

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

##### **1. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif sendiri merupakan penelitian yang meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).<sup>49</sup>

Dalam pengertian yang lebih luas lagi, yang dimaksud dengan penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan yang mana banyak dituntut untuk menggunakan angka, mulai dari proses pengumpulan data, penafsiran dari data yang telah dikumpulkan, serta penampilan dari hasilnya.<sup>50</sup> Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang berfokus pada harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa.

---

<sup>49</sup> Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 11.

<sup>50</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 12.

## 2. Jenis Penelitian

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian asosiatif, yaitu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh dua variabel atau lebih.<sup>51</sup> Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang mencari pengaruh atau hubungan sebab akibat yaitu pengaruh atau hubungan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).<sup>52</sup>

Penelitian ini mencari pengaruh atau hubungan dari harga, citra merek dan kualitas pelayanan sebagai tiga variabel bebas dan keputusan pembelian laptop merek HP sebagai satu variabel terikat.

## B. Populasi, Sampling dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi merupakan tempat terjadinya masalah yang kita selidiki. Jadi, bisa dikatakan bahwa populasi merupakan objek yang menjadi sasaran penelitian.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hlm. 11-14.

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 6.

<sup>53</sup> Moh. Kasiram, *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Malang: UIN Maliki Press, 2008), hlm. 257.

Berkaitan dengan pengertian di atas, dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen yang telah melakukan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa pada tahun 2019 yaitu pada bulan Januari sebanyak 10 orang, Februari sebanyak 7 orang, Maret sebanyak 2 orang, April sebanyak 5 orang, Mei sebanyak 5 orang, Juni sebanyak 9 orang, Juli sebanyak 15 orang, Agustus sebanyak 13 orang, September sebanyak 23 orang, Oktober sebanyak 18 orang, November sebanyak 12 orang, dan Desember sebanyak 12 orang. Jadi, total populasi untuk konsumen yang telah melakukan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa adalah 131 orang.

## **2. Teknik Sampling Penelitian**

Teknik sampling yaitu teknik yang digunakan untuk mengambil sampel agar terjamin representasinya terhadap populasi.<sup>54</sup> Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik sampling yang digunakan oleh peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu dalam mengambil sampelnya. Dalam *purposive sampling* cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Alasan digunakannya teknik *purposive sampling* karena dalam penelitian ini peneliti mengambil responden dengan kriteria konsumen CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung yang sudah pernah membeli Laptop Merek HP. Sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai peneliti yaitu untuk mengetahui

---

<sup>54</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Press, 2013), hlm. 180.

pengaruh harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP.

### 3. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi.<sup>55</sup> Objek atau nilai yang akan diteliti dalam sampel disebut dengan unit sampel. Unit sampel bisa jadi sama dengan unit analisis, tetapi bisa jadi juga tidak.<sup>56</sup> Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa untuk dijadikan sebagai responden untuk mengisi kuesioner.

Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, rumus yang digunakan adalah rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

$n$  = Ukuran Sampel

$N$  = Ukuran Populasi

$e$  = Presentase Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan

---

<sup>55</sup> Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hlm. 69.

<sup>56</sup> M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistika 2 (Statistik Infrensif)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), hlm. 84.

pengambilan sampel yang masih ditolelir

Dalam penelitian ini, digunakan presentase 10% sebagai batas dari kesalahan pengambilan sampel, sehingga dengan mengikuti perhitungan tersebut maka dapat diketahui hasilnya yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{131}{1 + 131 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{131}{1 + 1,31}$$

$$n = \frac{131}{2,31}$$

$$n = 56,70$$

Berdasarkan perhitungan diatas dengan jumlah populasi sebanyak 131 konsumen yang membeli laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa, maka sampel yang diperoleh sebesar 60 konsumen yaitu hasil dari pembulatan 56,70.

### **C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran**

#### **1. Sumber Data**

Data merupakan bahan mentah yang masih perlu untuk diolah sehingga dapat menghasilkan informasi atau keterangan, baik itu kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta. Data juga dapat didefinisikan sebagai kumpulan angka atau fakta atau segala sesuatu yang dapat

dipercaya kebenarannya sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik suatu keterangan dan kesimpulan.<sup>57</sup>

Sumber data juga dibagi dua, yaitu:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dengan cara langsung dari sumbernya.<sup>58</sup>

Data primer ini diperoleh langsung dari responden dengan memberikan kuesioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen yang telah melakukan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti dari semua sumber yang sudah ada. Data tersebut biasanya berasal dari data-data penelitian lain yang dilakukan oleh lembaga atau organisasi.<sup>59</sup> Untuk memperoleh data ini peneliti mengambil sejumlah buku-buku, *website* dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang diteliti.

## 2. Variabel Data Penelitian

---

<sup>57</sup> Shofiyani Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS Edisi Pertama*, (Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri, 2013), hlm. 16.

<sup>58</sup> *Ibid.*, hlm. 74.

<sup>59</sup> Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hlm. 74.

Variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, obyek ataupun kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>60</sup>

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan independen. Variabel Bebas (*Independent Variable*) merupakan variabel yang menjadi sebab atau yang merubah atau mempengaruhi variabel lain (*variable dependent*).<sup>61</sup> Penelitian ini diidentifikasi menjadi dua variabel, antara lain:<sup>62</sup>

a. Variabel independen atau bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu harga ( $X_1$ ), citra merek ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ).

b. Variabel dependen atau terikat

Variabel Terikat (*Dependent Variable*) merupakan variabel yang menjadi akibat atau dipengaruhi karena adanya variabel lain (variabel bebas). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya adalah keputusan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung (Y).

---

<sup>60</sup> *Ibid.*, hlm. 64.

<sup>61</sup> Shofiyon Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS Edisi Pertama*, (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013), hlm. 10.

<sup>62</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 187.

### 3. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran merupakan prosedur pemberian angka pada suatu objek agar dapat menyatakan karakteristik dari objek tersebut. Dalam penelitian ini, skala pengukuran instrument yang digunakan adalah *skala likert* yang berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu.<sup>63</sup> Jawaban responden berupa pilihan dari lima alternatif yang ada, yaitu:

**Tabel 3.1**  
**Instrumen Skala Likert**

| No. | Alternatif Jawaban        | Skor |
|-----|---------------------------|------|
| 1.  | Sangat Setuju (SS)        | 5    |
| 2.  | Setuju (S)                | 4    |
| 3.  | Kurang Setuju (KS)        | 3    |
| 4.  | Tidak Setuju (TS)         | 2    |
| 5.  | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1    |

Sumber: Umar<sup>64</sup>, "Metode Penelitian Untuk Skripsi"

## D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara atau metode yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data yang sebenar-benarnya yang kemudian nantinya akan sangat berguna terhadap hasil penelitian

---

<sup>63</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi*, (Jakarta: Rajawali, 2013). hlm. 70.

<sup>64</sup> *Ibid.*, hlm. 71.



yang dilakukan.<sup>65</sup> Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Metode angket atau kuesioner

Metode angket atau kuesioner adalah metode yang menggunakan daftar pertanyaan yang disiapkan dan disusun sedemikian rupa, dan harus dijawab oleh responden dengan memilih jawaban yang disediakan.<sup>66</sup> Teknik pengumpulan data dengan metode kuesioner ini sangat efektif untuk melakukan pendekatan survey dan juga lebih reliabel jika pertanyaan-pertanyaan terarah dengan baik dan efektif. Teknik ini dapat dilakukan dengan berupa wawancara, baik itu wawancara terstruktur maupun tidak terstruktur dan berbentuk pengisian kuesioner.<sup>67</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode angket untuk memperoleh data. Dalam hal ini, peneliti menggunakan kuisisioner tertutup, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang telah disediakan yang disusun dalam daftar. Peneliti nantinya akan memberikan daftar pertanyaan-pertanyaan kepada secara online menggunakan *Google Form*, teknik ini digunakan dengan cara membagikan *link* yang berisikan kuesioner di melalui media social yaitu dengan chat pribadi melalui *WhatsApp* para konsumen yang

---

<sup>65</sup> *Ibid.*, hlm. 80.

<sup>66</sup> Sudjana, *Metodelogi Statistik*, (Bandung: Tarsito, 2011), hlm. 8.

<sup>67</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam (Pendekatan Kuantitatif)*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), hlm. 150-151.

telah melakukan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung guna untuk mengetahui tanggapan maupun jawaban yang berkaitan dengan penelitian ini secara objektif.

b. Metode Observasi

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

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, notulen, dan lain sebagainya. Metode ini diperlukan untuk menggali data tentang hal-hal yang perlu dari berkas arsip yang berupa foto, tulisan dan yang berkaitan.

## **2. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para konsumen yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama. Instrumen penelitian ini dapat juga dikatakan sebagai alat yang

digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati oleh peneliti.<sup>68</sup>

Untuk mempermudah dalam penyusunan instrumen penelitian, maka peneliti menggunakan kisi-kisi instrumen, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Kisi-Kisi Instrumen**

| <b>Variabel Penelitian</b>    | <b>Indikator</b>   | <b>Referensi</b>  |
|-------------------------------|--|---|
| Harga (X <sub>1</sub> )       | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Daya saing harga</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> </ol> | Thomas S. Kaihatu, et. al., <i>Manajemen Komplain</i> , (Yogyakarta: Andi, 2007), hlm. 33.  |
| Citra Merek (X <sub>2</sub> ) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kekuatan (<i>Strengthness</i>)</li> <li>2. Keunikan (<i>Uniqueness</i>)</li> <li>3. Kesukaan (<i>Favorable</i>)</li> </ol>                                   | Kevin Lane Keller, <i>Strategi Brand Management (Building, Measuring and Managing Brand Equity, Third Edition</i> , (New Jersey: Prentice Hall, 2008), hlm. |

<sup>68</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 199.

|                                      |   |  |
|--------------------------------------|---|--|
|                                      |   | 56.  |
| Kualitas Pelayanan (X <sub>3</sub> ) | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Responsive</i> (Daya Tanggap)</li> <li>2. <i>Assurance</i> (Jaminan)</li> <li>3. <i>Tangibles</i> (Wujud)</li> <li>4. <i>Reability</i> (Keandalan)</li> <li>5. <i>Empathy</i> (Perhatian)</li> </ol> | Catur Rismiati dan Bondan Suratno, <i>Pemasaran Barang dan Jasa</i> , (Yogyakarta: Kanisius, 2001), hlm. 27.                                     |
| Keputusan Pembelian (Y)              | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan masalah</li> <li>2. Pencarian informasi</li> <li>3. Evaluasi alternatif</li> <li>4. Keputusan pembelian</li> <li>5. Pasca pembelian</li> </ol>   | Setiadi, N. J, <i>Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran</i> , (Jakarta: Prenada Media, 2003), hlm. 17. |

### E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, metabelasi data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 199.

Analisis data yang penulis gunakan pada penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Pengolahan data kuesioner ini menggunakan software SPSS. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan uji asumsi klasik, uji regresi liner berganda dan uji hipotesis yang dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Uji Instrumen Data

#### a. Uji Validitas

Instrumen penelitian yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* (df) = n-2 dimana n adalah jumlah sample. Jika  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$  maka data tersebut dikatakan valid. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis butir.

Ketentuan pengambilan keputusan:

- a) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir pertanyaan valid.

b) Jika  $r_{hitung}$  negatif atau  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka butir pertanyaan tidak valid.

b. Uji Realibilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode Alpha Cronbach`s diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach`s 0 sampai 1. Suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Alpha Cronbach`s  $>$  dari 0.60.

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

- a. Nilai Alpa Cronbach 0,00 – 0.20 berarti kurang reliabel.
- b. Nilai Alpa Cronbach 0,21 – 0.40 berarti agak reliabel.
- c. Nilai Alpa Cronbach 0,41 – 0.60 berarti cukup reliabel.
- d. Nilai Alpa Cronbach 0,61 – 0.80 berarti reliabel.
- e. Nilai Alpa Cronbach 0,81 – 1.00 berarti sangat reliable.

Kuisioner dinyatakan reliable jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,6. Jadi pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena, keterandalan

instrumen berkaitan dengan keajegan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Pengujian normalitas data pada penelitian menggunakan uji *one sample kolmogorov-smirnov* yang mana dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- i. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka data tersebut berdistribusi normal
- ii. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka data tersebut tidak berdistribusi normal

Pengolahannya menggunakan aplikasi statistik 22.0 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 apabila probabilitas atau *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari *label of signification* maka data distribusi normal. Jika nilai 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 ditolak jika  $H_1 \leq \alpha$ .

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan klausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada di luar model. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas. Nugroho menyatakan jika *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas.<sup>70</sup> 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 memberikan sedikit pada koefisien estimasi, akibatnya dapat menurunkan nilai t.

Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan 2 cara, yaitu sebagai berikut:

1. Melihat nilai tolerance
  - a. Jika nilai tolerance  $> 0,10$  maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.
  - b. Jika nilai tolerance  $< 0,10$  maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.
2. Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

---

<sup>70</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi*, (Jakarta: Rajawali, 2013) hlm. 79.



- a. Jika nilai  $VIF < 10,00$  maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.
- b. Jika nilai  $VIF > 10,00$  maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.
- c. Uji Heteroskedastisitas

Heterokedastisitas menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heterokedastisitas jika:<sup>71</sup>

- a. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- b. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- c. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *Scatterplot* adalah sebagai berikut:

- a. Jika terdapat pola tertentu pada grafik *Scatterplot* SPSS, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur

---

<sup>71</sup> Sujarweni Wiratna, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hlm.186-187

(bergelombang, menyebar kemudian menyempit), maka dapat disimpulkan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.

- b. Sebaliknya, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar, maka indikasinya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) terhadap satu variabel dependen ( $Y$ ) dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen.<sup>72</sup>

Persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + b_4 x_4 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan pembelian

a = konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4$  = Koefisien korelasi ganda

X1 = Labelisasi Halal

X2 = Harga

X3 = Gaya Hidup

X4 = Kepercayaan

---

<sup>72</sup> Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*. (Yogyakarta: Andi, 2012), hlm.127.

$e$  = *errof of term*

#### 4. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian. Kebenaran rumusan masalah harus dibuktikan melalui data-data yang sudah terkumpul. Untuk menguji data tersebut, hipotesis menggunakan tingkat signifikansi yang ditentukan dengan  $\alpha = 5\%$ . Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen menggunakan uji anova. Sedangkan untuk pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial atau individu diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

##### a. Uji t

Uji t merupakan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang menyakinkan dari dua mean sampel.<sup>73</sup> Apabila masing-masing variabel bebas, yaitu: harga, citra merek dan kualitas pelayanan lebih besar dari  $t_{hitung}$  maka variabel bebas tersebut secara parsial atau individu memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Adapun prosedurnya sebagai berikut:

$H_0$  = tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

---

<sup>73</sup> Hartono, *SPSS 16.0 Analisis Data Statistik Dan Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), hlm. 146,

$H_1$  = ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, artinya masing-masing variabel harga, citra merek dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.
- 2) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya masing-masing variabel harga, citra merek, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.

Jika signifikan nilai  $t < 0,05$ , maka ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya tolak  $H_0$  terima  $H_1$ . Begitu juga sebaliknya, jika signifikan nilai  $t > 0,05$ , maka tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya terima  $H_0$  tolak  $H_1$ .

b. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersamaan (simultan) harga ( $X_1$ ), citra merek ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ), berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.

- 1) Apabila  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  maka keputusannya menerima hipotesis nol ( $H_0$ ), artinya variabel harga ( $X_1$ ), citra merek ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP studi di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.
- 2) Apabila  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  maka keputusannya menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) dan menerima hipotesis alternatif ( $H_1$ ), artinya harga ( $X_1$ ), citra merek ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP studi di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.

##### **5. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Uji determinasi atau uji  $R^2$  digunakan untuk mengukur seberapa dekat garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya. Nilai koefisien determinasi mencerminkan seberapa besar variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X.

- 1) Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ( $R^2=0$ ) artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X.
- 2) Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 1 ( $R^2=1$ ) artinya variabel Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X.