

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.⁵² Pada penelitian ini terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). Ada tiga variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel bebas (karakteristik dan keunikan kemasan produk) dan satu variabel terikat yaitu keputusan pembelian impulsif.

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁵³

Penelitian ini berjenis kuantitatif karena bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh karakteristik dan keunikan kemasan produk terhadap

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2011), hlm. 11

⁵³ *Ibid.*, hlm. 8

keputusan pembelian impulsif pada produk coklat di CV Niky Berkah Abadi.

B. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵⁴ Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi.⁵⁵ Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah pembeli atau konsumen produk coklat CV Niky Berkah Abadi.

2. Sampel

Sampel adalah kelompok kecil individu yang dilibatkan langsung dalam penelitian.⁵⁶ Sampel juga dapat diartikan sebagian atau perwakilan dari yang diteliti. Bila populasi dalam penelitian besar dan peneliti tidak memungkinkan mempelajari semuanya, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Jika peneliti memiliki beberapa ratus subjek dalam populasi, maka mereka dapat menentukan

⁵⁴ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Cetakan Ke. 24, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 06

⁵⁵ Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm.35

⁵⁶ Ibnu Hadjar, *Dasar-dasar Metodologi Kuantitatif Dalam Pendidikan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 1996), hlm. 133

kurang lebih 25-30% dari jumlah tersebut. Jika jumlah anggota subjek dalam populasi hanya meliputi antara 100-150 orang, dan dalam pengumpulan datanya peneliti menggunakan angket, maka sebaiknya subjek sejumlah itu diambil seluruhnya. Namun apabila peneliti menggunakan teknik wawancara dan pengamatan, jumlah tersebut dapat dikurangi menurut teknik sampel dan sesuai dengan kemampuan peneliti.⁵⁷ Mengacu pada teori tersebut, berhubung dalam waktu penelitian yang dilakukan selama tiga bulan jumlah pembeli produk coklat CV. Niky Berkah Abadi sejumlah seratus orang, maka jumlah sampel atau responden dari penelitian ini adalah 100 responden.

3. Sampling Penelitian

Dalam penelitian ini teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau benar-benar mewakili populasi.⁵⁸ Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Probability Sampling* dengan menggunakan *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam

⁵⁷ Arikunto, Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2005)

⁵⁸ Asep Saepul Hamdi dan E Bahrudin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, Yogyakarta: CV Budi Utama 2014, cet 1). hlm. 46

populasi tersebut.⁵⁹ Ciri utama dari teknik pengambilan sampel ini adalah setiap unsur dari keseluruhan populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Kelebihan metode ini yaitu dapat mengurangi bias dan dapat mengetahui *standart error* penelitian. Sementara kekurangannya yaitu tidak ada jaminan bahwa sampel yang terpilih benar-benar dapat mempresentasikan populasi yang dimaksud.⁶⁰

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Data adalah bahan mentah yang akan menghasilkan informasi yang menunjukkan fakta dengan cara diolah, baik kualitatif ataupun kuantitatif.⁶¹ Untuk mendapatkan sumber data yang akurat peneliti menggunakan data primer dan data sekunder sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang bersumber dari hasil wawancara terstruktur terhadap responden dengan menggunakan kuisioner (daftar pertanyaan terstruktur).⁶² Data ini dapat diperoleh setelah peneliti terjun langsung ke tempat penelitian. Data primer dalam penelitian ini di peroleh dari

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2014)

⁶⁰ Heri, *10 Teknik Pengambilan Sampel dan Penjelasannya Lengkap (Sampling)*, 2017 dalam <https://salamadian.com/teknik-pengambilan-sampel-sampling/> diakses pada 12 Juni 2021

⁶¹ Sofiyan Siregar, Fandy Hutari (ed), *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manula dan Aplikasi SPSS Versi 17, Ed. 1, Cet. 2*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 37

⁶² Ida Bagoes Mantra, *Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 130

penyebaran kuisioner atau daftar pertanyaan kepada pembeli atau konsumen produk coklat di CV Niky Berkah Abadi.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber-sumber sumber kedua, biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan- laporan penelitian terdahulu.⁶³

Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan juga laporan-laporan penelitian terdahulu.

2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang , obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan.⁶⁴ Menurut Sugiyono, variabel penelitian didefinisikan sebagai, sifat, atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁵ Variabel adalah fenomena yang bervariasi dalam bentuk, kualitas, mutu standart dan sebagainya.

Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu sebagai berikut :

⁶³ Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik Ed. Ke-2, Cet. 2*, (Jakarta: Bumi Akasara, 2013), hal.21

⁶⁴ Ibid, hlm. 64

⁶⁵ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian, Cet. K2-24*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2014), hlm. 84

a. Variabel independen (variabel bebas)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁶⁶ Dalam penelitian ini variabel independen adalah karakteristik produk (X_1) dan keunikan kemasan produk(X_2). Dasar pengambilan variabel bebas ini adalah kajian penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Gesita Aria Chandra dengan judul Pengaruh Karakteristik Produk Terhadap Pembelian Impulsif Pada Generasi Z Yang Dimoderatori Oleh Gender.⁶⁷ Dan juga penelitian yang dilakukan oleh Aditya Prabowo dengan judul Analisis Pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif (Studi Pada Produk Kopi Good Day di Yogyakarta).⁶⁸

b. Variabel dependen (variabel terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁶⁹ Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah keputusan pembelian impulsif (Y).

⁶⁶ Ibid

⁶⁷ Skripsi Gesita Aria Chandra, *Pengaruh Karakteristik Produk Terhadap Pembelian Impulsif Pada Generasi Z Yang Dimoderatori Oleh Gender*, (Yogyakarta:2019)

⁶⁸ Skripsi_Aditya Prabowo_13311120, *Analisis pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif (Studi Pada Produk Kopi Good Day di Yogyakarta)*, (Yogyakarta:2018)

⁶⁹ Ibid

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang dijadikan acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, akan menghasilkan data kuantitatif bila alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran.⁷⁰ 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.⁷¹ Skala likert juga disebut sebagai *summated rating scale*. Skala ini banyak digunakan karena skala ini memperbanyak peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan atau *agreement* terhadap suatu pertanyaan. Pertanyaan diberikan berjenjang mulai dari tingkat terendah sampai tertinggi.⁷²

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert dengan ukuran sebagai berikut:

Pendapat	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4

⁷⁰ Sugiyono, Sutopo (ed.), *Metodologi Penelitian Kombinasi ...* hlm. 135

⁷¹ Ibid., hlm. 136

⁷² Bilson Simamora, *Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2004), hlm. 147

Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian adalah pencatatan peristiwa atau karakteristik dari sebagian atau seluruh elemen populasi penelitian dan dapat dilakukan dengan cara-cara tertentu.⁷³ Untuk mendapatkan data yang akurat, teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

a. Kuisisioner/angket

Kuisisioner/angket adalah daftar pernyataan atau pertanyaan yang dikirimkan kepada responden baik secara langsung atau tidak langsung, (melalui pos atau perantara). Sebagian besar riset pemasaran menggunakan bentuk-bentuk kuisisioner, baik melalui pos, wawancara langsung, via telepon maupun via email dan mesin faximile.⁷⁴ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuisisioner tertutup, karena jawaban dari pertanyaan-pertanyaan

⁷³ Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian* hlm.27

⁷⁴ Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono, *Riset pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: PT. Elex Media komputindo, 2002), hlm. 71

tersebut telah disediakan dengan menggunakan skala likert, sehingga pertanyaan – pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda. Jadi kuisioner jenis ini responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat.

b. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan menghimpun data penelitian, yang kemudian data-data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti. Pada penelitian ini, langkah awal yang dilakukan peneliti adalah melakukan pengamatan pada lokasi penelitian yaitu CV. Niky Berkah Abadi, kemudian peneliti melakukan pengamatan sistematis dimana pelaksanaannya fokus pada yang ingin diteliti melalui pengamatan yang telah disusun secara rinci berdasarkan kategori yang ingin diteliti.

2. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono, instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati dan secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.⁷⁵ Instrumen atau alat ukur dalam penelitian ini berupa angket yang berisi butir-butir pertanyaan atau pernyataan untuk selanjutnya diberi tanggapan

⁷⁵ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2008)

oleh para subyek penelitian. Penyusunan angket tersebut didasarkan pada konstruksi teoritik yang sebelumnya telah disusun, kemudian dikembangkan dalam indikator-indikator dan selanjutnya dikembangkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrument berupa kuisisioner/angket yang menggunakan likert dengan 5 opsi jawaban.

Untuk memudahkan peneliti dalam proses pembentukan kuisisioner, maka peneliti terlebih dahulu merumuskan kisi-kisi instrumen penelitian sebagai berikut:

Tabel 2.1
Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pertanyaan Item
Karakteristik Produk	Kualitas Produk	1. Konsumen memilih produk coklat CV. Niky Berkah Abadi dikarenakan produk tersebut memiliki kualitas yang baik 2. Konsumen melakukan pembelian produk coklat CV. Niky Berkah Abadi dikarenakan rasanya yang enak 3. Konsumen memilih produk coklat CV. Niky Berkah Abadi dikarenakan harganya sesuai dengan kualitas produk 4. Bentuk produk coklat CV. Niky

		Berkah Abadi yang unik membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian
	Daya Tahan Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada saat memutuskan membeli produk coklat CV. Niky Berkah Abadi konsumen memikirkan apakah produk tersebut dapat bertahan lama atau tidak 2. Setiap melakukan pembelian produk coklat CV. Niky Berkah Abadi konsumen mempertimbangkan bahan dasar pembuatannya sehingga dapat memperkirakan daya tahan produk 3. Penyimpanan produk coklat CV. Niky Berkah Abadi mudah dan praktis.
	Posesif Merek	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen memilih produk coklat CV. Niky Berkah Abadi karena sebelumnya sudah pernah mengkonsumsi produk tersebut dan merasa puas 2. Setelah melakukan pembelian pada produk coklat CV Niky Berkah Abadi dan merasa puas, konsumen akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain
	Prestise Merek	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen menyukai merek produk coklat CV. Niky Berkah Abadi, yaitu Niky Coklat

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Konsumen memilih produk coklat CV. Niky Berkah Abadi dikarenakan <i>brand</i> produk tersebut sudah terkenal 3. Semakin mahal harga produk coklat CV. Niky Berkah Abadi konsumen semakin percaya diri memberikan produk tersebut sebagai hadiah untuk orang lain 4. Konsumen akan memilih produk coklat CV. Niky Berkah Abadi yang <i>limited edition</i> atau berbeda dari produk coklat perusahaan lain
Keunikan Kemasan Produk	Bahan Kemasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemasan pada produk coklat CV Niky Berkah Abadi tidak mudah sobek atau tidak mudah rusak 2. Kemasan yang digunakan pada produk coklat CV Niky Berkah Abadi dapat melindungi cita rasa/isi dari produk 3. Kemasan pada produk coklat CV. Niky Berkah Abadi bersifat tahan air. 4. Bahan kemasan pada produk coklat CV Niky Berkah Abadi memperhatikan kualitas dan selera konsumen
	Logo pada Kemasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Logo pada kemasan produk coklat CV Niky Berkah Abadi menunjukkan keunikan 2. Logo pada kemasan produk coklat

		<p>CV Niky Berkah Abadi dapat menarik perhatian konsumen.</p> <p>3. Dengan keunikan logo pada kemasan produk coklat CV Niky Berkah Abadi, konsumen dapat membedakan logo tersebut dengan logo produk perusahaan lain</p>
	Warna Kemasan	<p>1. Warna kemasan produk coklat CV Niky Berkah Abadi terlihat terang</p> <p>2. Informasi produk yang tertera pada kemasan produk coklat CV Niky Berkah Abadi berwarna terang dan jelas untuk dibaca serta dipahami oleh konsumen</p>
	Ukuran Kemasan	<p>1. Ukuran kemasan yang ditampilkan CV Niky Berkah Abadi untuk produk coklatnya sudah memenuhi selera konsumen</p> <p>2. Ukuran kemasan produk coklat CV Niky Berkah sudah sesuai apabila dijadikan sebagai oleh-oleh ataupun hadiah</p>
Pembelian Impulsif	Mengabaikan Resiko	<p>1. Konsumen produk coklat CV Niky Berkah Abadi melakukan pembelian impulsif (langsung) tanpa memikirkan resiko dari pembelian tersebut.</p> <p>2. Konsumen produk coklat CV Niky Berkah Abadi melakukan keputusan pembelian impulsif (langsung) tanpa memikirkan dampak pembelian</p>

		secara jangka panjang.
	Spontanitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen secara spontanitas memutuskan pembelian pada produk coklat CV Niky Berkah Abadi tanpa ada rencana membeli sebelumnya. 2. Konsumen melakukan pembelian secara impulsif (langsung) pada produk coklat CV Niky Berkah Abadi tanpa adanya pertimbangan apapun.
	Kebutuhan terhadap Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen melakukan pembelian secara impulsif (langsung) dikarenakan mempunyai kebutuhan terhadap produk coklat CV Niky Berkah Abadi. 2. Konsumen tidak merasa keberatan dengan harga produk coklat CV. Niky Berkah Abadi yang tinggi dikarenakan kebutuhan akan produk tersebut
	Ketertarikan terhadap Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketika saya melihat produk coklat CV. Niky Berkah Abadi yang menurut saya menarik, saya akan langsung membeli produk tersebut. 2. Konsumen melakukan keputusan pembelian impulsif (langsung) lantaran tertarik terhadap produk coklat CV Niky Berkah Abadi.

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau keshahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau shahih mempunyai validitas tinggi, dan sebaliknya. Sebuah instrumen dapat dikatakan valid apabila mengungkap data variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas menunjukkan sejauh mana data terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.⁷⁶

Untuk mengetahui tingkat validitas dapat dilihat dari *Corrected Item-Total 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} maka item tersebut dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.⁷⁷ Sedangkan menurut Suharsimi reliabilitas

⁷⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), hlm. 211

⁷⁷ Ghozali, Imam, *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011)

menunjukkan pada satu peristiwa bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.⁷⁸

Reliabilitas suatu konstruk variabel dapat dikatakan baik jika memiliki *Alpha Cronbach's* lebih dari 0,60. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Triton, jika skala di kelompokkan menjadi lima kelas dalam reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang reliabel
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti agak reliabel
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel.⁶⁴

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Residual

Uji normalitas residual digunakan untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak. Normalitas residual ialah syarat pokok yang harus dipenuhi dalam analisis parametrik. Normalitas residual merupakan hal yang penting karena dengan residual yang terdistribusi normal maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi. Dalam penelitian

⁷⁸ Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010)

ini di uji dengan *kolomogorov-smirnov* dengan kriteria pengujian yaitu jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka berdistribusi tidak normal sedangkan, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka berdistribusi normal.⁷⁹

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linear sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinieritas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dengan melihat nilai Tolerance dan VIF (*variance infraction factor*). Semakin kecil nilai toleransi dan semakin besar VIF maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinieritas. Jika Tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.⁸⁰

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance* residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola

189 ⁷⁹ Duwi Priyanto, *5 jam belajar olah data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta :ANDI,2009), hlm.

⁸⁰ Ibid., hlm. 59

gambar scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.⁸¹

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi yang dapat dilakukan dengan SPSS dengan uji Durbin Watson (DW tes).⁸² Dengan kriteria pengambilan keputusan :

- 1) Jika $0 < d < dL$, berarti ada autokorelasi positif
- 2) Jika $4 - dL < d < 4$, berarti ada autokorelasi negatif
- 3) Jika $dU < d < 4 - dU$, berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif

⁸¹ V. wiratna Sujarweni, *Belajar Mudah SPSS untuk Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi & Umum*, (Yogyakarta: Global Media Informasi, 2008), hlm. 180

⁸² Slamet Riyanto, Aglis Andhita Harmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 214

3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda biasanya digunakan untuk memprediksi pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat.⁸³ Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu: karakteristik produk (X_1) dan keunikan kemasan produk (X_2), terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian impulsif (Y). persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Dimana :

Y = Variabel dependen (keputusan pembelian impulsif)

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien garis regresi

X_1, X_2 = Variabel independen (karakteristik dan keunikan kemasan produk)

e = *Error*/ variabel pengganggu

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel

⁸³ Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Bumi Akasara, 2006), hlm. 94

dependen secara signifikan. Uji t secara parsial dengan teori pengujian menyatakan bahwa jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka pengaruhnya secara individu adalah nyata. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka pengaruhnya tidak nyata.⁸⁴ Selain itu dalam pengambilan keputusan uji-t dapat menggunakan atau melihat nilai signifikansi. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika sig. < 0,05 berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat signifikan.
- 2) Jika sig. > 0,05 pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tidak signifikan.⁸⁵

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji salah satu hipotesis di dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Hasil uji F dilihat dari tabel ANOVA dalam kolom sig dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai probabilitas < 0,05, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara

⁸⁴ *Ibid.*, hal.531

⁸⁵ Hartono, *SPSS 16.0: Analisis Data Statistik dan Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm. 124

variabel bebas terhadap variabel terikat.

- 2) Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka dapat dikatakan tidak dapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Nilai R^2 berkisar 0 sampai 1. Apabila $R^2 = 1$ menunjukkan bahwa 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi, atau variabel bebas baik X_1 maupun X_2 mampu menerangkan variabel Y sebesar 100%. Sebaliknya apabila nilai $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada total varians yang diterangkan oleh varian bebas dari persamaan regresi baik X_1 maupun X_2 . Seberapa besar nilai R^2 dikatakan baik atau kuat. Menurut Lind (2002) koefisien determinasi lebih dari 0,5 menunjukkan variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat dengan baik atau kuat, sama dengan 0,5 dikatakan sedang dan kurang dari 0,5 relatif kurang baik.⁸⁶

⁸⁶ Suharyadi Purwanto, *Statistika: Untuk Ekonomi & Keuangan Modern Ed. Pertama*, (Jakarta:Salemba Empat, 2004), hal.514-515