

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Monstrack Original Galaxy Bekasi pada bulan Maret 2022 sampai dengan Agustus 2022, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel dibawah ini.

**Tabel 3.1 Jadwal Penelitian**

Kegiatan	Maret				April				Mey				Juni				Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Observasi awal																								
Pengajuan izin penelitian																								
Persiapan instrumen penelitian																								
Pengumpulan data																								
Pengolahan data																								
Analisis dan evaluasi																								
Penulisan laporan																								
Seminar hasil penelitian																								

Sumber: Rencana Penelitian (2022)

#### 3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Maksud penelitian survey untuk penjajagan (*explorative*), deskriptif, penjelasan (*explanatory atau confirmatory*), evaluasi, prediksi atau peramalan, penelitian operasional dan pengembangan indikator-indikator sosial. Metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan koesioner, tes, wawancara dan sebagainya.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Banyak para ahli menjelaskan pengertian tentang populasi. Salah satunya Sugiono (2021:126) mengatakan bahwa:

“Populasi adalah wilayah geeralisasi yang terdiri atas obyek/subyek untuk mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanyan orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi juga meliputi seluruh jumlah karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau subyek itu”.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan Monstrack Original Galaxy. Menurut data dari Monstrack Original Galaxy Bekasi selama dua tahun terakhir adalah mencapai sekitar 450 pengunjung. Oleh sebab itu dalam penelitian ini digunakan angka.

#### **3.3.2 Sampel**

Sejalan dengan pengertian populasi, banyak juga ahli yang mendefenisikan pengertian tentang sampel. Sugiono (2021:128) mengatakan bahwa:

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil pada populasi itu. Apa yang dipelajari dari populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili)”.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Hal ini berarti bahwa sampel mewakili populasi. Guna menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini,peneliti menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang lebih dikenal dengan istilah Rumus Slovin,Sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

d<sup>2</sup> = Presisi yang ditetapkan ( dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

sumber: Sujarweni (2018:110)

Dengan demikian maka jumlah sampel sebanyak:

$$n = \frac{450}{(450) \times (0,1)^2 + 1} = 81,8181 \text{ (dibulatkan menjadi 100 responden)}$$

Untuk mempermudah perhitungan dalam penelitian ini, ditetapkan sebanyak 100 responden. Guna mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi penelitian diatas, maka peneliti akan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *accidental* bertemu peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiono, 2021:113).

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data sebenarnya dapat dilakukan dengan beberapa cara. Sugiono (2021:194) mengatakan bahwa:

“Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrumen yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya”.

Selanjutnya perlu peneliti sampaikan bahwa dalam melakukan penelitian ini, bahwa penulis pengumpulan data premier. Data premier adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, juga data sekunder yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen (Sugiono,2021:194). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan menurut (Sugiono,2021:199) adalah:

1. Kuesioner (Angket)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

2. Observasi (Pengamatan)

Teknik pengumpulan data lainnya yang digunakan dengan observasi. Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka tidak terbatas pada orang tetapi juga objek-objek alam lainnya.

### **3.5 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel (Sujarweni 2018:98). Dengan demikian maka peneliti akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator sebuah kuesioner. Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terkait (*dependent variable*).

### **3.6 Variabel bebas**

Variabel bebas (*independent variable*) atau yang biasa disebut dengan variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variabel*) atau yang biasa disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas yaitu Harga, Kualitas Produk, dan promosi, yang peneliti definisikan sebagai berikut:

## **1. Harga (X1)**

Menurut Etzel dalam Abu Bakar (2018:39-40), bahwa *“price is the amount of money and/or other item utility needed to acquire a produk. Recall that utility is an attribute with the potential to satisfy want”*.

Dari definisi harga tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Menurut Kotler dalam Indrasari (2019:42-43) terdapat lima indikator harga yaitu:

a. Ketergantungan harga

Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar yang dipilih.

b. Kesesuaian Harga dengan kualitas produk

Kualitas produk menentukan besarnya harga yang ditawarkan kepada konsumen.

c. Daya saing harga

Harga yang di tawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata dari pesaing.

d. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.

e. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan

Ketika harga tidak sesuai dengan kualitas dan konsumen tidak mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi, konsumen akan cenderung mengambil keputusan untuk melakukan pembelian lagi. Sebaliknya jika harga sesuai, konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli.

## **2. Kualitas Produk (X2)**

Menurut Gavin dalam Indrasari (2019:54) Kualitas adalah kondisi dimanis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah sehingga kualitas produk juga harus berubah

atau disesuaikan. . Menurut Tjiptono dalam Firmansyah (2019:60) Indikator kualitas produk sebagai berikut:

1. Performa (*performance*)

Berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk.

2. Keistimewaan (*features*)

Merupakan aspek kedua dari performansi yang menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan dari pengembangnya.

3. Keandalan (*reliability*)

Berkaitan dengan kemungkinan suatu produk berfungsi secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.

4. Konformasi (*conformance*)

Berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.

5. Daya Tahan (*durability*)

Merupakan ukuran masa pakai suatu produk karakteristik ini berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.

6. Estetika (*aesthetics*)

Merupakan karakteristik mengenai keindahan yang bersifat subjektif, berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi profesi atau pilihan individual.

### **3. Promosi (X3)**

Menurut Hamdani dalam Sunyoto (2017:154), promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Menurut Kotler dan Keller dalam Dharmesta (2019:517) terdapat beberapa indikator yaitu:

1. Jangkauan Promosi

Jangkauan Promosi yaitu jumlah promosi yang dilakukan oleh perusahaan dalam waktu tertentu melalui media promosi yang tersedia.

2. Kualitas promosi

Kualitas Promosi yaitu tolak ukur yang menjadi acuan penilaian dari promosi yang telah dilakukan.

3. Kuantitas promosi

Penilaian yang diberikan konsumen dari promosi yang telah dilakukan.

4. Waktu promosi

Waktu promosi yaitu jangka waktu promosi yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

**4. Variabel Terikat**

Variabel terikat (dependent variable) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam hal ini variabel bebas (independent variable). dalam penelitian ini menurut Assael dalam Sihombing dan Dewi (2019:137), minat beli adalah kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.

Menurut Ferdinand dalam Sihombing dan Dewi (2019:140), minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Minat Transaksional, yaitu cenderung seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat Refrensial, yaitu cenderung seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat Prefensial, yaitu minat yang menggambarkan prilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.
- d. Menurut Eksploratif, minat ini menggambarkan prilaku seseorang yang selalu mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

**Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel**

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Harga (X1)	Harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor produksi. Malau (2018:126)	1.Ketergantungan harga. 2.Kesesuaian Harga dengan kualitas produk 3.Daya saing harga 4.Kesesuaian harga dengan manfaat 5.Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan. Menurut Kotler dalam indrasari (2019:42-43)	Skala Likert
Kualitas Produk (X2)	Kualitas adalah kondisi dimanis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas,serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah sehingga kualitas produk juga harus berubah atau disesuaikan. Menurut Gavin dalam Indrasari (2019:54)	1.Performa (performance) 2.Keistimewaan (features) 3.Keandalan (reliability) 4.Konformasi (conformance) 5.Daya Tahan (durability) 6.Estetika ( aesthetics). Menurut Tjiptono dalam Firmansyah (2019:60)	Skala Likert
Promosi (X3)	Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen,melaikan juga	1. Jangkauan Promosi 2. Kualitas promosi 3. Kuantitas promosi 4. Waktu promosi Menurut Kotler dan Keller dalam Dharmesta (2019:517).	Skala Likert



	<p>sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan produksesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.</p> <p>Hamdani dalam Sunyoto (2017:154),</p>		
Minat Beli (Y)	<p>Minat beli adalah kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.</p> <p>Assael dalam Sihombing dan Dewi (2019:137).</p>	<p>1.Minat Transaksional</p> <p>2. Minat Refrensial</p> <p>3. Minat Prefensial</p> <p>4.Menurut Eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.</p> <p>Ferdinand dalam Sihombing dan Dewi (2019:140).</p>	Skala Likert

### 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah digunakan sebelumnya. Data-data yang telah dikumpulkan akan diolah sehingga bisa diambil kesimpulannya sesuai dengan uji yang akan digunakan nantinya. Pada akhir kesimpulan itulah nantinya akan diketahui bagaimana pengaruh antara pengaruh variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

#### 3.7.1 Skala dan Angka Penafsiran

Seperti yang telah disampaikan sebelumnya, bahwa dalam penelitian ini akan digunakan kuesioner. Adapun penelitian dengan menggunakan skala likert, dimana setiap jawaban instrument dibuat menjadi 5 (lima) gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata seperti:

Sangat Setuju ( Skor 5)

b. Setuju ( Skor 4)

c. Netral ( Skor 3)

- d. Tidak Setuju ( Skor 2)
- e. Sangat Tidak Setuju ( Skor 1)

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sebagai menghasilkan kesimpulan.

Guna menentukan hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengelola data mentah yang akan dikelompok-kelompokan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada dalam pernyataan tersebut. Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti pada tabel dibawah ini:

$$\begin{aligned}
 \text{Interval angka penafsiran} &= (\text{skor tertinggi}-\text{skor terendah})/n \\
 &= (5-1)/5 \\
 &= 0,80
 \end{aligned}$$

**Tabel 3.3 Angka Penafsiran**

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00-1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81-2,60	Tidak Setuju
2,61-3,40	Ragu-ragu
3,41-4,20	Setuju
4,21-5,00	Sangat Setuju

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (Data diolah)

Adapun Rumus penafsiran yang digunakan adalah:

$$M = \frac{\sum f(x)}{n}$$

Keterangan:

- M = Angka penafsiran
- F = Frekuensi jawaban
- X = Skala nilai
- n = Jumlah seluruh jawaban

### 3.7.2 Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih ( $X_1$ ), ( $X_2$ ), ( $X_3$ ), ( $X_n$ ) dengan satu variabel ( $Y$ ) terikat (Sujarweni, 2018:140). Guna menguji beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan mode matematika sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat ( pembelian)
- A = Intersep (titik potong sumbu Y)
- $b_1...b_3$  = Koefisien regresi ( konstanta)  $X_1, X_2, X_3$
- $X_1$  = Harga
- $X_2$  = Kualitas produk
- $X_3$  = Promosi
- e = Standar eror

Sumber: Sujarweni (2019:227)

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus diatas melainkan dengan menggunakan Statistical Program For Social Science (SPSS). Khusus penelitian ini penelitian akan menggunakan metode enter. Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini penelitian akan menggunakan teknik analisis data yang sudah tersedia selama ini. Pertama, dilakukan uji

kuantitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolieritas, dan uji heteroskedatitas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji T (Uji Persial), uji F ( Uji Simultan) dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

### 3.7.3 Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrument kuesioner harus dilakukan pengajuan kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan valid dan reliable atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

#### 1. Uji Validitas

Uji kualitas data pertama yang harus dilakukan adalah uji validitas. Berkaitan dengan uji validitas. Sugiono (2021:361) menyatakan bahwa :

“ Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antar dua data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian”. Guna menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari herga kolerasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkolerasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap butir dengan rumus pearson product moment, yaitu:

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total yang diperoleh subjek seluruh item
- $\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- N = Banyaknya responden

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus diatas melainkan dengan menggunakan Statistical Program for Social Science (SPSS). Guna melihat valid atau tidaknya bukti pernyataan kuesioner, maka kolom yang dilihat adalah kolom Corrected item-Total Correlation pada tabel item-total Statistics hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut.

Dikatakan valid jika R hitung > R tabel.

## 2. Uji reliabilitas

Setelah semua butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data kedua yaitu data reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi butir pernyataan. Bukti pernyataan dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan selalu konsisten. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya. Bukti pernyataan kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika bukti pernyataan tersebut dinyatakan konsisten digunakan berkali-kali diwaktu yang berbeda. Dalam uji reliabilitas digunakan teknik *alpha cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Nilai Reliabilitas

$\sum S_i$  = Jumlah variabel ekor setiap item

$S_t$  = Varians total

$k$  = Banyak butir pertanyaan

sumber: Sujarweni (2019:110)

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliabel tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus diatas melainkan dengan menggunakan statistic program For Social Science (SPSS). Guna untuk melihat reliabel atau tidaknya pernyataan kuesioner maka dapat dilihat cronbach's alpha yang tertera pada tabel reliability statistic hasil hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Jika nilai Cronbach's Alpha tersebut lebih

besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua instrument yang digunakan dalam penelitian ini handal (reliabel) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

#### 3.7.4 Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi linier berganda khususnya yang berbasis Ordinary least Square (OLS). Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian antara lain meliputi : (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, (4) uji autokorelasi, (5) uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

##### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menguji *kolmogorov smirnov* satu arah. pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi norma atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikan  $>0,05$  maka variabel distribusi normal dan sebaliknya jika signifikan  $<0,05$  maka variabel tidak berdistribusi normal (Ghozali dalam Sujarweni, 2019:225).

##### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana suatu varians dan kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua variabel bebas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji hereroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Glejer yaitu dengan menguji tingkat signifikannya. Pengujian ini dilakukan untuk merespon variabel x sebagai variabel independen dengan *nilai absolut unstandardiset* residual regresi sebagai variabel dependen. Apabila level dibawah signifikan hasil uji diatas level signifikan ( $r > 0,05$ ) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila level dibawah signifikan ( $r < 0,05$ ) berarti terjadi heteroskedastisitas (Ghozali dalam Sujarweni,2019:226).

Dalam penelitian ini menggunakan SPSS dengan pendekatan grafik yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* yaang dihasilkan SPSS tersebut. jika tidak terjadi heteroskedastisitas maka titik-titik yang akan menyebar secara acak dan tidak membentuk

sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y dan kanan maupun kiri angka nol sumbu x.

### 3. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas berarti ada hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang independen dari model yang ada. Akibat adanya multikolinieritas ini koefisien regresi tidak tertentu dan kesalahan standarnya tidak terhingga. Hal ini akan menimbulkan bias dalam spesifikasi. Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan kolerasi antar variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas (Ghozali dalam Sujarweni,2019:226-227).

Metode untuk menguji adanya multikolinieritas ini dapat dilihat dari tolerance value atau variance inflation factor (VIF). Batas dari tolerance >0.1 atau nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

#### 3.7.5 Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi dan uji T (uji persial).

##### 1. Uji Serempak/ Simultan (uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama(simultan) terhadap variabel terikatnya. Guna mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak, dapat digunakan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

Fhitung = Nilai F yang dihitung

R<sub>2</sub> = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

sumber: Rangkuti (2017:165)

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan Statistical Program For Social Science (SPSS). Caranya dengan melihat nilai-nilai yang tertera pada kolom F pada tabel Anova hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : \beta_i = 0$  ; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

$H_a : \beta_i \neq 0$  ; artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variasinya dapat diperoleh dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada taraf  $\alpha = 0.05$  dengan ketentuan:

a.  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa harga, kualitas produk, dan promosi secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

b.  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa harga, kualitas produk dan promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

## 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengajuan koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur presentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar nol sampai dengan satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ) yang berarti bahwa  $R^2 = 0$  berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila  $R$  mendekati satu menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien ( $R^2$ ) dapat dilihat pada kolom Adjusted  $R^2$  Square pada tabel model Summary hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

## 3. Uji Parsial (uji T)



Uji T bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat secara individu (persial). Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b}{se}$$

Keterangan:

$T_{hitung}$  = Nilai T

b = Koefisien regresi X

se = Standar error koefisien regresi X

Sumber : Rangkuti (2017:166)

Adapun bentuk pengujiannya adalah :

a.  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$

Artinya variabel bebas yang diteliti secara persial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

b.  $H_a : \text{minimal satu } \beta_i \neq 0 \text{ dimana } i = 1,2,3$

Artinya variabel bebas yang diteliti secara persial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

Uji T dilakukan dengan cara membandingkan t hitung dengan tabel pada taraf nyata 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan ketentuan sebagai berikut:

a.  $T_{hitung} < T_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Artinya variabel harga, kualitas produk, dan promosi secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

b.  $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Artinya variabel harga, kualitas produk, dan promosi secara individu (persial) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.