

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif. Kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Dalam penelitian kuantitatif pengukuran terhadap gejala yang minati menjadi penting, sehingga pengumpulan data dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan berstruktur (angket) yang disusun berdasarkan pengukuran terhadap variabel yang diteliti yang kemudian menghasilkan data kuantitatif.

2. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah suatu pernyataan penelitian yang bersifat hubungan antara dua variabel atau lebih.⁸³ Penelitian ini mempunyai tingkatan yang tertinggi bila dibandingkan dengan penelitian deskriptif dan komparatif. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan

⁸³ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), Cet. 2, hal. 106

dan mengontrol suatu gejala.⁸⁴ Dengan menggunakan jenis penelitian asosiatif maka akan dapat mengetahui seberapa besar pengaruh *marketing mix* terhadap tingkat kepuasan konsumen alfamart semeru kediri.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalis yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁸⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen Alfamart Semeru Kediri yang melakukan transaksi pada bulan Maret tahun 2018 diasumsikan sebesar 11.000 konsumen.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang diteliti sehingga hasil penelitian bisa digeneralisasikan, generalisasi hasil penelitian oleh sampel berlaku juga bagi populasi penelitian tersebut.⁸⁶ Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah *sampling incidental*. *Sampling incidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

⁸⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi dengan Metode R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2006), Cet. 14, hal. 11

⁸⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methos)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal.119

⁸⁶ Azwar Anas, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, (Yogyakarta:Deepublish:2012), hlm.38

Rumus yang digunakan untuk menentukan besar jumlahnya sampel dengan menggunakan rumus Slovin yaitu: ⁸⁷

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

Dimana :

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan (10% atau 0,1)

Dalam penelitian ini, jumlah sampel di Alfamart Semeru Kediri dari rumus Slovin adalah sebagai berikut :

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

$$n = \frac{11.000}{11.000(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{11.000}{11.000 (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{11.000}{111}$$

n = 99, 099 Dibulatkan 100

Jadi jumlah sampel di Alfamart Semeru sebanyak 100 responden.

Berdasarkan sampel diatas dalam penelitian sudah dianggap mencukupi.

⁸⁷ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual Dan Spss Edisi Pertama*, (Jakarta:PT Fajar Interpratama Mandiri,2013), hlm.34

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Sumber data dapat dibedakan dengan cara memperoleh sumber informasinya, yaitu data primer dan sekunder.

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang dapat dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Jenis data ini sering disebut dengan istilah data mentah, berupa hasil angket maupun wawancara dengan responden. Data primer dapat berupa opini subjek secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Untuk mendapatkan data primer yaitu kuosioner, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung.⁸⁸ Data primer dalam penelitian ini adalah melalui hasil pengisian kuosioner oleh konsumen Alfamart Semeru Kediri.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya, misalnya dari majalah, jurnal, buku, dokumen.⁸⁹ Dalam penelitian ini data sekundernya adalah dokumentasi Alfamart Semeru Kediri, buku-buku yang diperlukan dan data-data yang berkaitan dengan permasalahan-permasalahan penelitian ini.

⁸⁸ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2011), hal. 117

⁸⁹ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hal. 37

2. Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Cara yang paling bermanfaat untuk menggolongkan variabel adalah dengan membedakan menjadi variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (*independent*) adalah variabel yang mempengaruhi atau variabel yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat.⁹⁰ Dalam hal ini yang termasuk ke dalam variabel bebas adalah Produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), Lokasi (X_4), Orang (X_5), Proses (X_6), dan Bukti Fisik (X_7),

Sedangkan variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang di pengaruhi atau variabel yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Dalam hal ini variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen (Y).

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran sebuah variabel adalah untuk mengetahui karakteristik variabel berdasarkan ukuran tertentu, sehingga dapat dibedakan dan bahkan diurutkan berdasar atas karakteristik variabel tersebut. Tehnik skala pengukuran ada dua jenis, yaitu *Skala Likert* dan *Skala Guttman*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tehnik *skala likert*. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap

⁹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal.33.

item instrumen yang menggunakan *skala Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, dengan 5 alternatif jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Pengukuran

| No | Simbol | Keterangan | Nilai |
|----|--------|---------------------|-------|
| 1 | SS | Sangat Setuju | 5 |
| 2 | S | Setuju | 4 |
| 3 | N | Netral | 3 |
| 4 | TS | Tidak Setuju | 2 |
| 5 | STS | Sangat Tidak Setuju | 1 |

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Tehnik Pengumpulan Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Kuesioner (angket)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden yang membeli barang di Alfamart dengan mengisi serta mengikuti panduan yang ada pada kuesioner. Tujuan penyebaran angket ialah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

b. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.⁹¹ Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan mengamati subjek secara langsung. Subjek adalah konsumen yang membeli di Alfamart Kediri.

2. Pengembangan Instrumen

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.⁹² Secara fungsional kegunaan instrumen penelitian adalah untuk memperoleh data yang diperlukan ketika peneliti sudah menginjak pada langkah pengumpulan informasi di lapangan”.⁹³ Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara acak untuk memperoleh sampel dari populasi yang di maksud, agar di peroleh data yang baik maka di pilih dengan menggunakan metode :

- a. Kuesioner, menurut Kotler adalah sekelompok pertanyaan yang di ajukan kepada responden, sejauh ini kuesioner menjadi instrumen yang paling umum yang di gunakan untuk mengumpulkan data primer. Adapun skala pengukuran yang penulis butuhkan berdasarkan dari keterangan dan informasi yang di berikan responden melalui angket (Kuesioner) yang telah di sebarakan

⁹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*,.....hlm.196

⁹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*..., hal. 148

⁹³ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007), hal. 75

dengan metode skor, pemberian skor ini di gunakan sistem skala lima, yaitu:

- a. Jawaban (Sangat setuju) diberi skor 5
- b. Jawaban (Setuju) diberi skor 4
- c. Jawaban (Netral) diberi skor 3
- d. Jawaban (tidak setuju) diberi skor 2
- e. Jawaban (Sangat Tidak Setuju) diberi skor 1

Tabel 3.2 Indikator Variabel

| No | Variabel | Indikator | Item |
|----|---|--|--|
| 1 | Produk (<i>Product</i>) Susatyo Herlambang, 2014 | Kualitas Produk | Produk yang berkualitas |
| | | Kelengkapan Produk | Produk yang disediakan cukup lengkap |
| | | Kemasan (<i>Packaging</i>) | Kemasan produk yang menarik |
| 2 | Harga (<i>Price</i>) (Fandy Tjiptono, 2008) | Keterjangkauan Harga | Harga dapat dijangkau oleh Konsumen |
| | | Kesesuaian Harga | Harga sesuai dengan kualitas produk |
| | | Harga Kompetitif | Harga yang ditawarkan lebih kompetitif dari produk pesaing |
| 3. | Promosi (<i>Promotion</i>) (Kotler & Amstrong, 2000) | Periklanan (<i>advertising</i>) | Periklanan yang dilakukan oleh Alfamart mudah ditemukan oleh konsumen di berbagai media |
| | | Penjualan personal (<i>personal selling</i>) | Periklanan yang dilakukan oleh Alfamart dalam menawarkan suatu produknya ke pembeli dijelaskan secara menarik, jelas dan mudah dipahami. |

| | | | |
|---|---|--|---|
| | | Promosi penjualan (<i>sales promotion</i>) | Sering memberikan potongan harga merupakan salah satu strategi untuk menarik minat konsumen |
| 4 | Lokasi (<i>Place</i>) | Lokasi Pembelian | Lokasi Strategis |
| | | Mudah diakses atau mudah dijangkau | Mudah diakses atau dijangkau dengan menggunakan transportasi umum maupun pribadi. |
| | | Area parkir | Fasilitas tempat parkir yang luas |
| 5 | Orang (<i>People</i>) ⁹⁴ | Pelayanan | Cepat dalam melayani |
| | | Penampilan karyawan | Berseragam rapi |
| | | Sikap dan tindakan | Ramah dan Sopan dalam memberikan pelayanan |
| 6 | Proses (<i>Process</i>) (Ratih Huriyati, 2005) | mendapatkan barang | Cepat dan mudah dalam melayani permintaan produk yang diinginkan konsumen |
| | | Transaksi/pembayaran | Transaksi pembayaran yang diterapkan di Alfamart relatif cepat |
| | | Klaim | Penanganan klaim cepat |
| 7 | Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>) ⁹⁵ | Suasana ruangan | Suasana ruangan nyaman, bersih dan sejuk |
| | | penataan produk | Tata letak produk sesuai dengan pengkategorian produk |
| | | Peralatan dan Perlengkapan | Peralatan dan perlengkapan yang digunakan oleh Alfamart Semeru Kediri seperti aksesoris kasir, kartu member, mesin ATM, dan lain-lain mempunyai mutu atau kualitas yang baik. |

⁹⁴ Amalia Ramadhanti, *Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Giant Supermarket Mall Mesra Indah Di Samarinda*, <https://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id> diakses pada tanggal 20 Januari 2018

⁹⁵ Arum Puspa Utami, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Kopma Universitas Negeri Yogyakarta*, dalam <http://journal.student.uny.ac.id> diakses pada tanggal 01 Februari 2018

| | | | |
|---|---|-------------------------------|---|
| 8 | Kepuasan Konsumen (Fandy Tjiptono, 2015) | Kepuasan konsumen keseluruhan | Kepuasan konsumen secara keseluruhan |
| | | Minat pembelian ulang | Pembelian kembali diwaktu yang akan datang |
| | | Kesediaan merekomendasikan | Merekomendasikan produk terhadap calon konsumen lainnya |

E. Tehnik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, metabulasi data berdasarkan variaibel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.⁹⁶ Analisis data merupakan suatu proses lanjutan dari proses pengolahan data untuk melihat bagaimana menginterpretasikan data, kemudian menganalisis data dari hasil yang sudah ada pada tahap hasil pengolahan data.⁹⁷

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument
 - a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.

⁹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal: 199

⁹⁷ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi...*, hal. 184

Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya.⁹⁸ Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Tinggi rendah validitas suatu angket atau kuesioner dihitung dengan menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total. Teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau ratio, dan sumber data dari dua variabel atau lebih adalah sama.⁹⁹

Dalam penelitian ini perhitungan validitas item dianalisis menggunakan komputer program SPSS 21. Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan *critical value* pada tabel ini nilai r dengan taraf signifikansi 5% dan jumlah sampel yang ada. Apabila hasil perhitungan korelasi *product moment* lebih besar dari *critical value*, maka instrumen ini dinyatakan valid. Sebaliknya apabila

⁹⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), Cet. 1, hal. 160

⁹⁹ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2005), Cet. 8, hal. 212

skor item kurang dari *critical value*, maka instrumen ini dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Agar data yang diperoleh mencapai derajat akurasi yang signifikan, maka validitas dan reliabilitasnya perlu diuji terlebih dahulu sebelum digunakan.¹⁰⁰ Reliabilitas yang tinggi menunjukkan kesalahan varian yang minim.¹⁰¹ Uji reliabilitas untuk alternatif yang lebih dari dua akan menggunakan uji *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1.

Menurut Triton, jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan 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

¹⁰⁰ Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), Cet. 1, hal. 122

¹⁰¹ Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi dan Praktiknya*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), Cet. 12, hal. 128

- 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

Menurut Nugroho, reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Alpha Cronbach's $>$ dari 0,60. Menurut Suyuti, kuesioner dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0,6. Jadi pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan kejelasan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.¹⁰²

2. Uji Normalitas Data

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali.¹⁰³ Uji ini diperlukan karena semua perhitungan *statistic parametric* memiliki asumsi normalitas sebaran. Dengan pedoman jika Nilai sig. atau signifikansi $<$ 0,05 (kurang dari 0,05) maka dapat dikatakan distribusi data tidak normal dan apabila Nilai sig. atau signifikansi $>$ 0,05 (lebih dari 0,05) maka distribusi data adalah normal. Pada penelitian ini dalam mendeteksi normalitas data

¹⁰² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16,0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hal. 97

¹⁰³ Danang Sunyoto, *Praktik SPSS untuk Kasus*, (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), Cet. 1, hal. 127

menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov yang dipadukan dengan kurva *Normal P-P Plots*.

3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa multikolinieritas dan heteroskedastisitas tidak terlepas dalam penelitian ini atau data yang dihasilkan berdistribusi normal, apabila hal tersebut tidak ditemukan maka asumsi klasik regresi telah terpenuhi. Dalam penelitian ini tidak menggunakan autokorelasi karena uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner di mana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Uji asumsi klasik meliputi beberapa uji sebagai berikut :

a. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model.¹⁰⁴ Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi sampel yang ideal harus menghindari dari multikolinieritas. Di antara variabel

¹⁰⁴ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), Cet. 1, hal. 185

independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, Nugroho menyatakan jika *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas.

VIF adalah suatu estimasi berapa besar multikolinieritas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinieritas telah menaikkan sedikit varian pada koefisien estimasi, akibatnya menurunkan nilai *t*. Sarwoko mengemukakan beberapa alternatif perbaikan karena adanya multikolinieritas yaitu: (1) membiarkan saja, (2) menghapus variabel yang berlebihan, (3) transformasi variabel multikolinieritas, dan (4) menambah ukuran sampel.¹⁰⁵

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sementara itu untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Pada umumnya heteroskedastisitas sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*. Namun

¹⁰⁵ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16,0...*, hal. 79

bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas.

Sedangkan 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 di atas dan di bawah atau disekitar angka 0, dan (3) titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.¹⁰⁶

4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan perluasan dari regresi linier sederhana dengan dua atau lebih variabel bebas yang digunakan sebagai prediktor dan satu variabel tergantungan yang diprediksi.¹⁰⁷ Regresi linier berganda terjadi apabila dalam model regresi memuat paling sedikit dua variabel bebas.¹⁰⁸ Analisis Regresi Berganda digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan juga menunjukkan arah hubungan antara dua. Didalam penggunaan analisis ini beberapa hal yang bisa dibuktikan adalah bentuk dan arah hubungan yang terjadi antara variabel independen dengan variabel dependen, serta dapat mengetahui nilai estimasi atau prediksi nilai dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya jika suatu kondisi

¹⁰⁶ *Ibid.*, hal. 79-80

¹⁰⁷ Jonathan Sarwono, *Rumus-rumus Populer dalam SPSS 22 untuk Riset Skripsi*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015), Ed. 1, hal. 130

¹⁰⁸ Getut Pramesti, *Smart Olah Data Penelitian dengan SPSS 21*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013), hal. 37

terjadi.¹⁰⁹ Kondisi tersebut adalah naik turunnya nilai masing-masing variabel independen itu sendiri yang disajikan dalam model regresi.

Adapun bentuk persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \dots + b_n X_n$$

Keterangan:

Y = variable dependent

a = Nilai Konstanta

b = Nilai Koefisien Regresi

X₁ = variable independent (Produk)

X₂ = variable independent (Harga)

X₃ = variable independent (Promosi)

X₄ = variable independent (Lokasi)

X_n = variable independent ke-n

5. Uji Hipotesis

a. Uji Secara Parsial (uji t)

Pengujian secara parsial atau individu, tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Pengujian dilakukan dengan uji t atau t-test, yaitu membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel. Uji ini dilakukan dengan syarat :

- a) Jika t hitung < t tabel , maka H₀ diterima yaitu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

¹⁰⁹ Agung Edy Wibowo, *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*, Yogyakarta: Gava Media, 2012), hal.126

- b) Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- c) Analisis berdasarkan pada perbandingan antara nilai signifikan t dengan nilai signifikansi 0,05, dimana dengan syarat sebagai berikut
Jika nilai Sig. $> 0,05$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak, dan Jika nilai Sig. $< 0,05$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima.

b. Uji Secara Bersama-Sama (Uji F)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara silmutan atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Pengujian dilakukan dengan uji F yaitu membandingkan antara F-hitung dengan F-tabel. Uji ini dilakukan dengan syarat :

- a) Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima yaitu variabel-variabel independen secara silmutan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak yaitu variabel-variabel independen secara silmutan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

6. Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi (*R Square*) digunakan untuk mengetahui besarnya variasi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis

regresi dengan data sampel.¹¹⁰ Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Jika nilai R^2 kecil, berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Namun apabila nilai R^2 mendekati satu, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel independen.¹¹¹

Semakin besar nilai R^2 semakin bagus garis regresi yang terbentuk. Sebaliknya semakin kecil nilai R^2 semakin tidak tepat garis regresi tersebut dalam mewakili data hasil observasi.¹¹² Selanjutnya untuk menganalisis data penelitian mulai uji validitas dan reliabilitas instrumen sampai dengan uji koefisien determinasi maka peneliti menggunakan *software* pengolahan data dengan SPSS 21

¹¹⁰ Suharyadi dan Purwanto S.K, *Statistika: untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*, (Jakarta: Salemba Empat, 2004), hal. 465

¹¹¹ Yudhi Wicaksono, *Aplikasi Excel dalam Menganalisis Data*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006), hal. 119-121

¹¹² Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2000), Cet. 3, hal. 259