

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian menurut tingkat *eksplanasi* (penjelas) dapat dikelompokkan menjadi tiga, yakni: penelitian *deskriptif*, penelitian *komparatif* dan penelitian *asosiatif* atau hubungan. Berdasarkan jenis permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, maka penelitian ini menggunakan penelitian *asosiatif*.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Di dalam penelitian ini akan digabungkan dengan suatu teori yang berfungsi untuk meramalkan, menjelaskan, serta mengontrol suatu gejala.¹

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Pengertian dari penelitian kuantitatif sendiri yaitu merupakan suatu penelitian yang pada dasarnya menggunakan dedukti-deduktif. Pendekatan kuantitatif berasal dari suatu kerangka teori, gagasan para ahli, maupun penelitian berdasarkan pemahaman pengalaman, yang selanjutnya dikembangkan menjadi sebuah permasalahan-permasalahan beserta cara pemecahannya yang

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta. 2016), hlm.55

diajukan guna memperoleh sebuah pembenaran dalam bentuk dukungan data empiris dilapangan.

Penelitian kuantitatif juga memerlukan adanya hipotesis dan pengujian yang kemudian akan menentukan tahapan-tahapan berikutnya, seperti penentuan teknik analisa dan uji statistik yang akan digunakan. Tujuan akhir yang ingin dicapai dalam melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif adalah menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan dan pengaruh serta perbandingan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menafsir, dan meramalkan hasilnya. Dengan kata lain, penelitian kuantitatif ini berangkat dari sebuah paradigma teoritik menuju data da berakhir pada penerimaan atau penolakan terhadap sebuah teori yang digunakan.² Selain itu alasan dari penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu agar memperoleh hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti.

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi berasal dari bahasa Inggris yang memiliki arti jumlah penduduk. Dalam metode penelitian, istilah populasi digunakan sebagai penyebutan sekelompok objek yang menjadi sasaran dalam penelitian³. Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas suatu obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

² Burhan Bungin, *Metediologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Permada Media, 2004), hlm 49

³ Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Peneleitian: dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17 Ed. 1, Cet. 4*, (Jakarta: Rajawali Press, 2014), hlm. 144.

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi ini juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki subyek atau obyek itu.

4

Populasi adalah keseluruhan nilai yang mungkin, hasil pengukuran atau perhitungan, kualitatif atau kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya. Jadi populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, nilai, peristiwa, sikap hidup dll, sehingga objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.

populasi dalam penelitian ini meliputi pembeli di Toko Mourish Sholist Tulungagung yang sudah menjadi member pada toko Mourish Shoplist Tulungagung sebanyak 3.185 pelanggan atau member toko.

2. Sampling dan Sampel Penelitian

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam sebuah penelitian, dengan teknik sampling yaitu probability sampling dan non probability sampling⁵. Teknik sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling, yaitu sampling yang tidak memberikan peluang atau

⁴ *Ibid*,... hlm 80

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*,... hlm.81

kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sampel.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Selain itu, Sampel adalah bagian dari sebuah populasi yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut. Sampel digunakan ketika 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 tersebut. Sampel yang baik adalah sampel yang bersifat representatif atau yang dapat menggambarkan karakteristik populasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik sampling Insidental. Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁶ Bila penelitian ini memiliki populasi yang besar maka peneliti dapat mengambil sampel dari populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil harus *representative* (mewakili).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sampel pembeli di toko mourish shoplist tulungagung yang telah menjadi member atau pelanggan tetap, dengan populasi jumlah pelanggan sebanyak 3.185. Dalam menentukan sampel disini penulis menggunakan rumus Slovin. Rumus slovin merupakan

⁶ Bilson Simamora, *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori, dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. 2004), Hlm. 222.

sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti.⁷

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

dengan keterangan:

n= Ukuran Sampel

N= Ukuran Populasi

E= Perkiraan Tingkat Kesalahan (0,1 atau 10%)

Pada penelitian ini, jumlah sampel di Toko Mourish Shoplist Tulungagung dihitung menggunakan rumus slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{3.185}{1 + 3.185 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{3.185}{1 + 3.185 (0,01)}$$

$$n = \frac{3.185}{32,85}$$

n= 96,95 dan dibulatkan jadi 97

⁷ Asep Saepul Hamdi & E Bahrudin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2014), hlm 46

Jadi, presentase yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebesar 10% sebagai batas kesalahan yang digunakan dalam pengambilan sampel, dan berdasarkan dari rumus slovin tersebut jumlah perhitungan populasi sebanyak 3.185 konsumen dalam satu bulan maka diperoleh jumlah sampel sebanyak (n) 96,95 akan tetapi dikarenakan subjek tersebut bukan bilangan pecahan maka dibulatkan menjadi 97 responden.

C. Sumber Data dan Variabel Penelitian

1. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini yaitu kuesioner yang akan peneliti bagikan kepada pembeli di Toko Mourish Shoplist Tulungagung.

2. Variabel Penelitian

Variable adalah suatu hal yang terbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya⁸. Dengan demikian variabel-variabel yang akan diukur dan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel independen

Variabel independen atau disebut juga dengan variabel bebas, yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Pada penelitian ini terdapat tiga variabel independen tau

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013), hlm 31

variabel bebas (X) yang meliputi: endorsement (X_1), suasana toko (X_2), dan harga (X_3).

b. Variabel dependen

Variabel dependen atau disebut juga dengan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (independen). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat pembeli (Y).

D. Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah penentuan atau penetapan skala atas suatu variabel berdasarkan jenis data yang melekat dalam variabel penelitian. Skala pengukuran merupakan acuan atau pedoman untuk menentukan alat ukur demi memperoleh hasil data kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial⁹. Dengan skala *likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item pertanyaan atau pernyataan. Dimana jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala ini memiliki gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif. Untuk mengukur skor skala *likert* adalah sebagai berikut:

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal. 86

Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran berupa skala likert yang berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu¹⁰. Dalam menjawab, responden diberikan pilihan menggunakan lima alternatif yang disediakan, yaitu:

- | | | |
|--------|-----------------------|--------|
| 1. SS | = Sangat Setuju | Skor 5 |
| 2. S | = Setuju | Skor 4 |
| 3. N | = Netral | Skor 3 |
| 4. TS | = Tidak Setuju | Skor 2 |
| 5. STS | = Sangat Tidak Setuju | Skor 1 |

E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data merupakan cara atau metode yang digunakan peneliti untuk memperoleh atau mengumpulkan data dengan sebenar-benarnya yang nantinya dapat berguna dalam penelitian. teknik yang akan digunakan adalah sebagai berikut¹¹:

a. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab¹².

b. Observasi

¹⁰ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Ed. 2. Cet 13*, (Jakarta: Rajawali Pers: 2014), hlm 70

¹¹ Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Konsep dan Penerapan*. (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hlm. 80

¹² *Ibid*,... hlm 185

Observasi merupakan alat bantu yang digunakan untuk mengumpulkan data melalui pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang diselidiki¹³. Metode observasi pada penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan pembelian di Toko Mourish Shoplist Tulungagung.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan alat bantu yang digunakan peneliti dalam melakukan pengumpulan data. Dokumen yang dikumpulkan tersebut berupa foto dilokasi. Selain itu, dokumentasi merupakan, aktivitas atau proses sistematis dalam melakukan pengumpulan, pencarian, penyelidikan, pemakaian, dan penyediaan dokumen untuk mendapatkan keterangan, penerangan pengetahuan dan bukti serta menyebarkannya kepada pengguna. Dokumentasi dapat juga didefinisikan sebagai aktivitas atau proses penyediaan dokumen-dokumen dengan menggunakan bukti yang akurat berdasarkan pencatatan berbagai sumber informasi. Sumber-sumber informasi tersebut dapat berupa karangan atau tulisan, wasiat, buku, undang-undang dan lain sebagainya.

2. Instrumen Penelitian

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*..... hlm 93.

Instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang sedang diamati. Fenomena tersebut dapat juga disebut sebagai variabel penelitian.¹⁴

Tabel 3.1 Kisi-Kisi soal Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Pernyataan	No Item		
1.	<i>Endorsement</i> (X ₁) ¹⁵	Daya Tarik (Attractiveness)	Endorser (Aghnia Punjabi, Liza Rosalita, Ayu Indriati, dan Lupita Dewi) Toko Mourish Shoplist memiliki kesamaan style fashion dengan saya	1		
			Celebrity Endorser memiliki keakraban pada penggemar	2		
			Saya mengidolakan celebrity endorser yang mempromosikan Toko Mourish Shoplist	3		
		Kredibilitas (credibility)	Saya yakin dengan celebrity endorser yang mempromosikan toko Mourish Shoplist	4		
			Saya percaya dengan promosi mengenai produk di Toko Mourish Shoplist yang telah diungkapkan celebrity endorser	5		
		Keahlian (Expertise)	Endorser mampu meyakinkan dan mempromosikan secara jelas kepada pembeli terhadap kualitas barang yang dipromosikan	6		
			Endorser memiliki keahlian dalam mempromosikan produk	7		
		Layak dan dipercaya (trustworthiness)	Endorser jujur saat menjelaskan produk	8		
		2.			Toko Mourish Shoplist memiliki penataan ruangan yang nyaman dan menarik	9
					Musik yang diputar di Toko	10

¹⁴ *Ibid*,... hlm 102

¹⁵ A.Shimp Terence, *Periklanan dan Promosi*, (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm 460

	Suasana Toko (X ₂) ¹⁶	Instore atmosphere	Mourish Shoplist membuat suasana menjadi nyaman	
			Toko Mourish Shoplist memiliki bau atau aroma yang menciptakan suasana nyaman saat berbelanja	11
			Display pakaian, penataan rak-rak baju memudahkan pembeli dalam memilih-milih pakaian	12
		Outstore atmosphere	Warna dinding serta pencahayaan pada ruangan menarik perhatian pembeli	13
			Toko Mourish Shoplist memiliki lahan parkir yang luas dan tata letak papan nama dengan lokasi yang strategis	14
			Tekstur dinding luar bangunan serta tekstur papan nama luar ruangan menarik minat pembeli	15
3.	Harga (X ₃) ¹⁷	Keterjangkauan Harga	Harga produk di Toko Mourish Shoplist Tulungagung terjangkau sesuai dengan harapan konsumen	17
			Harga pakaian di Toko Mourish Shoplist sesuai dengan kemampuan	28
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Produk yang dihasilkan berdasarkan harga yang ditetapkan yaitu dengan kualitas bagus.	19
			harga produk terjangkau dan terbukti dengan kualitasnya	20
		Daya saing produk	Hara barang di Toko Mourish Shoplist lebih murah dibandingkan toko lain	21
			Harga produk di Toko Mourish Shoplist mampu bersaing dan	22

¹⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Kaller (Alih Bahasa Bob Sabran), *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*, (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm 69

¹⁷ Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: LaksBang PRESSindo, 2012), hlm 154

			sesuai dengan produk yang ditawarkan	
		Kesesuaian harga dengan manfaat	harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan	23
			Harga produk yang dijual sesuai dengan harapan saya	24
4.	Minat Pembeli (Y) ¹⁸	Pengenalan Kebutuhan	Saya membeli pakaian di Toko Mourish karena sudah berlangganan	25
		Pencarian Informasi	Sebelum membeli, saya mencari informasi mengenai harga dan review produknya terlebih dahulu	26
		Mengevaluasi alternative	Sebelum melakukan pembelian, saya mengevaluasi produk pakaian di Toko terlebih dahulu	27
		Motif sosial	Saya membeli karena banyak teman yang menggunakan pakaian yang mempunyai kualitas produk dan harga yang sesuai sehingga saya tertarik untuk mengikutinya	28
		Motif emosional	Saya membeli pakaian di toko Mourish Shoplist karena dorongan kebutuhan dan keinginan agar terlihat modis dan sesuai dengan kebutuhan saya dengan harga yang terjangkau	29
			Saya membeli produk fashion karena saya tertarik dengan apa yang dipromosikan endorser	30
		Melakukan Pembelian ulang	Saya melakukan pembelian ulang produk pakaian di Toko Mourish Shoplist Tulungagung setelah saya merasakan manfaat yang saya rasakan	31
			Saya membeli ulang produk yang dijual Toko Mourish Shoplist Tulungagung karena produk sesuai dengan keinginan yang saya harapkan	32

Sumber: diolah oleh peneliti

¹⁸ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm 65

F. Teknis Analisis Data

Teknis analisis data merupakan suatu usaha atau upaya data yang tersedia yang kemudian diolah dengan menggunakan bantuan instrument statistik dalam menjawab suatu rumusan masalah yang ada di dalam penelitian. ¹⁹Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. ²⁰Selain itu uji validitas juga digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variable. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variable tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita dibandingkan dengan r table dimana $df=n-2$ dengan sig 10%. Jika r table $<$ r hitung maka valid.²¹

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu²².

¹⁹ Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian...* hlm 100

²⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro: 2006), hlm. 78.

²¹ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press: 2015), hlm. 192.

²² *Ibid*,... hlm 85

Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*. Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

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

3. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variable lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai resisual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan²³.

Uji Kolmogorof Smirnov digunakan untuk menguji *goodness of fit* antar distribusi sampel dan distribusi lainnya. Uji ini membandingkan serangkaian data pada sampel terhadap distribusi normal serangkaian nilai dengan *meandan standard deviasi* yang sama.²⁴ Dalam uji normalitas, untuk mengetahui data tersebut berdistribusi normal maka harus membandingkan (sig.) dengan taraf signifikan α , dengan syarat:

²³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Progam IBM SPSS 21, Edisi 7*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 110.

²⁴ Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17, Cet. 4*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 245.

- a. Jika $(Sig) > \alpha$ maka data berdistribusi normal
- b. Jika $(Sig) < \alpha$ maka data yang berdistribusi tidak normal

4. Uji Multikolinieritas

Pengujian terhadap multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkorelasi. Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Di antara variabel independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika variance inflation factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas.²⁵

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain, jika *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya heteroskedastisitas adalah sebagai berikut²⁶:

- 1) Jika terdapat pola tertentu, seperti point-point yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, dan kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

²⁵ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hlm. 79.

²⁶ Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik, Cet. 3*, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2002), hlm. 206-207.

6. Uji Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini variabel terikat dipengaruhi oleh tiga variabel bebas. Untuk menguji suatu permasalahan yang terdiri dari lebih dari satu variabel bebas tidak bisa dengan regresi sederhana. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda²⁷. Persamaan umum regresi linier berganda adalah:

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

Keterangan :

Y	= Variabel terikat
a	= Bilangan konstanta
b ₁ , b ₂	= Koefisien variabel
X ₁	= Variabel <i>Endorsement</i>
X ₂	= Variabel Suasana Toko
X ₃	= Variabel Harga
e	= <i>error of term</i>

7. Uji Hipotesis

Uji T, Uji F dan Analisis Koefisien Determinasi

- a. Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual yang menerangkan variasi variabel terikat. Hal ini dapat diketahui dari nilai Thitung apakah >ataukah < dari Ttabel dari masing-masing variabel bebas.

²⁷ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik SPSS 16.0*...hlm. 56.

- b. uji F digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Selain itu dengan uji F ini dapat diketahui pula apakah model regresi linier yang digunakan sudah tepat atau belum. Hal ini dapat diketahui dari nilai F_{hitung} apakah $>$ ataukah $<$ dari F_{tabel} .
- c. Koefisien determinasi dengan symbol R^2 merupakan proporsi variabilitas dalam suatu data yang dihitung didasarkan pada model statistic. Definisi berikutnya menyebutkan bahwa R^2 merupakan rasio variabilitas nilai-nilai yang dibuat model dengan variabilitas nilai data asli. Dalam regresi R^2 ini dijadikan sebagai pengukuran seberapa baik garis regresi mendekati nilai data asli yang dibuat model. Hal ini dapat diketahui dari nilai *R Square*, dan kemudian akan disajikan dalam bentuk persentase (%) pada saat menginterpretasikannya. Untuk jumlah variabel independent lebih dari dua, lebih baik digunakan Adjusted R Square.²⁸

²⁸Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, Cet. 3, (Jakarta: PT. Alex Media Komputindo, 2002), Hlm. 206-207.