

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dapat dilihat dari data yang diperoleh dalam penelitian ini bersifat kuantitatif yang berwujud angka-angka, di mana hasil perhitungan diproses dengan cara dijumlahkan, dibandingkan dan sebagainya. Penelitian kuantitatif bertumpu sangat kuat pada pengumpulan data berupa angka hasil pengukuran. Karena itu dalam penelitian ini, statistik memegang peran penting sebagai alat ukur untuk menganalisis jawaban masalah. jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih yang memiliki hubungan korelasi atau tidak.⁷⁶

Dalam penelitian ini bentuk hubungannya bersifat sebab akibat (kausal), yaitu hubungan yang bersifat mempengaruhi dua variabel atau lebih. Pendekatan jenis ini bertujuan untuk melihat apakah antara dua variabel atau lebih memiliki hubungan atau korelasi atau tidak.⁷⁷ 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. Dalam penelitian ini akan

⁷⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methode)*, (Bandung : Alfabeta, 2015), hal. 11.

⁷⁷Zainal Arifin, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Surabaya : Lentera Cendekia, 2009), hal.17.

dianalisis hubungan antara variabel Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Secara *Online*.

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipejari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁷⁸ Menurut Ali Mauludi, populasi merupakan gabungan sebuah individu atau objek yang menjadi objek dari suatu penelitian.⁷⁹ Populasi bukan hanya jumlah yang ada pada objek atau subjek, namun meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut.⁸⁰

Populasi yang menjadi obyek penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung angkatan tahun 2014-2017 yang berjumlah 4896 mahasiswa dari angkatan 2014 berjumlah 708 mahasiswa, angkatan 2015 berjumlah 1081 mahasiswa, angkatan tahun 2016 berjumlah 1369 mahasiswa dan angkatan tahun 2017 berjumlah 1738 mahasiswa, dimana baik yang sudah pernah membeli produk secara *online* maupun yang belum pernah melakukan pembelian. Dari sekian jumlah mahasiswa yang banyak maka peneliti hanya akan mengambil sampel beberapa dari jumlah populasi tersebut.

⁷⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi...* , hal.72

⁷⁹ Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistik 2*, (Jakarta : Alim's Publishing, 2016), hal 2.

⁸⁰ Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam : Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hal. 63

Sampling yaitu teknik yang digunakan untuk menentukan sampel penelitian.⁸¹ Teknik sampling terdiri dari dua macam yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota untuk dipilih menjadi anggota populasi. Sedangkan *non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang ditentukan oleh peneliti sendiri berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu, dengan tidak memberikan kesempatan yang sama pada anggota populasi yang dipilih menjadi sampel.⁸²

Dalam penelitian ini pengambilan sampel yang digunakan *simple random sampling* (sampel acak sederhana), alasannya karena rena *simple random sampling* ini memberikan kesempatan yang sama kepada setiap populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁸³ Dengan demikian maka peneliti memberi hak yang sama kepada subjek untuk memperoleh kesempatan (*chance*) dipilih menjadi sampel.⁸⁴ Teknik pengukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan dasar pengambilan sampel dari rumus Slovin, yaitu sebagai berikut:⁸⁵

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

⁸¹Nur Indrianto & Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2016), hal. 124.

⁸²*Ibid*, hal. 69.

⁸³Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen...*, hal. 176.

⁸⁴Suahrsimi Arikunto, *Prosedur suatu Penelitian: Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal 177.

⁸⁵Siregar Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2013), hal. 34.

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e^2 = Presentase kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan sampel yang masih dapat ditoleransi.

Data diperoleh dari bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, adapun jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tahun 2014-2017 ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Data Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

No.	Tahun Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1.	2014	708
2.	2015	1081
3.	2016	1369
4.	2017	1738
Jumlah		4896

Sumber: Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, 16 Mei 2018

Dalam penelitian ini, digunakan presentase 5% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga dengan mengikuti perhitungan tersebut dapat diketahui hasil :

Dengan rumus Slovin selanjutnya dapat dihitung:

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

$$n = \frac{4896}{(1 + 4896(0,05)^2)} = 399,9$$

$n = 399,9$ dibulatkan menjadi 400 .

Dari data jumlah populasi mahasiswa sebanyak 4896 maka akan diambil sampel dengan tingkat kesalahan 5% dengan hasil sebesar 399,9 tetapi karena subjek bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 400 sampel.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek mana data dapat diperoleh.⁸⁶ Agar penelitian mempunyai kualitas yang cukup tinggi, maka alat pengambilan datanya harus memenuhi syarat-syarat sebagai alat pengukuran yang baik. Syarat tersebut adalah :

- a) *Reliabilitas* atau Keteladanan, suatu alat pengukur yang menunjukkan keajegan hasil pengukuran sekiranya alat pengukur yang sama itu digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang berlainan.
- b) *Validitas* atau kesahihan, menunjukkan kepada sejauh mana alat pengukur apa yang dimaksud untuk diukur.⁸⁷

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data tersebut diperoleh. Sumber data dibagi menjadi dua yaitu :

- a) Sumber data primer, merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Dalam penelitian ini sumber data primernya diperoleh langsung dari penyebaran daftar pertanyaan kepada mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.

⁸⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, . . .hal 176.

⁸⁷Ahmad Tanzeh dan Suyitno, *Dasar-Dasar Penelitian*, (Surabaya : Lembaga Kajian Agama dan Filsafat, 2006), hal.19-20.

b) Sumber data sekunder, merupakan data yang diperoleh melalui wawancara kepada pihak lain melalui objek dan subjek yang akan diteliti dan mempelajari dokumen-dokumen tentang subjek dan objek yang diteliti. Untuk memperoleh data ini peneliti mengambil dari sejumlah buku, website dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Data yang penulis kumpulkan adalah data primer yaitu data yang didapat langsung dari sumber data pertama di Objek Penelitian.⁸⁸ Yaitu dengan memberikan angket atau kuesioner berupa pertanyaan atau pernyataan kepada responden yang sudah pernah bertransaksi secara *online*.

2. Variabel Penelitian

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

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

- 1) Promosi (X1), Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran. Promosi adalah suatu kegiatan bidang marketing yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk konsumen. Promosi *Online* dilakukan dengan menggunakan satu atau lebih

⁸⁸Burhan bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2005), hal. 122.

- media sosial untuk menghasilkan tanggapan, respon atau transaksi yang dapat diukur pada suatu lokasi, serta tanpa adanya kontak langsung atau tatap muka dengan penjual dan konsumen
- 2) Kualitas Produk (X2), kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, meliputi keandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan produk, serta atribut yang bernilai lainnya.

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Minat Beli (Y) merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan guna berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan 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.⁸⁹ Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁹⁰ Dalam penelitian ini, skala penilaian yang digunakan dapat dilihat pada gambar tabel berikut :

⁸⁹Sugiyono, *Metode Penelitian ...*, hal. 105.

⁹⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi,...* hal. 135.

Tabel 3.2 Skala Penilaian

No.	Keterangan	Nilai
1.	Sangat Setuju (ST)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan bagian yang paling penting dalam metode ilmiah. Pelaksanaan pengumpulan data dalam sebuah penelitian harus sesuai dengan metode yang telah direncanakan dan target data yang diperoleh harus sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Data yang baik merupakan keharusan dari suatu penelitian untuk mendapatkan hasil yang dapat dipercaya.⁹¹ Dalam pengumpulan data ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

a. Observasi

Menurut Cholid Narbuko dan Abu Achmadi observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.⁹² Observasi adalah cara untuk mengumpulkan data dengan mengamati atau mengobservasi objek

⁹¹Ahmad tanzeh, *Metodoogi*.... Hal. 19-20.

⁹²Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metode Penelitian*, (Jakarta PT. Bumi Aksara, 2010), hal. 83.

penelitian atau peristiwa baik berupa manusia, benda mati, ataupun alam.⁹³

b. Kuesioner

Kuesioner disebut juga angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi.⁹⁴ Menurut Rokhmat Subagiyo angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti mengajukan beberapa pertanyaan atau pernyataan kepada responden yang kemudian dijawab secara tertulis dan setelah semua pertanyaan sudah terjawab pertanyaan tersebut akan dikembalikan lagi kepada peneliti untuk dianalisis.⁹⁵

c. Studi Literatur

Studi literatur merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi tentang teori dan konsep yang erat hubungannya dengan permasalahan yang diteliti. Teori dan konsep dalam penelitian ini terkait dengan pengertian promosi, kualitas produk dan minat beli.

2. Instrumen Penelitian

Untuk menggunakan metode pengumpulan data yang telah ditentukan dibutuhkan alat yang dipakai untuk mengumpulkan data, alat itulah yang disebut sebagai instrumen. Instrumen penelitian menempati posisi teramat penting dalam hal bagaimana dan apa yang harus dilakukan untuk memperoleh data lapangan, instrument penelitian adalah bagian paling

⁹³*Ibid*, hal. 87.

⁹⁴*Ibid*, hal. 78.

⁹⁵Rokhmat Subagiyo, *Metode Peneletian . . .*, hal. 87.

rumit dari keseluruhan proses penelitian, pada dasarnya instrumen penelitian kuantitatif memiliki dua fungsi yaitu sebagai substitusi dan sebagai suplemen.⁹⁶ Penelitian ini menggunakan instrument berupa kuisioner 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.⁹⁷

Untuk mempermudah penyusunan instrumen peneliti, maka perlu digunakan kisi-kisi instrument, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.3 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Deskripsi	Indikator	Butir Pertanyaan
1	Promosi <i>Online</i> (X1) (Ristania & Jerry, <i>Jurnal of Business Strategy and Execution</i> : 2018) ⁹⁸	Promosi merupakan bentuk komunikasi yang digunakan untuk memberi informasi, mengajak atau mengingatkan seseorang mengenai produk/ jasa dengan maksud agar orang dapat menerimanya dan melakukan perbuatan sebagaimana seperti yang diharapkan oleh perusahaan/ pemasar	1. Jangkauan Promosi 2. Kuantitas update di media 3. Kualitas pesan	1. Saya menyukai strategi melalui media sosial karena jangkauan promosi sangat luas 2. Saya menyukai strategi promosi online karena dapat dikunjungi melalui media sosial yang ada saat ini 3. Promosi yang ditawarkan melalui media sosial sangat beragam 4. Update promosi yang diberikan oleh online shop selalu menampilkan model baru sesuai trendnya 5. Penyampaian informasi yang di posting oleh online shop begitu jelas dan mudah dipahami 6. Postingan berbagai online

⁹⁶ Burhan Bungin, *Metodologi*.... hal. 94-95.

⁹⁷ Husain, Usman & Setyadi, Purnomo, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008.), hal. 65.

⁹⁸ Novia Ristania dan Jerry Justianto, *Analisis Pengaruh Harga ...*, hal. 7.

				shop berupa gambar/ foto sangat menarik dan inovatif
2	Kualitas Produk (X2) (Fandy Tjiptono, 2008) ⁹⁹	Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, meliputi keandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan produk, serta atribut yang bernilai lainnya	1.Kinerja/ <i>performance</i>	7. Online shop menawarkan atau menjual produk yang menarik
			2. Fitur/ <i>Feature</i>	8. Online shop menjual produk yang sangat bervariasi jenis dan modelnya
			3.Kehandalan/ <i>Reability</i>	9. Online shop menjual produk yang memiliki kualitas pembuatan/ produksi yang baik
			4.Kesesuaian/ <i>Comformance</i>	10. Online shop menjual produk yang desain dan kemasannya memenuhi harapan dan keinginan anda
			5.Daya tahan/ <i>Durability</i>	11. Produk yang dijual di online shop memiliki tingkat umur ekonomis (tahan lama) sesuai dengan yang anda harapkan
			6.Kemampuan diperbaiki/ <i>Service Abliity/ layanan</i>	12. Penjual di online shop selalu memberikan peayanan yang terbaik untuk anda
			7.Keindahan/ <i>Aesthetic</i>	13. Di online shop produk yang dijual adalah produk yang kekinian sesuai dengan harapan dan keinginan anda
			8.Persepsi kualitas/ <i>Perceived quality</i>	14.Online shop menawarkan produk dengan berbagai pilihan merek dan kualitas yang sesuai kebutuhan dan keinginan anda
3	Minat Beli (Y) (Augusty Ferdinand, 2006) ¹⁰⁰	Minat beli merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek	1.Minat Transaksional	15. Saya terdorong untuk memebeli berbagai produk di online shop karena melihat berbagai testimoni dan promosi di media sosial
				16. Online shop dengan media sosial menjadi tempat

⁹⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran...*, hal 25-26.

¹⁰⁰ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen...*, hal.129.

		tertentu		yang tepat untuk mencari atau membeli produk sesuai kebutuhan dan keinginan anda
			2.Minat referensial	17. Saya akan berbagi pengalaman berbelanja online kepada orang lain 18. Saya akan mengajak teman untuk membeli berbagai produk di online shop
			3.Minat Preferensial	19. Saya mencari/ membeli di online shop dengan respon pelayanan yang cepat 20. Saya membaca komentar orang lain sebelum membeli di online shop tersebut
			4.Minat Eksploratif	21. Saya membandingkan produk dari bebrbagai online shop yang ada 22. Penagalaman orang lain mempengaruhi saya dalam membeli produk secara online

E. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif analisis data merupakan kegiatan setelah seluruh data dari responden terkumpul. Kegiatan analisis data ini mengelompokkan data berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diujikan.¹⁰¹

Setelah data penelitian dari responden sudah terkumpul, setelah itu akan dilakukan analisis data dengan menggunakan:

¹⁰¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2007), hal.. 142.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya..¹⁰² Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran. Validitas data penelitian ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat. Maka esensi dari validitas adalah akurasi.

Suatu instrumen pengukur dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Ketentuan dalam validitas instrumen shahih apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Teknik korelasi yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini adalah *Pearson's Product Moment Correlation*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total. Dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

¹⁰²Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007), hal. 89.

Apabila nilai koefisien yang diuji lebih besar dari r tabel sebesar (0.5) atau taraf signifikan 5%, maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrument adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Cara menghitung tingkat reliabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai alpha *Cronbach* 0,0 s.d 0,20, berarti kurang reliabel
- 2) Nilai alpha *Cronbach* 0,21 s.d 0,40, berarti agak reliabel
- 3) Nilai alpha *Cronbach* 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliabel
- 4) Nilai alpha *Cronbach* 0,61 s.d 0,80, berarti reliabel
- 5) Nilai alpha *Cronbach* 0,81 s.d 1,00, berarti sangat reliabel

Menurut Nugroho, reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Alpha Cronbach's* > dari 0.60. Dan Sayuthi menyatakan, kuesioner yang dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien alpha yang lebih besar dari 0.60. Jadi pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan

instrumen berkaitan dengan keajegan dan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.¹⁰³

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.¹⁰⁴ Uji ini diperlukan karena semua perhitungan *statistic parametric* memiliki asumsi normalitas sebaran. Jika data berdistribusi normal maka digunakan uji statistik parametric. Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal maka digunakan uji statistik non parametik. Dalam mendeteksi normalitas data menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*. Pengambilan keputusan digunakan pedoman jika nilai Sig. < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Sebaliknya jika nilai Sig. > 0,05 maka data berdistribusi normal.

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.¹⁰⁵ Karena jika hal itu terjadi maka sulit sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Diantara variabel independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka

¹⁰³ Agus Eko SUjianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hal. 96.

¹⁰⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 3*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hal. 147.

¹⁰⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, hal. 95.

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.¹⁰⁶

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi.¹⁰⁷

d. Uji heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heterokedastisitas pada umumnya sering terjadi pada pada model-model *cross section* daripada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan *time series* bebas dari heterokedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heterokedastisitas jika: (1) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola; (2) titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar

¹⁰⁶Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik..*, hal. 79.

¹⁰⁷Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: BP Universitas Diponegoro, 2011), hal. 110.

angka 0; serta (3) titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.¹⁰⁸

Uji heterokedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki variance yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Untuk mengetahui adanya gejala ini maka dapat dilakukan dengan menggunakan uji Gletjser.¹⁰⁹

e. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen.¹¹⁰ Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi berganda (*Multiple regresional analisis*). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (*Independent*) yaitu: Promosi (X1), Kualitas produk (X2), terhadap variabel terikat (*Dependent*) Minat Beli secara *Online* (Y). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Keterangan:

Y = Minat beli secara *Online*

X1 = Promosi

X2 = Kualitas produk

¹⁰⁸Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, hal. 36.

¹⁰⁹Hesti Ratnaningrum, *Pengaruh Promosi, Harga, dan . . .* hal. 80.

¹¹⁰Ferdinand Agusty, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro, 2006), hal. 198.

b_1, b_2 = Koefisien regresi

3. Uji Hipotesis

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

a. Uji-t (Parsial)

Untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Uji ini dilakukan dengan syarat apabila t hitung $>$ dari t tabel maka H_0 diterima yaitu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila t hitung $<$ dari t tabel maka H_0 ditolak berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji T digunakan untuk menguji hipotesis :

- 1) Terdapat pengaruh signifikan antara Promosi (X1) terhadap Minat Beli secara *Online* (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung.
- 2) Terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk (X2) terhadap Minat Beli secara *Online* (Y) mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

b. Uji F (Simultan)

Untuk mengetahui apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat.

- 1) Apabila F_{hitung} lebih kecil dari F_{tabel} maka H_0 ditolak, artinya masing-masing variabel Promosi dan Kualitas produk tidak berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli secara *Online*.
- 2) Apabila F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel Promosi dan Kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli secara *Online*.

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat yang dilihat melalui Adjust R. Semakin besar angka R^2 maka semakin baik model yang digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika R^2 semakin kecil berarti semakin lemah model tersebut untuk menjelaskan dari variabel terikatnya.¹¹¹

¹¹¹Ghozali, *Aplikasi Analisis Statistik Multivariant dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2007), hal. 87.