

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*).¹ 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.²

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.³

¹Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta,2006), hal.11

²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta:Rineka Cipta,2010) hal.12

³ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Teras) hal. 99

2. Jenis Penelitian

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

1. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.⁴ Populasi adalah serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang berupa manusia, hewan, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga obyek-obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Populasi dalam

⁴ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta: UPFE-UMY, 2005), hal. 97

penelitian ini adalah Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung pengguna produk Jilbab Rabbani. Adapun jumlah populasi pada penelitian ini adalah 3603 mahasiswi.

2. Sampling

Menurut Sugiono dalam bukunya, teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam teknik sampling ada dua macam yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*.⁵ *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.

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

- a. Merupakan Mahasiswi aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
- b. Pengguna atau pernah menggunakan produk jilbab Rabbani.
- c. Telah melakukan pembelian produk jilbab Rabbani lebih dari satu kali

⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2007), hal. 73

Dalam penelitian ini, besarnya sampel ditetapkan dengan menggunakan rumus Slovin. Adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut:

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

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = *standar error* (10%)

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, maka diperoleh besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{3603}{1+3603(0,1)^2} = 97,29$$

n = 97

Dengan menggunakan rumus Slovin di dapat jumlah sampel yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini sebanyak 97 orang.

3. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono, sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.⁶ 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 dari populasi harus benar-benar mewakili. Ketetapan jenis dan jumlah anggota sampel yang diambil akan sangat mempengaruhi keterwakilan

⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2007), hal. 73

(*representative*) sampel terhadap populasi. Keterwakilan populasi akan sangat menentukan kebenaran kesimpulan dari hasil penelitian. Berdasarkan sampling yang telah dilakukan peneliti sebagaimana diatas, maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 responden dengan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagaimana di atas.

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek darimana data diperoleh.⁷ Sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 2 macam, yaitu:

a. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungannya dgn objek diteliti. Data tersebut dapat diperoleh langsung dari personel yang diteliti dan dapat pula dari lapangan.⁸ Yang termasuk sumber data primer yaitu:

- 1) *Person*, yaitu sumber data yang dapat memerikan data berupa jawaban lisan melalui wawancara atau dalam konteks penelitian disebut informan.
- 2) *Place*, yaitu sumber data yang diperoleh dari gambaran tentang situasi kondisi yang berlangsung berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam pnelitian.

⁷ LexyJ. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hal. 4

⁸Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006),hal. 33

- 3) *Paper*, yaitu sumber data yang menyajikan tanda-tanda berupa huruf, angka, gambar atau simbol-simbol lain.
- b. Data sekunder, merupakan data yang berasal dari sumber kedua yang dapat di peroleh melalui buku-buku, brosur, dan artikel yang didapat dari *website* yang berkaitan dengan penelitian ini.⁹

2. Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulannya:

a. Variabel Bebas Independen

- 1) Faktor Iklan (X_1), adalah penggunaan media bayaran oleh seorang penjual untuk mengkomunikasikan informasi persuasif tentang produk (ide, barang, jasa) ataupun organisasi dan merupakan alat promosi yang kuat.¹⁰ Adapun kriteria pengukuran sebagai berikut : Dapat menimbulkan perhatian, Menarik, Dapat menimbulkan keinginan, Menghasilkan suatu tindakan.
- 2) Faktor Citra Merek (X_2), merupakan sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dibenak konsumen.¹¹ Adapun kriteria pengukuran sebagai berikut : citra pembuat, citra produk, citra pemakai.

⁹Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras,2009) hal.54-55

¹⁰Suyatno, M,*Strategi Periklanan Pada E-Commerce Perusahaan Top Dunia*, (Yogyakarta:ANDI, 2003)hal.9

¹¹Sopiahdan Etta Mammang Sangadji, *Salesmanship (Kepengjualan)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), hal. 76

3) Faktor Harga (X_3), merupakan suatu yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu kombinasi untuk mendapatkan kombinasi antara pelayanan ditambah produk dengan membayar jumlah uang yang sudah ditentukan.¹² Adapun kriteria pengukuran sebagai berikut : keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.

b. Variabel Dependen

Keputusan pembelian (Y) , Pengambilan keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan masalah pada kegiatan manusia membeli suatu produk guna memenuhi keinginan dan kebutuhan.¹³ Adapun kriteria pengukuran sebagai berikut : Kemantapan pada sebuah produk., kebiasaan dalam membeli produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, melakukan pembelian ulang.

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.

Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dimana skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang

¹²www.informasi-pendidikan.com diakses pada tanggal 4 Desember 2017

¹³Walker, Boyd L., *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Erlangga, 1997).hal.123

atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Untuk pemberian skor skala Likert ini sebagai berikut:

- a. Jawaban SS diberi skor 5
- b. Jawaban S diberi skor 4
- c. Jawaban RR 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 penelitian ini adalah :

a. Observasi

Observasi atau yang disebut dengan pengamatan meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Metode Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian, data-data penelitian tersebut dapat diamati oleh peneliti.

Langkah awal yang dilakukan peneliti sebelum penelitian yaitu melakukan observasi di lokasi penelitian di Institut Agama Islam Negeri (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. Kuesioner (Angket)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan angket untuk mencari data langsung dari mahasiswa yang diambil sebagai sampel. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data primer faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Jilbab Rabbani pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

c. Dokumentasi

Merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen baik tertulis, gambar maupun elektronik. Dokumentasi diperlukan untuk mencari data tentang data jumlah konsumen.

2. Data Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena social maupun alam. 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 dalam penelitian karena pembuatan relative lebih mudah dan tingkat reliabilitasnya tinggi.¹⁴

Tabel 3.1

Kisi- Kisi Intrumen Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Refrensi
1.	Iklan (X_1)	Dapat menimbulkan perhatian	Terence A.Shimp, <i>PeriklananPromosiAspek TambahanKomunikasiPemasaranTerpaduEdisi 5 Jilid 1</i> ,(Jakarta:Erlangga,2003) hal.483
		Menarik,	
		Dapat menimbulkan keinginan,	
		Menghasilkan suatu tindakan.	
2.	Citra Merek (X_2)	Citra Pembuat	Sopiah, Etta Mamang Sangadji, <i>Salesmanship (Kepenjualan)</i> , (Jakarta:Bumi Aksara,2016)hal.93
		Citra Produk	
		Citra Pemakai	
3.	Harga (X_3)	Keterjangkauan harga	Thomas S. Kaihatu, AchmadDaengs, Agoes Tinus Lis Indrianto, <i>ManajemenKoplain</i> ,(Yogyakarta:Andi , 2007)hal.33
		Kesesuaian harga dengan kualitas	

¹⁴Husain, Usman & Setyadi, Purnomo, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: BumiAksara, 2008.), hal. 65

		Daya saing harga	
		Kesesuaian harga dengan manfaat	
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan masalah	Bilson Simamora, <i>Panduan Riset Perilaku Konsumen</i> , (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hal. 15-17
		Pencarian informasi	
		Evaluasi alternatif	
		Keputusan pembelian	
		Perilaku pasca pembelian	

E. Teknis 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. Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan menggunakan:

1. Pengukuran Variabel

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

a. Editing

Merupakan kegiatan memeriksa data yang dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun . Kegiatan ini menjadi penting karena kenyataannya data belum memenuhi harapan peneliti.

b. Coding

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

- 1) Data tentang iklan (X_1)
- 2) Data tentang citra merek (X_2)
- 3) Data tentang harga (X_3)
- 4) Data tentang pengambilan keputusan (Y)

c. Scoring

Memberikan kegiatan memberikan angka dan data yang dikuantitatifkan 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 agket memilih alternatif SS
- 2) Skor 4 bila jawaban agket memilih alternatif S
- 3) Skor 3 bila jawaban agket memilih alternatif RG
- 4) Skor 2 bila jawaban agket memilih alternatif TS
- 5) Skor 1 bila jawaban agket memilih alternatif STS

d. Analisis

Dalam penelitian ini menggunakan analisis untuk mengelola 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 Validasi dan Reabilitas

- a. 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 Sugiyono dan wibowo menjelaskan, ketentuan validitas instrument sah apabila r hitung lebih besar dari r kritis (0,30). Suyuti mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari r standar yaitu 0,3. Sugiyono menyatakan bila korelasi tiap factor positif dan

besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat.¹⁵

- b. Uji Reliabilitas, menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. 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 :

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

¹⁵Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009) hal.96

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlakukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variable lainnya dengan mengansumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid dan statistic parametric tidak dapat digunakan.¹⁶ 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 Multikolinieritas

Multikolirienitas 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 adanya kolerasi antar variabel-variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas/ variabel independen. Jika variabel bebas saling berkolerasi,

¹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21, Ed. 7*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 110

maka variabel ini tidak orthogonal.¹⁷ Dalam uji multikolinieritas, antara variabel-variabel bebas dikatakan baik apabila variabel tersebut tidak memiliki suatu hubungan atau kolerasi 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.¹⁸ 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 pengujian 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.

¹⁷*Ibid.*, hlm. 110

¹⁸ 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 antara dua atau lebih variabel bebas. Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis regresi berganda sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

a = konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien korelasi ganda

X_1 = Faktor Iklan

X_2 = Faktor Citra Merek

X_3 = Faktor Harga

e = *error of term*

5. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh masing-masing variabel independen secara (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

a. Uji t-test

Untuk mengetahui apakah pengaruh Iklan, Citra merek, dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Jilbab

Rabbani pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di IAIN Tulungagung.

- 1) Apabila t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel variabel iklan, citra merek, dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian keputusan pembelian Jilbab Rabbani pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di IAIN Tulungagung
- 2) Apabila t_{hitung} lebih besar dar t_{tabel} maka H_0 ditolak H_1 diterima, artinya masing-masing variabel iklan, citra merek, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Jilbab Rabbani pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di IAIN Tulungagung.

b. Uji F

Untuk mengetahui apakah Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Jilbab Rabbani pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

- 1) Apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka keputusannya menerima hipotesis nol (H_0), artinya variabel iklan, citra merek, dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Jilbab Rabbani pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Institut Agama Islam Negeri 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 iklan, citra merek, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Jilbab Rabbani pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung

6. Analisis 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 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 reabilitas instrument sampai dengan analisis uji koefisien determinan

maka peneliti menggunakan *software* pengolahan data dengan *aplikasi* SPSS 16.0.