

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian

##### 1. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).<sup>62</sup> Penelitian Atau bisa disebut juga dengan penelitian kuantitatif apabila penemuan-penemuan yang dihasilkan didapat/ diraih dengan cara atau prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).<sup>63</sup> 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.<sup>64</sup> Mengapa menggunakan pendekatan kuantitatif karena data diwujudkan dalam bentuk angka dan dianalisis berdasarkan analisis statistik guna untuk menunjukkan pengaruh pengambilan keputusan pembelian *notebook* Acer pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

---

<sup>62</sup> Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm. 11

<sup>63</sup> Rokhmad Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Alim's Publishing), hlm.14.

<sup>64</sup> Ahmad Tanzeh dan Suyitno, *Dasar-Dasar Penelitian*, (Surabaya: Lembaga Kajian Agama dan Filsafat (elKAF), 2006), hlm. 45.

## 2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.<sup>65</sup> Terdapat tiga bentuk hubungan yaitu hubungan simetris, hubungan kausal dan hubungan interaktif.<sup>66</sup> Bentuk hubungan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal, dimana untuk mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Yaitu pengaruh variabel atribut produk, variabel ekuitas merek, dan variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian *notebook* Acer Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Tulungagung.

### B. Populasi, Sampel Penelitian dan Teknik *Sampling*

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>67</sup> Jadi populasi bukan hanya jumlah yang ada pada

---

<sup>65</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)...*, hlm. 11.

<sup>66</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Penerbit Alfabet, 2008). hlm. 57-59.

<sup>67</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2012) hlm. 119

obyek atau subyek, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek tersebut.

Adapun objek penelitian ini adalah *notebook* Acer. Sedangkan subjek penelitian ini adalah Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung memakai *notebook* Acer. Mengingat pada penelitian ini hanya memilih sebagian dari populasi maka cara pengambilan data menggunakan teknik sampling yang merupakan wakil dari yang akan diteliti.

## 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data di mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi.<sup>68</sup> Dalam penelitian ini respondennya adalah mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung memakai *notebook* pada saat pengumpulan data melalui kuesioner. Berkenaan dengan penentuan jumlah responden yang akan dijadikan sampel guna mewakili keseluruhan mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung memakai *notebook* Acer, peneliti berpedoman berdasarkan pendapat Solvin yang memberikan saran tentang menghitung jumlah sampel dengan rumus sebagai berikut:<sup>69</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

---

<sup>68</sup> *Ibid.*, hlm. 30

<sup>69</sup> Umar H, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 49.

Dimana:

$n$  = sampel

$N$  = populasi

$e$  = perkiraan tingkat kesalahan<sup>70</sup>

Dalam penelitian ini, digunakan persentase 10% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga berdasarkan rumus tersebut jumlah sampel dari populasi sebanyak :

**Tabel 3.1**  
**Populasi Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung**

Nomor	Jurusan	Jumlah
1	Akuntansi Syariah	<b>506</b>
2	Ekonomi Syariah	<b>2.169</b>
3	Perbankan Syariah	1.804
4	MBS	179
5	MKS	166
6	MZW	122
<b>Total</b>		<b>4.949</b>

Sumber : Data TU FEBI 2017

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{4949}{1+4949(0,1)^2}$$

$$n = \frac{4949}{50,49}$$

$$n = 98,01$$

<sup>70</sup> Syofiyani Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 34.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dengan jumlah populasi 4.949 mahasiswa maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 98,01 namun karena subjek bukan bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 100 responden.

### 3. Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* merupakan metode atau cara menentukan sampel dan besar sampel. Teknik pengambilan *sampling* adalah suatu cara mengambil sampel yang representatif dari populasi.<sup>71</sup> Representatif maksudnya sampel yang diambil benar-benar mewakili dan menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya. Untuk menentukan besarnya sampel yang akan diambil dari populasi yang ada, kita dapat menggunakan teknik *sampling* yang ada.

Dalam penelitian ini menggunakan *Probability Sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Simple Random Sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana), karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.<sup>72</sup>

### C. Sumber dan Jenis Data, Variabel Penelitian, dan Skala Pengukuran

---

<sup>71</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 24

<sup>72</sup> *Ibid.*, hlm. 122

## 1. Sumber dan Jenis Data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta atau juga dapat didefinisikan data merupakan kumpulan fakta atau angka atau segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannya sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik suatu kesimpulan.<sup>73</sup> Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sumber data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat obyek penelitian dilakukan.<sup>74</sup> Dalam penelitian ini sumber data primernya diperoleh langsung dari penyebaran daftar pernyataan kepada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung memakai *notebook* Acer sebagai obyek yang dipilih.

## 2. Variabel Penelitian

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.<sup>75</sup> Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu : (a) Variabel Bebas (*Independent Variable*) . Variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab atau

---

<sup>73</sup> Syofiyani Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 16

<sup>74</sup> *Ibid.*, hlm. 16

<sup>75</sup> *Ibid.*, hlm. 64

merubah/mempengaruhi variabel lain (*variabel dependent*).<sup>76</sup> Variabel bebas dalam penelitian ini adalah atribut produk (X1), ekuitas merek (X2), dan kualitas produk (X3); (b) Variabel Terikat (*Dependent Variable*). Variabel dependent merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas).<sup>77</sup> Variabel ini juga sering disebut variabel terikat, variabel respon atau endogen. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung memakai *notebook Acer*.

### 3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.<sup>78</sup> Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif. Skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*, yaitu skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu obyek atau fenomena tertentu. Fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang

---

<sup>76</sup> Syofiyon Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 10

<sup>77</sup> *Ibid.*, hlm. 10

<sup>78</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 135

selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.<sup>79</sup> Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan *skala Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, dengan 5 alternatif jawaban sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**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. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder, dalam suatu penelitian pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting, karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.<sup>80</sup> Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah (a) Metode angket atau kuesioner. Dalam penelitian ini penulis menggunakan angket atau kuesioner untuk mencari data langsung dari Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung yang diambil sebagai sampel. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data primer faktor-faktor yang mempengaruhi

<sup>79</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis ...*, hlm.107

<sup>80</sup> Syofiyani Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 17



keputusan pembelian.; (b) Metode dokumentasi. Metode ini merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen baik tertulis, gambar maupun elektronik. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti mengumpulkan benda-benda tertulis seperti buku-buku, data-data tentang jumlah Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

## 2. Instrumen Penelitian

Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap fenomena sosial maupun alam. Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.<sup>81</sup> Dari variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasional dan kemudian ditentukan indikator yang akan diukur. Indikator-indikator tersebut dijabarkan menjadi butiran-butiran pernyataan atau pertanyaan. Untuk memudahkan penyusunan instrument, maka perlu digunakan kisi-kisi instrument.<sup>82</sup>

Penelitian ini, penelitian yang menggunakan instrument berupa angket atau kuisisioner dengan menggunakan skala *likert* dengan 5 opsi jawaban. Skala *likert* merupakan skala yang paling terkenal dan sering digunakan dalam penelitian karena pembuatan relatif lebih mudah dan tingkat reliabilitasnya tinggi.<sup>83</sup> Untuk mempermudah

---

<sup>81</sup> Sugiyono, 2014. *Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 148

<sup>82</sup> Umam H, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 103.

<sup>83</sup> Husain, Usman & Setyadi, Purnomo, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi

penyusunan instrumen penelitian, maka perlu digunakan kisi-kisi instrumen yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Instrumen penelitian**

No	Variabel	Indikator	Deskriptor
1.	Atribut produk (X1) (Koler; 2009)	Kualitas produk	1. Melakukan fungsi <i>software</i> dengan baik 2. Memori lebih besar dan prosesor lebih tangguh
		Desain produk	1. Warna bervariasi 2. Desain elegan
		Fitur produk	1. Aplikasi mendukung <i>active notification</i> . 2. Memiliki banyak koleksi game
2	Ekuitas Merek (X2) (David; 2013)	Kesadaran merek	1. Memilih produk karena dikenal masyarakat luas/ merek terkenal 2. Produk ini lebih unggul daripada merek lain
		Asosiasi merek	1. Memiliki kesan baik terhadap produk 2. Dapat mengingat dengan baik merek tersebut
		Loyalitas merek	1. Tetap memilih produk 2. Tidak beralih ke produk lain
		Persepsi merek	1. Lebih unggul dari produk lain 2. Kualitas sesuai harapan
3	Kualitas Produk (X3) (Kotler; 2005)	Performa	1. Fungsi sistem stabil dan irit baterai 2. Memberikan kenyamanan secara maksimal
		Keitimewaan	1. Memiliki fitur aplikasi yang lengkap 2. Harga lebih terjangkau
		Keandalan	1. Tidak ada kendala saat sistem dijalankan 2. Mudah diperbaiki ketika ada kerusakan

		Kesesuaian	1. Awet digunaka bertahun-tahun
4	Keputusan Pembelian (X4) (Kotler; 2002)	Pemilihan produk	1. Terkenal bagus
		Pemilihan merek	1. Fitur memenuhi kebutuhan 2. Popularitas merek
		Penentuan waktu pembelian	1. Ketika <i>notebook</i> rusak 2. Ketika ingin mendapat fitur terbaru dan desain terbaru
		Metode pembayaran	1. Menggunakan produk atau jasa

### E. Teknik 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, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>84</sup> 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.<sup>85</sup>

Setelah itu data penelitian berupa jawaban responden yang sudah terkumpul akan dilakukan analisis data dengan menggunakan:

<sup>84</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 199

<sup>85</sup>Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi...*, hlm. 184

## 1. Uji Kualitas Data

### a. Uji Validitas

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. Uji validitas dimaksud untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Suatu instrument pengukur dikatakan valid apabila instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti.<sup>84</sup>

Ketentuan dalam validitas instrumen shahih apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Instrumen dapat dikatakan valid jika nilai  $r$  hitung  $> r$  table, sebaliknya jika  $r$  hitung  $< r$  table maka instrument tersebut tidak valid. Nilai  $r$  dengan taraf signifikansi 5%.

### b. Uji Reliabilitas

Konsep reliabilitas dapat dipahami melalui ide dasar konsep tersebut yaitu konsistensi. Reliabilitas instrument adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala

*Alpa Cronbach's* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat di interpretasikan 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.<sup>86</sup>

## 2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.<sup>87</sup> 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.

---

<sup>86</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hlm. 96.

<sup>87</sup> *Ibid*..., hlm. 147

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.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. 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.<sup>88</sup> 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 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.<sup>89</sup>

#### b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya.<sup>90</sup> Pada penelitian ini menggunakan data

<sup>88</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, hlm. 95

<sup>89</sup> *Ibid.*, hlm. 79

<sup>90</sup> Sigih Santoso, *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI: Menggunakan SPSS untuk Statistik Multivariat...*, hlm. 144.

primer sehingga tidak adanya uji autokorelasi di dalamnya, karena uji autokorelasi digunakan untuk data sekunder yaitu merupakan data *time series* atau runtut waktu.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Masalah heteroskedastisitas umum terjadi pada data silang (*crosssection*) dari pada data runtut waktu (*time series*). Sedangkan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas, jika terjadi dapat menyebabkan penaksir atau estimator menjadi tidak efisien dan nilai koefisien determinasi akan menjadi sangat tinggi. Tidak dapat 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 diatas atau dibawah saja.<sup>91</sup>

4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi untuk meramalkan variabel dependen jika variabel independen dinaikkan atau diturunkan.<sup>92</sup> Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien regresi untuk masing-masing variabel

<sup>91</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, hlm. 36.

<sup>92</sup> Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi (Teori dan Aplikasi)*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 120.

dependen dengan satu persamaan. Setelah data penelitian berupa jawaban responden atas angket yang dibagikan dikumpulkan, selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis regresi. Adapun model dasarnya dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = Minat Beli Menggunakan *E-Commerce*

a = Konstanta persamaan regresi

$b_1 - b_3$  = Koefisien korelasi ganda

$X_1$  = Kemudahan Penggunaan

$X_2$  = Daya Tarik Iklan

$X_3$  = Kepercayaan

e = *error of term*.<sup>93</sup>

#### 5. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) didapat dari hasil regresi ;inier berganda yang menunjukkan seberapa besar variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel-variabel bebasnya. 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.<sup>94</sup>

#### 6. Uji Hipotesis

---

<sup>93</sup> *Ibid* ..., hal 47

<sup>94</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate...*, hlm. 87.



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 memengaruhi variabel dependen secara signifikan. Uji ini dilakukan dengan syarat apabila  $t_{hitung} >$  dari  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima yaitu variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila  $t_{hitung} <$  dari  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji T digunakan untuk menguji hipotesis penelitian:

- 1) Terdapat pengaruh signifikan atribut produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) *notebook* Acer pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.
- 2) Terdapat pengaruh signifikan ekuitas merek (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) *notebook* Acer pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.
- 3) Terdapat pengaruh kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) *notebook* Acer pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

b. Uji F (Simultan)

Untuk mengetahui apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan syarat, apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima sehingga variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak sehingga variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.