

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

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

Ditinjau dari pendekatan yang digunakan, penelitian lapangan dapat dibedakan menjadi dua macam yakni penelitian kuantitatif dan kualitatif. Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan peneliti adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah salah satu jenis kegiatan penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitian, baik tentang tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, sampel data, sumber data, maupun metodologinya (mulai pengumpulan data hingga analisis data). Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.<sup>49</sup>

##### **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah asosiatif, penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini bentuk hubungannya bersifat sebab akibat (Kausal), yaitu hubungan yang bersifat mempengaruhi

---

<sup>49</sup> Wahid Murni, *Cara Mudah Menulis Proposal dan Laporan Penelitian Lapangan*, (Malang:UM,2008), hal. 3

dua variabel atau lebih.<sup>50</sup> Variabel-variabel yang digunakan untuk mengetahui hubungan yang bersifat sebab akibat (Kausal) antara variabel independen dengan variabel dependen ini adalah dengan proses penganalisaan data yang berupa data kuantitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menjabarkan apakah ada pengaruh antara kualitas produk, harga, kepercayaan, dan promosi terhadap keputusan pembelian madu.

## **B. Populasi ,Sampling dan Sampel Peneitian**

### **1. Populasi**

Populasi merupakan jumlah semua objek atau individu yang mempunyai karakteritik tertentu yang akan diteliti.<sup>51</sup> Populasi adalah semua individu yang menjadi sumber pengambilan sampel, yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Subyek dalam istilah populasi ini jika yang diteliti adalah berkaitan dengan orang, karena orang inilah yang akan dijadikan sebagai sumber informasi atau sumber dalam memperoleh data melalui alat pengumpulan data. Sedangkan yang berkaitan dengan obyek merujuk pada suatu benda yang akan dipelajari, artinya benda tersebut yang akan dikaji melalui media yang sesuai seperti di laboratorium atau labor.<sup>52</sup> Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen pada CV. Cakra Surya Nusantara.

---

<sup>50</sup> Kris H Timotius, *Pengantar Metodologi Penelitian (Pendekatan Manajemen Pengetahuan untuk perkembangan Pengetahuan)*, (Yogyakarta: ANDI, 2017) hal. 16

<sup>51</sup> Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistika 1*, (Jakarta : Alim's Publihing Jakarta, 2016), hal. 267

<sup>52</sup> Tarjo, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2019), hal. 45

## 2. Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam teknik sampling ada dua macam yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, yang meliputi *simple random*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *area random*. Sedangkan *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, yang meliputi sampling sistematis, sampling kuota, sampling *accidental*, *purposive* sampling, sampling jenuh, dan *snowball* sampling.<sup>53</sup>

Teknik sampling dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*.

## 3. Sampel Penelitian

Sampel penelitian adalah bagian yang memberikan gambaran secara umum dari populasi. Sampel penelitian memiliki karakteristik yang sama atau hampir sama dengan karakteristik populasi, sehingga sampel yang digunakan dapat mewakili populasi yang diamati.<sup>54</sup> Untuk sampel penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli madu pada CV. Cakra Surya Nusantara yang berada di wilayah Tulungagung.

---

<sup>53</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 121

<sup>54</sup> Slamet Riyanto, Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 12

Teknik penentuan sampel didasarkan pada kebutuhan penelitian berdasarkan pertimbangan tertentu sampel ini disebut sebagai *sampling purposive*. Pertimbangan pengambilan sampel yaitu konsumen CV. Cakra Surya Nusantara pada tahun 2016-2019.

Roscoe dalam buku *research methods for business* memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel =  $10 \times 5 = 50$ .<sup>55</sup>

Berdasarkan perhitungan dari Roscoe maka sampel dalam penelitian ini, yaitu:

$$= 10 \times (\text{variabel dependen} + \text{variabel independent})$$

$$= 10 \times (1+4)$$

$$= 10 \times 5$$

---

<sup>55</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods), cet. 7, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 119

= 50

Melalui dasar pertimbangan dari perhitungan sampel menurut Roscoe, maka diputuskan untuk mengambil sampel sebanyak 50 responden atau konsumen CV. Cakra Surya Nusantara di wilayah Tulungagung.

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

### **1. Sumber Data**

Data adalah keterangan yang dapat memberikan gambaran tentang suatu keadaan atau masalah.<sup>56</sup> Data penelitian adalah segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi. Data merupakan materi mentah yang membentuk semua laporan penelitian. Data dalam arti luas adalah sekumpulan informasi yang dapat dibuat, diolah, dikirimkan dan dianalisis. Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh.<sup>57</sup> Penelitian ini menggunakan data primer di mana data diperoleh dengan melakukan penyebaran angket melalui kuisisioner kepada 50 orang konsumen dengan menggunakan google formulir.

### **2. Variabel**

Variabel merupakan objek yang menjadi fokus penelitian. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain. Menurut

---

<sup>56</sup> Ali Mauludi, Teknik Belajar..., hal 5

<sup>57</sup> Ismail Nurdin, Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), hal. 171

hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:<sup>58</sup>

- a. Variabel independen atau sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).
- b. Variabel dependen, atau sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah suatu variabel yang terpengaruh atau yang berimbas akibat, karena terdapat variabel bebas. Dalam penelitian ini terdapat 5 (lima) variabel yang akan diteliti yaitu 4 (empat) variabel bebas (independent) yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Kepercayaan (X3), Promosi (X4) dan variabel terikat (Dependen) yaitu Keputusan Pembelian (Y).

### 3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.<sup>59</sup>

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala *likert*, skala *likert* merupakan skala yang mengukur kesetujuan atau ketidak setujuan seseorang terhadap serangkaian pertanyaan berkaitan dengan keyakinan atau perilaku mengenai suatu obyek tertentu.<sup>60</sup>

---

<sup>58</sup> Sandu Siyoto, Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), hal. 50-52

<sup>59</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal. 105

<sup>60</sup> Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: Grasindo, 2009), hal.

Pertanyaan yang diberikan berjenjang mulai dari tingkat terendah sampai tertinggi.<sup>61</sup> Variabel yang diukur dan dijabarkan menjadi sub-sub variabel lalu sub-sub variabel tersebut dijabarkan menjadi beberapa indikator yang bisa diukur. Indikator yang telah diukur akan dijadikan titik tolak dalam instrument seperti pertanyaan yang harus dijawab oleh para responden.<sup>62</sup> Dari pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada konsumen akan mendapatkan hasil, urutan skala 5 (Sangat Setuju) sampai dengan skala 1 (Sangat Tidak Setuju).

Contoh untuk kategori pertanyaan dengan jawaban sangat setuju/sangat tidak setuju seperti dibawah ini :

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

Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
5	4	3	2	1

*Sumber: Tabel dioalah Peneliti, 2021*

Keterangan :

- a. Jawaban SS diberi skor 5
- b. Jawaban S diberi skor 4
- c. Jawaban N diberi skor 3
- d. Jawaban TS diberi skor 2
- e. Jawaban STS diberi skor 1

<sup>61</sup> Bilson Simamora, *Analisis Multivariat Pemasaran*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal. 23

<sup>62</sup> Riduan dan Kuncoro, *Cara Menggunakan Dan Memaknai Analisis Jalur Path*, (Bandung : Alfabeta, 2008), hal. 80

## **D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah suatu langkah paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, Kuesioner adalah instrument untuk pengumpulan data, dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian, dan perilaku responden. Dalam kata lain, para peneliti dapat melakukan pengukuran bermacam-macam karakteristik dengan menggunakan kuesioner.<sup>63</sup> Dalam penelitian ini, kuesioner ditujukan untuk pembeli atau konsumen yaitu mengenai pengaruh kualitas produk, harga, kepercayaan dan promosi terhadap keputusan pembelian madu. Kuesioner tersebut disusun dengan menggunakan 5(lima) alternatif jawaban, yaitu : SS (Sangat Setuju), S (Setuju), N (Netral), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju).

### **2. Instrument Penelitian**

Instrument Penelitian adalah alat yang digunakan untuk pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti, dalam penelitian ini alat yang digunakan

---

<sup>63</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*,.. hal. 193

adalah angket.<sup>64</sup> Jumlah instrument pada penelitian ini tergantung pada jumlah variabel peneliti yang telah ditetapkan oleh peneliti. Peneliti merumuskan kisi-kisi instrument, yang bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam proses pembentukan kuesioner/angket. Kisi-kisi instrument penelitian sebagai berikut:

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

Variabel	Indikator	Pertanyaan item
Kualitas Produk	Aspek <i>Performance</i> (Kinerja)	a. Madu arrayana memiliki manfaat yang baik bagi kesehatan b. Saya membeli madu arrayana karena terbukti ampuh menyembuhkan berbagai penyakit
	Aspek <i>durability</i> (Daya Tahan)	c. Madu arrayan memiliki daya tahan yang relatif lama d. Kandungan madu arrayana tidak mudah rusak
	Aspek <i>estetica</i> (Estetika)	e. Madu arrayana memliki desain kemasan yang menarik f. Saya membeli madu arrayana karena mudah didapatkan
	Aspek <i>conformance to specifications</i> (Kesesuaian dengan Spesifik)	g. Kualitas produk madu arrayana sudah terbukti ampuh bagi kesehatan tubuh h. Kualitas yang diberikan Madu Arrayana sesuai dengan standar kualitas madu herbal
Harga	Keterjangkauan harga	a. Saya membeli madu arrayana karena harganya cukup terjangkau untuk semua kalangan b. Harga madu arrayana menjadi pertimbangan sebelum membeli
	Daya saing harga	c. Harga madu arrayana mampu bersaing dengan produk herbal madu lain

<sup>64</sup> W. Gulo, Metodologi Penelitian, (Jakarta:Grafindo, 2000), hal. 123

		d. Harga madu arrayana masih sesuai kemampuan daya beli saya
	Kesesuaian harga dengan kualitas	e. Saya membeli madu arrayana karena memiliki harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan f. Harga madu arrayana yang ditetapkan tidak mengurangi kualitas produk
	Kesesuaian harga dengan manfaat	g. Harga madu arrayana sesuai dengan manfaat yang ditawarkan h. Harga madu arrayana sesuai dengan manfaat yang saya harapkan
Kepercayaan	Persepsi Integritas ( <i>Integrity</i> )	a. Saya merasa madu arrayana memiliki reputasi yang bagus b. madu arrayana memberikan kualitas yang saya harapkan
	Persepsi Kebaikan ( <i>Benevolence</i> )	c. Saya percaya madu arrayana sangat bermanfaat bagi kesehatan d. Saya yakin madu arrayana memberikan kualitas yang maksimal demi kepuasan konsumen
	Persepsi Kompetensi ( <i>Competence</i> )	e. Saya yakin madu arrayana merupakan produk yang unggul dan kompeten dalam memenuhi kebutuhan konsumen f. Saya merasa madu arrayana sangat baik dibanding produk madu lain.
Promosi	<i>Advertising</i> (Periklanan)	a. Tampilan desain iklan di sosial media menarik memperkenalkan produk madu arrayana b. Saya membeli madu arrayana karena tertarik dengan iklan yang diberikan
	<i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan)	c. Produk madu arrayana melakukan promosi penjualan melalui bonus dan gift d. Saya membeli madu arrayana karena banyak bonusnya
	<i>Public Relation and Publicity</i> (Hubungan Masyarakat dan Publisitas)	e. Banyak orang yang menawarkan madu arrayana kepada saya membuat saya semakin termotivasi untuk membelinya

		f. Setelah banyak testimoni dari banyak orang saya memutuskan untuk mengkonsumsi madu arrayana
	<i>Personal Selling</i> (Penjualan secara Pribadi)	g. Informasi yang diberikan menarik, jelas, dan sesuai dengan kenyataan sehingga saya berminat untuk membelinya h. Produsen madu arrayana memberikan penjelasan dengan jelas membuat saya tertarik dengan produknya
	<i>Direct Marketing</i> (Pemasaran Langsung)	i. Produsen madu arrayana sering mengadakan seminar untuk memasarkan produknya j. Saya mengikuti seminar sehingga saya yakin dengan madu arrayana
Keputusan Pembelian	Pengenalan masalah	a. Saya membeli madu arrayana karena merasa butuh untuk kesehatan. b. Saya membeli madu arrayana setelah saya merasa membutuhkan produk tersebut
	Pencarian informasi	c. Saya membeli madu arrayana karena desain kemasannya menarik d. Saya bertanya kepada teman atau saudara untuk mencari informasi tentang madu arrayana.
	Evaluasi alternatif	e. Saya melakukan evaluasi terlebih dahulu sebelum membeli madu arrayana f. Sebelum mengkonsumsi madu arrayana saya membandingkan dua dengan madu yang lain
	Perilaku pasca pembelian	g. Saya membeli madu arrayana karena merasa puas dengan produknya h. Efek yang diberikan madu arrayana sangat baik sehingga saya akan membelinya kembali
	Keputusan pembelian	i. Saya memilih atau memutuskan untuk membeli produk madu arrayana karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan

		j. Saya yakin telah mengambil keputusan yang tepat saat membeli madu arrayana
--	--	---

Sumber: Tabel dioalah Peneliti, 2021

### E. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan yang harus dilakukan setelah semua data dari seluruh responden dan sumber data yang lain telah terkumpul, dalam analisis data kegiatan yang dilakukan ialah mengelompokan data berdasarkan variabelnya terlebih dahulu, kemudian menyajikan data dari masing-masing variabel yang diteliti dilanjutkan dengan melakukan perhitungan untuk menjawab dari rumusan masalah yang telah ditentukan dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Analisis dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Yaitu menggunakan statistik deskriptif dan ststistik inferensial. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi yang jelas, dan teknik pengambilan sampel dari populasi dikumpulkan secara random.<sup>65</sup>

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis regresi linier berganda adalah teknik statistik yang digunakan untuk meramal bagaimana keadaan atau pengaruh variabel

---

<sup>65</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D...*, hal. 147

independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti apabila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik dan turunnya) variabel dependen (kriterium), apabila variabel independen sebagai prediktor terdiri dari dua variabel atau lebih dimanipulasi ( dinaik turunkan nilainya).<sup>66</sup>

Jadi analisis regresi berganda dilakukan apabila jumlah variabel independennya lebih dari 2. Beberapa metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu.<sup>67</sup> Uji validitas dilakukan untuk menguji kecocokan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Dalam pengukuran yaitu prinsip keandalan instrumen dalam mengumpulkan data guna penelitian, instrumen penelitian harus dapat mengukur apa yang semestinya diukur. Jadi pengujian ini lebih menekankan pada alat pengukuran atau pengamatan.<sup>68</sup> Metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian terhadap validitas kuesioner adalah korelasi produk momen (*moment product correlation, pearson correlation*) antara skor setiap butir pertanyaan

---

<sup>66</sup>*Ibid...*, hal. 177

<sup>67</sup> Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hal. 192

<sup>68</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya, 2009), hal. 95

dengan skor total, sehingga sering disebut sebagai *inter item-total correlation*.

Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$r_{xy}$  = koefisien korelasi tiap item

$N$  = banyaknya subyek uji coba

$\sum X$  = jumlah skor item

$\sum X^2$  = jumlah kuadrat skor item

$\sum Y^2$  = jumlah kuadrat skor total

$\sum XY$  = jumlah perkalian skor item dan skor total

Setelah diperoleh nilai  $r_{xy}$  selanjutnya dibandingkan dengan hasil  $r$  pada tabel *product moment* dengan taraf signifikan 5% dikatakan valid jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ . Jika  $r_{xy} \geq r_{tabel}$  maka butir soal dikatakan valid, dalam arti telah memiliki validitas yang meyakinkan.<sup>69</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) adalah ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang merupakan dimensi variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan.<sup>70</sup> Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur keandalan suatu

<sup>69</sup>Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2006), hal. 181

<sup>70</sup>Wiratna Sujarweni, *SPSS.....*, hal. 192

instrumen penelitian, untuk mengetahui apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak bisa menggunakan rumus *Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  : Reliabilitas instrumen

$k$  : Banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$  : Jumlah varians butir

$\sigma_1^2$  : Varians total

Apabila variabel yang diteliti mempunyai *Cronbach's alpha* > 60% (0,60) maka variabel dikatakan reliabel dan sebaliknya apabila *Cronbach's alpha* < 60% (0,60) maka variabel dikatakan tidak reliabel. Dalam hal ini peneliti menggunakan alat bantu penghitungan yaitu aplikasi *SPSS 21.0*.<sup>71</sup>

### 3. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Sering terjadi kesalahan yang jamak bahwa uji normalitas dilakukan pada masing-masing variabel. Hal ini tidak dilarang tetapi model regresi memerlukan normalitas pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variabel penelitian. Dalam

---

<sup>71</sup>Masyhuri Machfudz, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Malang: Genius Media, 2014), hal. 137

penelitian uji normalitas data yang digunakan adalah uji statistik P-Plot dan Histogram.

Dalam uji normalitas data yang digunakan adalah uji statistik Kolmogorov-Smirnov yang dijadikan dengan kurva P-P Plots. Kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan Kolmogorov Smirnov adalah sebagai berikut:

- a. Nilai Sig atau signifikansi atau probabilitas  $< 0,05$  distribusi data adalah tidak normal.
- b. Nilai Sig atau signifikansi atau probabilitas  $> 0,05$  distribusi data adalah normal.<sup>72</sup>

#### **4. Uji Asumsi Klasik**

##### **a. Uji Multikolinearitas**

Multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal 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. Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat.

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas. VIF adalah suatu estimasi berapa besar

---

<sup>72</sup>Masyhuri Machfudz, *Metodologi Penelitian Ekonomi...*, hal. 137

multikolinearitas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinearitas telah menaikkan sedikit varian pada koefisien estimasi, akibatnya menurunkan nilai  $t$ .<sup>73</sup>

#### b. Uji Heterokedasitas

Heterokedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.
- 2) Titik-titik data menyebar diatas, di bawah atau disekitar angka 0 dan 3.
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.<sup>74</sup>

### 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, kepercayaan dan promosi terhadap keputusan pembelian madu menggunakan alat analisis regresi linear berganda, penggunaan analisis regresi linear berganda dikarenakan jumlah variabel bebasnya lebih dari satu yang hanya

---

<sup>73</sup>Umar Husein, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hal. 143

<sup>74</sup>Dwi Priyatno, *Analisis Korelasi dan Multivariate dengan SPSS*, (Yogyakarta: Gava Media, 2013), hal. 60

mempengaruhi satu variabel terikat. Berikut model persamaan regresi linear berganda:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

a : Nilai konstanta

X<sub>1</sub> : Variabel bebas 1 (Kualitas Produk)

X<sub>2</sub> : Variabel bebas 2 (Harga)

X<sub>3</sub> : Variabel bebas 3 (Kepercayaan)

X<sub>4</sub> : Variabel bebas 4 (Promosi)

b<sub>1</sub> : Koefisien Kualitas Produk

b<sub>2</sub> : Koefisien Harga

b<sub>3</sub> : Koefisien Kepercayaan

b<sub>4</sub> : Koefisien Promosi

e : Nilai eror

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji T

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen dengan parsial atau individual terhadap variabel dependen.

Dengan rumusan masalah sebagai berikut:<sup>75</sup>

Keterangan:

t = Nilai Uji t-test

---

<sup>75</sup>*Ibid*..., hal. 62

$r$  = Nilai Koefisien *Product moment*

$n-2$  = jumlah sampel

$-2$  = menjadi baris dalam kolom

- 1)  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak apabila  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel, artinya suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2)  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel. artinya suatu variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Sedangkan kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ )
- 2) Distribusi  $t$  dengan derajat kebebasan ( $n - k$ )
- 3) Apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima
- 4) Apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.<sup>76</sup>

#### b. Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel kualitas produk, harga, kepercayaan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian madu maka :

- 1) Apabila  $F$  hitung  $<$   $F$  table maka keputusannya menerima hipotesis nol ( $H_0$ ), artinya variable kualitas produk, harga, kepercayaan dan promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian madu
- 2) Apabila  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel maka keputusannya menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) dan menerima hipotesis alternatif ( $H_1$ ), artinya kualitas produk,

---

<sup>76</sup>Umar Husein, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* ....., hal. 143

harga, kepercayaan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian madu.

### **7. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen atau terikat. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.<sup>77</sup> Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Selanjutnya untuk menganalisis data penelitian mulai uji validitas dan reliabilitas instrumen sampai dengan analisis uji koefisien determinan maka peneliti menggunakan *software* pengolahan data dengan *IBM Statistics 22*.

---

<sup>77</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Ed. 7*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hal. 83-85