

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).⁵⁶ Pendapat lain mengatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan suatu pendekatan yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan dari hasilnya.⁵⁷

Menurut Tanzeh pada bukunya, pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, dan membangun fakta, menunjukkan gabungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal, dan dirancang sematang mungkin sebelumnya.⁵⁸

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

⁵⁶ Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hal. 11

⁵⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 12

⁵⁸ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Teras), hal. 99

Dalam penelitian ini bentuk hubungannya bersifat sebab akibat (Kausal), yaitu hubungan yang bersifat mempengaruhi dua variabel atau lebih. Variabel-variabel yang digunakan untuk mengetahui hubungan yang bersifat sebab akibat (kausal) antara variabel independen dengan variabel dependen ini ialah dengan proses penganalisaan data yang berupa data kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dimana variabel terikatnya (y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel bebas x ($x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$) dan tetap masih menunjukkan diagram hubungan lurus atau linier.

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.⁵⁹ Populasi adalah serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan dari obyek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga obyek-obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁶⁰ Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung pengguna produk minyak rambut Gatsby *Styling Pomade*.

⁵⁹ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta: UPFE-UMY, 2005), hal. 97

⁶⁰ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), hal. 99

2. Sampling

Menurut Sugiyono dalam bukunya, 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. Sedangkan *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁶¹

Di dalam penelitian ini peneliti menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁶² Pertimbangan untuk sampel dalam penelitian ini adalah responden dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Merupakan Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
- b) Pengguna atau pernah menggunakan produk minyak rambut jenis *pomade* dengan merek *Gatsby Styling Pomade*.
- c) Telah melakukan pembelian produk minyak rambut *Gatsby Styling Pomade* lebih dari satu kali.

Sementara untuk jumlah anggota sampel menurut Roscoe dalam Sugiyono, untuk penelitian dengan analisis multivariate (korelasi atau

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 121

⁶² *Ibid.*, hal. 126

regresi berganda misalnya) jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.⁶³

Dalam penelitian ini jumlah variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka perhitungan jumlah anggota sampelnya adalah $5 \times 10 = 50$. Jadi sampel minimal dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 responden. Namun atas dasar pertimbangan peneliti dan agar sampel yang digunakan lebih representatif maka peneliti menetapkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 responden.

3. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono, sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi.⁶⁴ Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari keseluruhan subyek atau obyek penelitian yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili. Ketepatan jenis dan jumlah anggota sampel yang diambil akan sangat mempengaruhi keterwakilan (*representativeness*) sampel terhadap populasi. Keterwakilan populasi akan sangat menentukan kebenaran kesimpulan dari hasil penelitian. Berdasarkan sampling yang telah dilakukan peneliti sebagaimana di atas, maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 responden dengan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagaimana di atas.

⁶³ Ibid., hal. 133

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2007), hal. 73

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Suharsimi Arikunto dalam Purwanto menjelaskan bahwa data adalah hasil pencatatan penelitian, baik yang berupa fakta maupun angka. Pendapat lain menyatakan bahwa data adalah keterangan mengenai variabel pada sejumlah obyek. Data menerangkan obyek-obyek dalam variabel tertentu. Data dapat dikelompokkan berdasarkan sumbernya. Menurut sumbernya data dapat dibagi menjadi dua yaitu:⁶⁵

- a. Data *intern*, yaitu data yang dikumpulkan dari lembaga sendiri.
- b. Data *ekstern*, yaitu data yang dikumpulkan dari luar lembaga.

Data juga dapat dikelompokkan menurut cara pengumpulannya. Menurut cara pengumpulannya, data dapat dibagi menjadi dua yaitu primer dan skunder.⁶⁶

- a. Data primer, yaitu data yang dikumpulkan sendiri secara langsung, Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh langsung dari penyebaran daftar pertanyaan atau kuisisioner kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
- b. Data skunder, yaitu data yang dikumpulkan oleh orang atau lembaga lain. Dalam penelitian ini sumber data skunder diperoleh dari sejumlah buku-buku, brosur, website, dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

⁶⁵ Purwanto, *Statistika Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hal. 41

⁶⁶ *Ibid*, hal.45

2. Variabel

Menurut Hatch dan Farhady dalam bukunya Sugiyono, menyatakan bahwa variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain.⁶⁷ Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai orang, obyek ataupun kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

a. Variabel Bebas Independen

- 1) Kualitas Produk (X_1), yaitu kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya atau sesuai dengan manfaat dan tujuannya. Adapun indikator untuk mengukur kualitas produk adalah kinerja, reliabilitas, *feature*, keawetan (*durability*), konsisten dan desain.
- 2) Citra Merek (X_2), yaitu sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dibenak konsumen. Indikator untuk mengukur citra merek adalah citra pembuat, citra produk dan citra pemakai.
- 3) Harga (X_3), merupakan jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan dari sebuah produk atau jasa. Adapun indikator pengukurannya adalah

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (mixed methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal. 38

keterhangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat.

- 4) Selebriti Pendukung (*Celebrity Endorser*) (X_4), yaitu seseorang yang terkenal yang dijadikan ikon merek sebuah produk. Adapun indikator untuk mengukur Selebriti Pendukung adalah *visibility*, *credibility*, *attraction* dan *power*.

b. Variabel Dependen

- 1) Keputusan Pembelian (Y), adalah sebuah keputusan yang dibuat oleh seorang konsumen ketika memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Adapun indikator untuk mengukur keputusan pembelian adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan tingkah laku pasca pembelian.

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.⁶⁸

Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dimana skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis...*, hal. 105

sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.⁶⁹

Untuk pemberian skor skala Likert ini sebagai berikut :

- 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

D. Teknik Pengumpulan Data dan Data Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Observasi atau yang disebut dengan pengamatan meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra.⁷⁰ Metode Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data-data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti.⁷¹ Langkah awal yang dilakukan peneliti sebelum penelitian yaitu melakukan observasi di

⁶⁹ *Ibid.*, hal.107

⁷⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian ...*, hal. 199

⁷¹ Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian ...*, hal. 134

lokasi penelitian di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Peneliti melakukan pengamatan sistematis, pelaksanaannya fokus pada yang ingin diteliti melalui pengamatan yang telah disusun secara rinci berdasarkan kategori masalah yang ingin diteliti.

b. Koesioner (Angket)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan angket untuk mencari data langsung dari mahasiswa yang diambil sebagai sampel. Peneliti menggunakan kuisisioner tertutup, sehingga responden tinggal memilih jawaban yang telah disediakan, yang disusun dalam sebuah daftar dimana responden tinggal membubuhkan tanda *chek* (✓) pada kolom yang sesuai.

2. Data Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena social maupun alam.⁷² Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang dipergunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner/angket.

Penelitian ini, penelitian yang menggunakan instrument berupa kuisisioner dengan menggunakan *Likert* dengan 5 opsi jawaban. Skala Likert merupakan skala yang paling terkenal dan sering digunakan

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, ...hal. 139.

dalam penelitian karena pembuatan relative lebih mudah dan tingkat reliabilitasnya tinggi.⁷³

Tabel 3.1

Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

| No. | Variabel | Indikator | Item Pernyataan |
|-----|-----------------------------------|-----------------------|--|
| 1 | Kualitas Produk (X ₁) | Kinerja | Penggunaan <i>Gatsby Styling Pomade</i> dapat memudahkan dalam merapikan rambut dan membuat rambut tampak basah dan klimis |
| | | Reliabilitas | Penggunaan <i>Gatsby Styling Pomade</i> mampu memberikan efek basah dan klimis terhadap rambut dalam jangka waktu yang lama. |
| | | Fitur | <i>Gatsby Styling Pomade</i> mempunyai aroma yang nikmat |
| | | Keawetan (daya tahan) | Produk <i>Gatsby Styling Pomade</i> dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama |
| | | Konsisten | Produk <i>Gatsby Styling Pomade</i> selalu konsisten dan sama dengan spesifikasi atau standar produk |
| | | Desain | Kemasan dan penampilan produk yang menarik |
| 2 | Citra Merek (X ₂) | Citra pembuat | Produk <i>Gatsby Styling Pomade</i> dibuat oleh perusahaan yang mempunyai reputasi baik |

Dilanjutkan

⁷³ Husain, Usman & Setyadi, Purnomo, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 65

Lanjutan

| | | | |
|---------------------------------|--|---|--|
| | | | Jaringan distribusi dalam penjualan produk <i>Gatsby Styling Pomade</i> sangat luas |
| | | Citra produk | Merek <i>Gatsby Styling Pomade</i> mempunyai ciri khas pada produknya |
| | | | Merek <i>Gatsby Styling Pomade</i> dikenal oleh banyak orang |
| | | | Merek <i>Gatsby Styling Pomade</i> terdapat beberapa pilihan tipe produk |
| | | Citra pemakai | Produk <i>Gatsby Styling Pomade</i> memberikan kesan positif bagi konsumen atau pemakainya |
| 3 | Harga (X_3) | Keterjangkauan harga | Harga <i>Gatsby Styling Pomade</i> terjangkau |
| | | | Harga bervariasi sesuai dengan ukurannya |
| | | Kesesuaian harga dengan kualitas produk | Harga <i>Gatsby Styling Pomade</i> sesuai dengan kualitas produk |
| | | Daya saing harga | Harga <i>Gatsby Styling Pomade</i> lebih ekonomis dibandingkan dengan produk minyak rambut jenis <i>pomade</i> yang lain |
| | | | Harga <i>Gatsby Styling Pomade</i> dapat bersaing dengan produk lain |
| Kesesuaian harga dengan manfaat | Harga <i>Gatsby Styling Pomade</i> sesuai dengan manfaat yang saya rasakan | | |

Dilanjutkan

Lanjutan

| | | | |
|--|---------------------------------------|--------------------|---|
| 4 | Selebriti Pendukung (X ₄) | <i>Visibility</i> | Adipati Dolken sebagai selebriti pendukung produk Gatsby <i>Styling Pomade</i> mempunyai popularitas yang tinggi |
| | | <i>Credibility</i> | Adipati Dolken dalam iklan Gatsby <i>Styling Pomade</i> adalah sosok yang mempunyai pengetahuan terhadap produk yang diiklankan |
| | | | Dalam iklan Gatsby <i>Styling Pomade</i> Adipati Dolken menyampaikan pesan dengan konsisiten sesuai dengan kenyataan |
| | | <i>Attraction</i> | Adipati Dolken sebagai selebriti pendukung produk Gatsby <i>Styling Pomade</i> memiliki daya tarik secara fisik |
| Daya tarik seorang Adipati Dolken dalam iklan Gatsby <i>Styling Pomade</i> membuat saya melakukan pembelian produk | | | |
| 5 | Keputusan Pembelian (Y) | <i>Power</i> | Dalam iklan Gatsby <i>Styling Pomade</i> Adipati Dolken memiliki kemampuan untuk memberikan keyakinan bahwa produk yang diiklankan merupakan produk yang baik |
| | | Pengenalan masalah | Gatsby <i>Styling Pomade</i> menyediakan kebutuhan untuk merapikan rambut |

Dilanjutkan

Lanjutan

| | | | |
|--|--|--------------------------|--|
| | | Pencarian informasi | Mendapat info tentang Gatsby <i>Styling Pomade</i> dari orang lain |
| | | | Mencari informasi dari berbagai sumber tentang produk Gatsby <i>Styling Pomade</i> |
| | | Evaluasi alternatif | Sebelum melakukan pembelian terlebih dahulu saya mengevaluasi berbagai pilihan merek <i>pomade</i> |
| | | Keputusan pembelian | Merasa yakin dengan keputusan pembelian produk Gatsby <i>Styling Pomade</i> |
| | | Perilaku pasca pembelian | Merasa puas dan melakukan pembelian ulang produk Gatsby <i>Styling Pomade</i> |

E. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan dan responden, mentabulasi dan berdasarkan variable dari seluruh responden, menyajikan data setiap variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah disajikan.⁷⁴ Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan:

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian bisnis ...*, hal. 142

1. Pengukuran variabel

Pengukuran terhadap variabel dalam penelitian adalah dengan menggunakan kuesioner atau angket yang dibagikan kepada para responden yaitu nasabah yang disusun berdasarkan pertanyaan-pertanyaan tersebut. Responden yang diteliti tinggal memilih salah satu alternative jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Beberapa prosedur pengukuran data variabel dengan menggunakan pengelolaan data sebagai berikut:

a. Editing

Merupakan kegiatan memeriksa data yang dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun data di lapangan. Kegiatan ini menjadi penting karena kenyataanya data yang terhimpun kadang kala belum memenuhi harapan peneliti, ada di antaranya kurang atau terlewatkan, tumpang tindih, berlebihan bahkan terlupakan.

b. Coding

Memberikan tanda kode agar mudah memeriksa jawaban. Dalam penelitian ini berikut adalah kode pada setiap variabel, yaitu:

- 1) Data tentang kualitas produk (X_1)
- 2) Data tentang citra merek (X_2)
- 3) Data tentang harga (X_3)
- 4) Data tentang selebriti pendukung (X_4)
- 5) Data tentang keputusan pembelian (Y)

c. Scoring

Merupakan kegiatan memberikan angka dan data yang dikuantifikasikan dan menghitungnya untuk jawaban setiap responden. Untuk skor dari jawaban untuk setiap pertanyaan ditentukan sesuai dengan tingkat pilihan dari peneliti. Pemberian skor terhadap pemilihan jawaban adalah sebagai berikut:

- 1) Skor 5 bila jawaban angket memilih alternatif SS
- 2) Skor 4 bila jawaban angket memilih alternatif S
- 3) Skor 3 bila jawaban angket memilih alternatif N
- 4) Skor 2 bila jawaban angket memilih alternatif TS
- 5) Skor 1 bila jawaban angket memilih alternatif STS

d. Analisis

Dalam penelitian ini menggunakan analisis untuk mengolah dan membuat analisis terhadap data sebagai dasar bagian penarikan kesimpulan. Analisis yang dimaksud adalah dengan memberikan perhitungan secara statistik terhadap data yang masuk.

2. Uji validitas dan reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan keabsahan suatu instrument. Instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat.⁷⁵

⁷⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: ...*, hal 144-145

Metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian terhadap validitas kuesioner adalah korelasi produk momen (*moment product correlation, pearson correlation*) antara skor setiap butir pertanyaan dengan skor total, sehingga sering disebut sebagai *inter item-total correlation*.⁷⁶ Ketentuan validitas instrumen sah apabila hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik⁷⁷. Instrument yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Untuk memperoleh indeks reliabilitas soal menggunakan *one shot* yaitu pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau yang mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpa* (α), variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpa* (α) $> 0,60$. Dan ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Triton seperti yang dikutip Sujianto jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:⁷⁸

⁷⁶ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakaraya, 2009), hal.95.

⁷⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian ...*, hal.221

⁷⁸ *Ibid.*, hal. 97

- 1) Nilai *Alfa Cronbach* 0,00 – 0.20 berarti kurang reliable
- 2) Nilai *Alfa Cronbach* 0,21 – 0.40 berarti agak reliable
- 3) Nilai *Alfa Cronbach* 0,41 – 0.60 berarti cukup reliable
- 4) Nilai *Alfa Cronbach* 0,61 – 0.80 berarti reliable
- 5) Nilai *Alfa Cronbach* 0,81 – 1.00 berarti sangat reliable

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variable berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variable lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid dan statistic parametric tidak dapat digunakan.⁷⁹ Uji normalitas pada data sangat diperlukan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu data dengan harapan bahwa hasil dari pengujian yang dilakukan nanti bisa sevalid mungkin.

b. Uji Multikolonieritas

Multikolinieritas adalah hubungan adanya linier yang “sempurna” diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari regresi. Metode ini guna mendeteksi adanya multikolinieritas dalam penelitian menggunakan tolerance and variance inflation factor (VIF). Uji ini bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan

⁷⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21, Ed. 7*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 110

adanya kolerasi antar variabel-variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas/ variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal.⁸⁰ Dalam uji multikolinieritas, antara variabel-variabel bebas dikatakan baik apabila variabel tersebut tidak memiliki suatu hubungan atau korelasi untuk memastikan bahwa hasil pengujian adalah valid.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas yaitu uji untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual atau ke pengamatan lain.⁸¹ Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang heteroskedastisitas. atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini penguji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat scatter plot dengan dasar analisis sebagai berikut ini:

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik yang akan membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

⁸⁰ *Ibid.*, hlm. 110

⁸¹ Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistik 2*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2016), hlm 203

4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.⁸² Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis regresi berganda sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Variabel dependen (Keputusan Pembelian)

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien korelasi ganda

X_1 = Variabel Independen (Kualitas Produk)

X_2 = Variabel Independen (Citra Merek)

X_3 = Variabel Independen (Harga)

X_4 = Variabel Independen (Selebriti Pendukung)

e = *errof of term*

5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah suatu pernyataan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian sebagai suatu taksiran keadaan populasi melalui data sampel.⁸³ Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan uji

⁸² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian ...*, hal.56

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: ALFABETA, 20015), hal.56

anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

a. Uji t- test

Untuk mengetahui apakah pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Selebriti Pendukung berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian minyak rambut Gatsby *Styling Pomade* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

- 1) Apabila t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Selebriti Pendukung tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak rambut Gatsby *Styling Pomade* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
- 2) Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya masing-masing variabel Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Selebriti Pendukung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak rambut Gatsby *Styling Pomade* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

b. Uji F

Untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Selebriti Pendukung berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian minyak rambut *Gatsby Styling Pomade* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

- 1) Apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka keputusannya menerima hipotesis nol (H_0), artinya variabel Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Selebriti Pendukung tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak rambut *Gatsby Styling Pomade* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
- 2) Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka keputusannya menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_1), artinya variabel Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Selebriti Pendukung berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak rambut *Gatsby Styling Pomade* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.⁸⁴

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen atau terikat. Nilai

⁸⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, hlm 83-85

koefisiensi determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah:

$$R^2 = (r^2)$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

R^2 = Koefisien Korelasi

Selanjutnya untuk menganalisis data penelitian mulai uji validitas dan reliabilitas instrument sampai dengan analisis uji koefisien determinan maka peneliti menggunakan *software* pengolahan data dengan *aplikasi* SPSS 16.0.