

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220. Alasan peneliti memilih tempat tersebut karena, berdasarkan dengan survei awal yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk mengetahui keputusan pembelian pada pengguna iPhone yang studi dilakukan pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, dengan pengaruh kualitas produk, citra merek, dan gaya hidup yang dirasakan oleh konsumen.

3.1.2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu selama 5 (lima) bulan yang dimulai dari bulan Februari sampai dengan bulan Juni 2021. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan tidak terlalu padat, sehingga dapat mempermudah peneliti untuk melakukan penelitian.

3.2. Desain Penelitian

3.2.1. Metode

Menurut Sugiyono (2014) metode penelitian pada dasarnya ialah cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data dengan tujuan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah

menggunakan metode survei dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti memilih metode ini dikarenakan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.

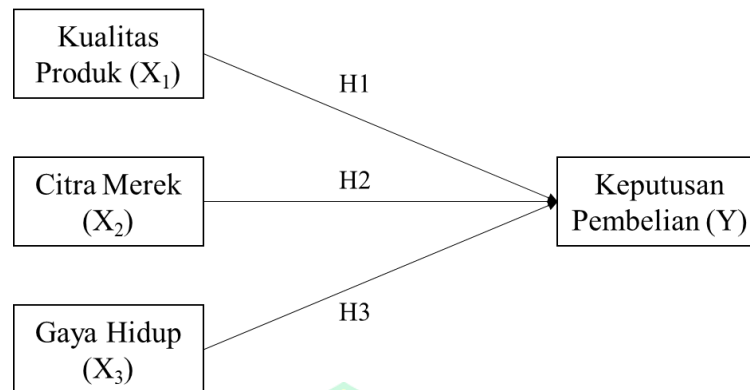
Menurut Sugiyono (2014) metode survei merupakan penelitian kuantitatif. Dalam metode survei, peneliti memberikan pertanyaan dalam bentuk Kuisisioner ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang pendapat, keyakinan, karakteristik suatu objek dan perilaku yang lalu atau sekarang. Metode survei berkaitan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku diri sendiri. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena ingin mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk, citra merek, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada pengguna iPhone.

3.2.2. Konstelasi Pengaruh Antar Variabel

Konstelasi pengaruh antar variabel sesuai dengan hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya, yaitu:

- H1** : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian.
- H2** : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian.
- H3** : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara gaya hidup dengan keputusan pembelian.

Konstelasi pengaruh antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Konstelasi Pengaruh Antar Variabel

Sumber: Data Diolah Oleh Peneliti

Keterangan:

Variabel Bebas (X₁) : Kualitas Produk

Variabel Bebas (X₂) : Citra Merek

Variabel Bebas (X₃) : Gaya Hidup

Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian

→ : Arah Pengaruh

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Area atau wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan merupakan pengertian dari populasi (Sugiyono, 2017). Dari pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan sekelompok orang, kejadian, atau benda yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian. Dengan demikian, populasi yang diambil oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

3.3.2. Sampel

Suryani (2017) memberikan pengertian tentang sampel, yaitu merupakan sebagian dari populasi yang akan dipilih untuk diteliti dan hasil dari penelitian tersebut digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Dari pengertian tersebut, sampel dapat dinyatakan sebagai bagian dari populasi yang dipilih dengan metode atau teknik tertentu untuk diteliti dan digeneralisasi terhadap populasi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* yang termasuk dalam *non probability sampling*. *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2017) merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel yang akan dipilih oleh peneliti ialah responden yang menggunakan iPhone dengan studi pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Sampel pada penelitian ini memiliki ketentuan, yaitu responden sedang menggunakan iPhone dan merupakan mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di Universitas Negeri Jakarta. Total responden yang akan diteliti oleh peneliti sebanyak 200 responden.

3.4. Penyusunan Instrumen

Peneliti menggunakan empat variabel yaitu kualitas produk (X_1), citra merek (X_2), gaya hidup (X_3), dan keputusan pembelian (Y). Instrumen yang akan digunakan untuk mengukur keempat variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

3.4.1. Keputusan Pembelian

a. Definisi Konseptual

Variabel terikat (Y) yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian dimana proses yang akan dilewati konsumen dari mencari informasi berupa beberapa pengetahuan dan sumber yang mereka miliki serta mengevaluasi apa yang mereka dapat dari informasi tersebut dalam menentukan pilihan untuk membeli suatu produk.

b. Definisi Operasional

Dalam mengukur variabel keputusan pembelian berdasarkan Setiawan & Alwie (2019) akan digunakan lima indikator yaitu pengenalan masalah/kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

c. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi instrumen disajikan dalam bentuk butir-butir pernyataan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi instrumen akan dikonsultasikan terlebih dahulu kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yakni seberapa jauh butir-butir indikator telah mengukur variabel kualitas produk. Setelah kisi-kisi instrumen disetujui oleh dosen pembimbing, kisi-kisi instrumen akan diuji terlebih dahulu terhadap 30 responden untuk menguji

tingkat validitas dan reliabilitas kisi-kisi instrumen, sebelum nantinya akan dijadikan Kuisisioner final penelitian.

Table 3.1 Kisi-kisi Instrumen Variabel Keputusan Pembelian

Indikator	Item	Sumber
1. Pengenalan masalah/kebutuhan.	1. Saya membeli iPhone sesuai dengan kebutuhan.	
2. Pencarian informasi	2. Saya mencari informasi harga dan melakukan perbandingan dari setiap toko yang menjual iPhone.	
3. Evaluasi alternatif	3. Saya mempertimbangkan jumlah uang yang akan saya keluarkan untuk membeli iPhone.	Setiawan & Alwie (2019)
4. Keputusan pembelian	4. Saya membeli iPhone karena teknologi yang dimilikinya.	
5. Perilaku pasca pembelian	5. iPhone sesuai dengan yang saya inginkan dan harapkan.	

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis

3.4.2. Kualitas produk

a. Definisi Konseptual

Variabel bebas pertama (X_1) yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, yaitu sebagai karakteristik suatu produk dengan standar tertentu yang akan dipertimbangkan oleh konsumen, dimana produk itu memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen yang ditunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu produk.

b. Definisi Operasional

Dalam mengukur variabel kualitas produk berdasarkan Anwar & Satrio (2015) akan digunakan empat indikator yaitu kemudahan penggunaan, daya tahan, kejelasan fungsi, keragaman ukuran produk.

c. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam mengukur variabel kualitas produk. Kisi-kisi instrumen disajikan dalam bentuk butir-butir pernyataan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk. Kisi-kisi instrumen akan dikonsultasikan terlebih dahulu kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yakni seberapa jauh butir-butir indikator telah mengukur variabel kualitas produk. Setelah kisi-kisi instrumen disetujui oleh dosen pembimbing, kisi-kisi instrumen akan diuji terlebih dahulu terhadap 30 responden untuk menguji tingkat validitas dan reliabilitas kisi-kisi instrumen, sebelum nantinya akan dijadikan Kuisisioner final penelitian.

Table 3.2 Kisi-kisi Instrumen Variabel Kualitas Produk

Indikator	Item	Sumber
1. Kemudahan Penggunaan	1. iPhone memudahkan kegiatan komunikasi saya dalam penggunaan sehari-hari.	Anwar & Satrio
2. Daya Tahan	2. iPhone memiliki daya tahan penggunaan lebih dari 3 tahun.	(2015)

3. Kejelasan Fungsi	3. Kejelasan fungsi yang ditawarkan iPhone mencakup seluruh hal yang saya butuhkan.
4. Keragaman Produk	4. iPhone memiliki keragaman produk yang ditawarkan sehingga memudahkan saya dalam memilih.

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis

3.4.3. Citra Merek

a. Definisi Konseptual

Variabel bebas kedua (X_2) yang digunakan dalam penelitian ini adalah citra merek dimana representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu.

b. Definisi Operasional Citra Merek

Dalam mengukur variabel citra merek berdasarkan Martínez & de Chernatony (2004) akan digunakan enam indikator yaitu merek ini memberikan nilai terbaik untuk uang (*this brand provides good value for money*), ada alasan untuk membeli merek daripada yang lain (*there is a reason to buy the brand instead of others*), merek memiliki kepribadian (*the brand has personality*), mereknya menarik (*the brand has interesting*), saya memiliki kesan yang jelas tentang tipe orang yang mengonsumsi merek (*I have a clear impression of the type of people who consume the brand*), merek ini berbeda dengan merek yang bersaing (*this brand is different from competing brands*).

c. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam mengukur variabel citra merek. Kisi-kisi instrumen disajikan dalam bentuk butir-butir pernyataan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel citra merek. Kisi-kisi instrumen akan dikonsultasikan terlebih dahulu kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yakni seberapa jauh butir-butir indikator telah mengukur variabel kualitas produk. Setelah kisi-kisi instrumen disetujui oleh dosen pembimbing, kisi-kisi instrumen akan diuji terlebih dahulu terhadap 30 responden untuk menguji tingkat validitas dan reliabilitas kisi-kisi instrumen, sebelum nantinya akan dijadikan Kuisisioner final penelitian.

Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Variabel Citra Merek

Indikator	Item	Sumber
1. <i>This brand provides good value for money.</i>	1. iPhone memberikan nilai terbaik untuk uang yang dikeluarkan.	
2. <i>There is a reason to buy the brand instead of others.</i>	2. Saya memiliki alasan khusus untuk membeli iPhone daripada produk merek lain.	Martínez & Chernatony
3. <i>The brand has personality.</i>	3. Brand dari iPhone, yaitu Apple memiliki ciri khas.	(2004)
4. <i>The brand has interesting.</i>	4. Brand dari iPhone, yaitu Apple itu menarik.	

5. <i>I have a clear impression of the type of people who consume the brand.</i>	5. Saya memiliki kesan yang jelas tentang tipe orang yang menggunakan iPhone.
6. <i>This brand is different from competing brands.</i>	6. iPhone berbeda dengan produk <i>smartphone</i> merek lainnya.

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis

3.4.4. Gaya Hidup

a. Definisi Konseptual Gaya Hidup

Variabel bebas ketiga (X_3) yang digunakan dalam penelitian ini adalah gaya hidup dimana pola hidup dalam melakukan aktifitas atau menghabiskan waktu untuk citra diri di kehidupan sosial.

b. Definisi Operasional Gaya Hidup

Dalam mengukur variabel gaya hidup berdasarkan He et al. (2010) akan digunakan lima indikator, yaitu kebutuhan akan keunikan (*need for uniqueness*), kesadaran harga (*price consciousness*), orientasi kepentingan publik (*public-interest orientation*), kebutuhan akan pencapaian (*need for achievement*), kebutuhan akan rasa hormat (*need for respect*).

c. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam mengukur variabel gaya hidup. Kisi-kisi instrumen disajikan dalam bentuk butir-butir pernyataan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel gaya hidup. Kisi-kisi instrumen akan dikonsultasikan terlebih dahulu kepada dosen pembimbing berkaitan

dengan validitas konstruk, yakni seberapa jauh butir-butir indikator telah mengukur variabel kualitas produk. Setelah kisi-kisi instrumen disetujui oleh dosen pembimbing, kisi-kisi instrumen akan diuji terlebih dahulu terhadap 30 responden untuk menguji tingkat validitas dan reliabilitas kisi-kisi instrumen, sebelum nantinya akan dijadikan Kuisisioner final penelitian.

Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Variabel Gaya Hidup

Indikator	Item	Sumber
1. <i>I like leading-edge things.</i>	1. Saya suka hal-hal yang terdepan seperti menggunakan iPhone.	
2. <i>I compare prices of at least a few brands before I choose one.</i>	2. Saya membandingkan harga iPhone dengan merek lain sebelum saya membelinya.	
3. <i>I would contribute time, money, or both to improve the quality of the environment.</i>	3. Saya akan menyumbangkan waktu, uang atau keduanya untuk meningkatkan kualitas lingkungan saya untuk menggunakan iPhone.	He et al. (2010)
4. <i>I need to feel a sense of accomplishment from my job.</i>	4. Saya perlu merasakan pencapaian dari pekerjaan saya dengan membeli iPhone.	
5. <i>I strive to retain a high status among my friends.</i>	5. Saya berusaha keras untuk mempertahankan status tinggi di antara teman-teman saya karena menggunakan iPhone.	

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis

3.4.5. Pengukuran Data

Untuk pengisian Kuisisioner, responden dapat memilih salah satu dari lima jawaban alternatif yang disajikan. Lima jawaban alternatif yang digunakan disebut dengan skala *likert*. Pengukuran dengan skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012). Pengukuran dengan skala *likert* yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.5 Skala Likert

No	Alternatif Pilihan Jawaban	Item Positif
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2012)

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer. Menurut Sugiyono, (2013) mengungkapkan, berdasarkan sumbernya, data terbagi menjadi dua macam, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau objek penelitian dilakukan, seperti data wawancara, angket, dan observasi. Sedangkan data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan yang sedang dihadapi serta dapat ditemukan dengan cepat, seperti data yang sudah dikumpulkan oleh suatu lembaga.

Peneliti mengumpulkan data dengan metode survei melalui instrumen angket atau Kuisisioner. Angket atau Kuisisioner merupakan pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat serta persepsi responden tentang variabel yang akan diteliti (Azuar Juliandi & Manurung, 2014). Angket yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data merupakan angket tertutup dimana pilihan jawaban sudah peneliti sediakan untuk responden dalam memilih persepsi atau pendapatnya terhadap pernyataan yang tersedia. Kuisisioner dilakukan kepada responden Mahasiswa di Universitas Negeri Jakarta dan pernah melakukan pembelian pada *smartphone* iPhone. Peneliti menyebarkan Kuisisioner melalui *google form* kepada responden. Setelah angket selesai diisi, data yang diperoleh akan diolah peneliti untuk kepentingan penelitian.

3.6. Teknik Analisis Data

Adapun langkah-langkah untuk menganalisis data ialah sebagai berikut:

3.6.1. Uji Validitas

Proses validasi dilakukan untuk menganalisis data dari hasil uji coba instrumen menggunakan koefisien korelasi antara butir skor dengan total skor instrumen. Proses pengambilan instrumen dimulai dengan mengadaptasi instrumen pada penelitian sebelumnya kemudian disusun menjadi bentuk kuisisioner dengan menggunakan skala *likert* yang mengacu pada indikator variabel. Butir kisi-kisi instrumen dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir kisi-kisi instrumen dikatakan tidak valid atau drop. Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan rumus *Pearson product moment*

Sugiyono (2018) menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 22, dengan rumus dasar sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

Keterangan:

r_{xy} : korelasi antara variable x dengan y

x : $(x_i - \bar{x})$

y : $(y_i - \bar{y})$

1. Uji Validitas Instrumen Kualitas Produk (X₁)

Tabel 3.2 merupakan hasil uji coba instrumen penelitian variabel kualitas produk menggunakan *Pearson Product Moment*. Data diuji coba kepada 30 responden, maka menghasilkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3.6 Uji Validasi Item Kualitas Produk

No. Butir	r_{hitung}	$r_{tabel} (df = n-2)$	Validitas
1	0.864	0.361	Valid
2	0.786	0.361	Valid
3	0.889	0.361	Valid
4	0.872	0.361	Valid

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis

Perhitungan pada tabel 3.6 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Artinya, seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan akan digunakan pada instrumen final.

2. Uji Validitas Instrumen Citra Merek (X₂)

Tabel 3.3 merupakan hasil uji coba instrumen penelitian variabel citra merek menggunakan *Pearson Product Moment*. Data diuji coba kepada 30 responden, maka menghasilkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$.

Tabel 3.7 Uji Validasi Item Citra Merek

No. Butir	r_{hitung}	$r_{\text{tabel}} (df = n-2)$	Validitas
1	0.833	0.361	Valid
2	0.828	0.361	Valid
3	0.878	0.361	Valid
4	0.852	0.361	Valid
5	0.828	0.361	Valid
6	0.887	0.361	Valid

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis

Perhitungan pada tabel 3.7 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Artinya, seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan akan digunakan pada instrumen final.

3. Uji Validitas Instrumen Gaya Hidup (X₃)

Tabel 3.4 merupakan hasil uji coba instrumen penelitian variabel gaya hidup menggunakan *Pearson Product Moment*. Data diuji coba kepada 30 responden, maka menghasilkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$.

Tabel 3.8 Uji Validasi Item Gaya Hidup

No. Butir	r_{hitung}	$r_{tabel} (df = n-2)$	Validitas
1	0.489	0.361	Valid
2	0.901	0.361	Valid
3	0.850	0.361	Valid
4	0.895	0.361	Valid
5	0.769	0.361	Valid

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis

Perhitungan pada tabel 3.8 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Artinya, seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan akan digunakan pada instrumen final.

4. Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 3.1 merupakan hasil uji coba instrumen penelitian variabel keputusan pembelian menggunakan *Pearson Product Moment*. Data diuji coba kepada 30 responden, maka menghasilkan nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Butir pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3.9 Uji Validasi Item Keputusan Pembelian

No. Butir	r_{hitung}	$r_{tabel} (df = n-2)$	Validitas
1	0.507	0.361	Valid
2	0.937	0.361	Valid
3	0.875	0.361	Valid
4	0.895	0.361	Valid
5	0.715	0.361	Valid

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis

Perhitungan pada tabel 3.9 menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Artinya, seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan akan digunakan pada instrumen final.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan proses validasi instrumen, selanjutnya menghitung reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan tersebut yang telah dikatakan valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya mengukur varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang. Uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* melalui bantuan aplikasi SPSS versi 22 sebagai berikut:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum_{si}^2}{st^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{ii} : Reliabilitas instrumen
- k : Banyak butir pernyataan (yang valid)
- \sum_{si}^2 : Jumlah varian skor butir
- st^2 : Varian skor total

Tabel 3.10 Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Kualitas Produk	0.847
Citra Merek	0.923
Gaya Hidup	0.851
Keputusan Pembelian	0.854

Sumber: Data Diolah Oleh Penulis

Perhitungan pada tabel 3.10 menunjukkan bahwa instrumen pada setiap variabel memiliki nilai *Cornbach's Alpha* di atas 0,70. Instrumen pengukuran variabel dapat dinyatakan andal atau reliable jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70 (Ghozali, 2018). Sehingga instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang.

3.6.3. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian untuk melihat apakah data yang digunakan baik dan terdistribusi normal atau tidak. Menurut Santoso (2012) uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah terkumpul berdistribusi normal atau tidak yang diambil dari populasi normal. Peneliti dapat mendeteksi apakah model yang digunakan memiliki distribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji statistik Uji *Kolmogrov Smirnov* (Ezer & Ghozali, 2017).

Hipotesis statistik:

- 1) Jika signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika signifikan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Sedangkan kriteria untuk mengambil keputusan dengan menganalisis grafik (normal *probability*) yaitu sebagai berikut:

- 1) Model regresi yang dapat memenuhi asumsi normalitas, jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal.
- 2) Model regresi yang tidak memenuhi asumsi normalitas, jika data menyebar jauh dari garis diagonal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel tersebut memiliki hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian linieritas dilakukan dengan menggunakan *Test of Linierity* pada taraf signifikan 0,05. Variabel dapat dikatakan memiliki hubungan yang linier bila signifikan kurang dari 0,05 (Kadir & Djaali, 2015).

Hipotesis penelitiannya adalah:

- 1) H_0 : artinya data tidak linier
- 2) H_a : artinya data linier

Sedangkan kriteria pengujian dengan menggunakan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data linier.

2) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data tidak linier.

3.6.4. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Sugiyono (2012) memberikan pengertian tentang regresi linear sederhana adalah metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana pengaruh variabel faktor penyebab (X) terhadap variabel akibat (Y). Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier sederhana dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan:

\hat{Y} = variabel terikat

X = variabel bebas pertama

a = konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = koefisien regresi variabel bebas

3.6.5. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Menurut Eriyanto (2015) mengemukakan bahwa uji statistik t pada dasarnya memperlihatkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/*independen* secara individual dalam menjelaskan variasi variabel *dependen*.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak di uji ialah apakah suatu parameter (bi) pada model sama dengan nol, yang dapat diartikan

apakah semua variabel *independen* bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap *dependen*, atau:

H₀: $b_1 = b_2 = 0$ (tidak ada pengaruh antara variabel X dan variabel Y)

H_a: $b_1 \neq b_2 \neq 0$ (ada pengaruh antara variabel X dan variabel Y)

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis menurut Kuncoro (2009) yang digunakan sebagai berikut:

- 1) H₀ ditolak dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$.
- 2) H₀ diterima dan H_a ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$.

3.6.7. Analisis Koefisien Korelasi *Pearson*

Menurut Karl Pearson (Riduwan & Sunarto, 2015) korelasi *pearson* berfungsi untuk mengukur kekuatan hubungan linier antara variabel X dan variabel Y. Analisis korelasi *pearson* ini dilakukan dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistics* versi 22.

Dasar pengambilan keputusan menggunakan korelasi *pearson* ialah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka berkorelasi.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak berkorelasi.

Menurut Sugiyono (2018:231) untuk menafsirkan hasil dari penelitian korelasi ialah sebagai berikut:

Tabel 3.11 Interpretasi Koefisien Korelasi

Koefisiensi Korelasi	Tingkat Hubungan
0.00 – 0.199	Sangat rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Sedang
0.60 – 0.799	Kuat
0.80 – 1.00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2018)

3.6.8. Perhitungan Koefisien Determinasi

Menurut Siagian dan Sugiarto (2006) mengemukakan bahwa koefisien determinasi (R^2) ialah suatu ukuran yang menjelaskan besar sumbangan dari variabel penjelas terhadap variabel respon. Dengan demikian, koefisien determinasi menunjukkan variasi naik turunnya Y yang dijelaskan oleh pengaruh linier X. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varian dari variabel terikat.