana (X _{7.2})	Mesin-mesin produksi yang tersedia dapat dimanfaatkan secara optimal dalam pelaksanaan proses produksi. (X _{7.2.1})	Pertanyaan no.39
		Terdapat pemeliharaan dan perawatan yang baik terhadap mesin-mesin produksi dan fasilitas lain. (X _{7.2.2})	Pertanyaan no.40
	Prasarana (X _{7.3})	Fasilitas-fasilitas fisik dalam pabrik telah memadai untuk melaksanakan proses produksi yang efektif, efisien, dan ekonomis. (X _{7.3.1})	Pertanyaan no.41
		Home Industry menyediakan lahan parkir karyawan yang memadai. (X _{7.3.2})	Pertanyaan no.42
Volume Penjualan (Y) ¹³⁶	Kondisi Pasar (Y ₁)	Harga produk yang dijual mengikuti perkembangan harga pasar. (Y _{1.1})	Pertanyaan no.43
		Kondisi pasar sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk. (Y _{1.2})	Pertanyaan no.44
		Setiap satu kenaikan bahan pokok akan mempengaruhi harga hanger (Y _{1.3})	Pertanyaan no.45
	Modal (Y ₂)	Keuntungan dari sebagian hasil yang diperoleh digunakan untuk menambah modal usaha. (Y _{2.1})	Pertanyaan no.46
		Melakukan analisis kemampuan usaha untuk mendapatkan laba yang direncanakan atau	Pertanyaan no.47

¹³⁵ Ibid, hal. 191

¹³⁶ Freddy Rangkuty, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Integrated Marketing Communication*, (Jakarta: Gramedia Utama, 2009), hal. 207

		diinginkan. (Y _{2,2})	
		Jumlah hanger yang diproduksi perusahaan sama dengan total pemasukan produksi. (Y _{2,3})	Pertanyaan no.48

Sumber : Data primer diolah, 2019

F. Teknik Analisis Data

Penelitian kuantitatif adalah kegiatan analisis data terbagi menjadi dua yakni kegiatan mendeskripsikan data dan melakukan uji statistik (inferensi). Kegiatan mendeskripsikan data adalah menggambarkan data yang ada guna memperoleh bentuk nyata dari responden, sehingga lebih mudah dimengerti oleh orang lain yang tertarik dengan hasil penelitian yang dilakukan. Kegiatan mendeskripsikan data dapat dilakukan dengan pengukuran statistik deskriptif, sehingga dalam penelitian, software yang digunakan adalah SPSS 24 dengan analisis data sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan realibilitas dilakukan untuk menguji kuesioner layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

a. Uji Validitas

Instrumen penelitian yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut valid. Validitas adalah pengukuran yang menunjukkan tingkat ketepatan (kesahihan) ukuran instrumen terhadap konsep yang diteliti. Instrumen adalah alat yang tepat untuk digunakan sebagai ukuran suatu konsep yang mana memiliki tingkat validitas yang tinggi. Sebaliknya, validitas rendah mencerminkan

bahwa instrumen kurang tepat untuk diterapkan.¹³⁷ Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung dengan rtabel untuk degree of freedom (df) = n-2 dimana n adalah jumlah sample. Apabila rhitung lebih besar dari pada rtabel maka data dikatakan valid. Uji validitas dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis butir.

Ketentuan pengambilan keputusan :

- 1) Jika rhitung positif dan rhitung > rtabel maka butir pertanyaan valid.
- 2) Jika rhitung negatif atau rhitung < rtabel maka butir pertanyaan tidak valid.

b. Uji Realibilitas

Realibilitas adalah alat untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Keandalan instrumen menunjukkan hasil pengukuran dari instrumen yang bebas dari kesalahan pengukuran (error file), sehingga menjamin pengukuran yang konsisten dan stabil (tidak berubah) dalam kurun waktu dan berbagai item atau titik (point) dalam instrumen. Tahapan penghitungan uji reliabilitas dengan menggunakan Alph Cronbach, yaitu¹³⁸:

- 1) Menentukan nilai varians setiap butir pertanyaan

$$\sigma_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

¹³⁷ Puguh Suharso, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hal. 108

¹³⁸ Ibid, hal. 106

2) Menentukan nilai varians total

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

3) Menentukan realibilitas instrumen

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_h^2}{\sigma_t^2} \right]$$

di mana :

n = Jumlah sampel

X = Nilai skor yang dipilih

σ_t^2 = varians total

$\sum \sigma_h^2$ = Jumlah varians butir

k = Jumlah butir pertanyaan

r₁₁ = Koefisien reliabilitas instrumen

Kuesioner dikatakan reliabilitas, jawaban seseorang terhadap pernyataan menghasilkan jawaban yang sama dari waktu ke waktu, untuk menilai reliabel tidaknya instrument dilakukan dengan mengkonsultasikan rhitung dengan rtabel. Apabila rhitung > r tabel maka instrument dinyatakan tidak reliabel, sedangkan reliabel adalah kemampuan kuisioner memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas (r₁₁) > 0,6.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh berdistribusi normal atau mendekati normal, karena data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Uji distribusi normal merupakan syarat untuk semua uji statistik. Uji normalitas dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah uji Kolmogorof-Smirnov. Uji normalitas dilakukan dengan uji nilai Kolmogorof-Smirnov dapat menggunakan program analisis statistik *IMB SPSS Statistics 24*, apabila nilai probabilitas $\geq 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai probabilitas $\leq 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi tidaknormal.¹³⁹

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Uji multikolinieritas muncul sebagai akibat adanya hubungan antara dua variabel bebas atau adanya kenyataan antara dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi variabel ketiga yang berada diluar model. Menguji adanya kasus multikolinieritas adalah dengan patokan nilai VIF (*variance inflation factor*) dan koefisien korelasi antar variabel bebas.

¹³⁹ Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal.

Karim dan Hadi berpendapat bahwa untuk melihat adanya kasus multikolinieritas adalah dengan melihat VIF, apabila nilai VIF suatu model kurang dari 10, maka model itu dinyatakan bebas dari kasus multikolinieritas.¹⁴⁰

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual atau ke pengamatan lain. Cara menilai uji heteroskedastisitas adalah dengan mendeteksi pola gambar *scatterplot*. Model dalam uji ini tidak terdapat heteroskedastisitas jika :

- 1) Titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
- 2) Titik-titik tidak berkumpul hanya diatas atau dibawah.
- 3) Penyebaran titik-tik data tidak berpola.¹⁴¹

Penelitian ini untuk memperkuat tidak terjadinya heteroskedastisitas pada gambar *scatterplot* maka dalam penelitian dilakukan uji glejser yang dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel bebas dengan absolut residual $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁴²

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk melakukan

¹⁴⁰ Imam Gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal. 103

¹⁴¹ Ibid, hal. 103

¹⁴² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IMB SPSS 25*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Deponogoro), hal.143

prediksi permintaan dimasa yang akan datang, berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*). Perbedaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas (*independent*) yang digunakan. Penerapan metode regresi berganda jumlah variabel bebas (*independent*) yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel tak bebas (*dependent*).

Rumus Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots + b_n X_n$$

Keterangan :

Y	= Variabel terikat
X ₁	= Variabel bebas pertama
X ₂	= Variabel bebas kedua
X ₃	= Variabel bebas ketiga
X _n	= Variabel bebas ke-n
a dan b ₁ serta b ₂	= Konstanta ¹⁴³

5. Uji Hipotesis

a. Uji-t

Uji-t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel *independent* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*, dimana jika nilai t hitung lebih besar daripada t

¹⁴³ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2014), hal. 405

tabel maka uji regresi dapat dikatakan signifikan, atau dapat juga melihat angka signifikannya.

Uji t juga bisa dilihat pada tingkat signifikansinya:

Jika tingkat signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika tingkat signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

b. Uji-F

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat. Dimana $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima atau secara bersama-sama variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak, sebaliknya apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak atau secara bersama-sama variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Uji ini untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan probability sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).¹⁴⁴

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R^2) nol variabel *independen* sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel *dependen*, apabila koefisien determinasi semakin

¹⁴⁴ Arvina Indah Sari, *Skripsi Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Volume Penjualan Mobil Toyota pada PT.Hadji Kalla Cabang Urip Sumoharjo di Makasar* (Universitas Hasanuddin Makasar, 2013), hal. 35-36

mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel *independen* berpengaruh terhadap variabel *dependen*.¹⁴⁵

¹⁴⁵ Muhammad Wimman Zulfikar, *Skripsi Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian*, (Universitas Diponegoro Semarang, 2011), hal. 49-50