

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan permasalahan yang diteliti, karena itu objek penelitian merupakan sesuatu yang penting dalam melakukan penelitian sebagai sasaran untuk mendapatkan suatu data ataupun solusi dan jawaban yang sesuai.

Menurut **Sugiyono (2012:38)** objek penelitian adalah sebagai berikut:

“Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Berdasarkan pengertian diatas, yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini adalah variabel independen dan variabel dependen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat, sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (**Sugiyono, 2008:59**). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu harga, pendapatan, kualitas produk. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu jumlah pembelian konsumen pakaian bekas di Pasar Gedebage Kota Bandung.

3.1.1 Populasi Penelitian

Populasi penelitian merupakan wilayah yang akan diteliti. Menurut **Sugiyono (2013:80)** menjelaskan pengertian populasi sebagai berikut:

“Populasi penelitian adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.”

Pendapat diatas menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk menentukan populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli pakaian bekas di Pasar Gedebage Kota Bandung.

3.1.2 Sampel Penelitian

Menurut **Sugiyono (2013:81)** mendefinisikan sampel sebagai berikut:

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representative (mewakili).”

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan teknik tertentu yang didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan yang ada. Dalam teknik pengambilan sampel ini penulis menggunakan teknik *Non Probability Sampling* karena jumlah populasi dari penelitian ini tidak diketahui pasti dan dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*.

Definisi *Non probability Sampling* menurut **Sugiyono (2001:60)** adalah sebagai berikut:

“Non probability Sampling adalah teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.”

Pengambilan sampel diambil dengan menggunakan *Purposive Sampling*.

Definisi *purposive sampling* menurut **Sugiyono (2013:85)** adalah sebagai berikut:

“Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.”

Menurut **Margono (2004:128)**, pemilihan sampel dalam *Purposive Sampling* adalah:

“Pemilihan sampel dalam metode *Purposive Sampling* didasarkan ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah ada, dengan kata lain sampel yang diambil disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian”.

Alasan penggunaan metode *Purposive Sampling* didasari pertimbangan agar sampel data yang dipilih memenuhi kriteria untuk diuji. Selain itu, penulis menggunakan metode *purposive sampling* karena dalam penyebaran kuesioner tidak hanya dilakukan diarea populasi tetapi dilakukan ditempat lain seperti contoh dikampus ataupun diarea umum lainnya, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Masyarakat yang pernah membeli pakaian bekas ataupun pernah mengunjungi pasar gedebage kota bandung.

Roscoe dalam **Sugiyono (2014)** memberikan sasaran-sasaran tentang ukuran sampel untuk peneliti sebagai berikut:

1. Ukurang sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel di bagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota setiap kategori minimal 30.

3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
4. Untuk peneliti eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sample masing-masing antar 10 sampai dengan 20.

Maka dalam penelitian ini penulis mengambil sampel sebanyak 50 responden.

3.2 Metode Penelitian

Menurut **Sugiyono (2013:2)** pengertian metode penelitian adalah sebagai berikut:

“Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengatasi masalah.”

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode eksplanatori. Definisi penelitian eksplanatori menurut **Sugiyono (2012:21)** sebagai berikut:

“Penelitian eksplanatori merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan yang lain.”

Menurut **Nuryaman dan Christina (2015:06)** definisi penelitian eksplanatori adalah sebagai berikut:

“Penelitian eksplanatori adalah penelitian yang tujuannya untuk memperoleh jawaban tentang “bagaimana” dan “mengapa” suatu

fenomena terjadi. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan atau membuktikan bagaimana hubungan antar variabel penelitian.”

3.2.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis menggunakan cara sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*field research*)

Penelitian lapangan merupakan teknik yang berhubungan langsung dengan objek penelitian dimana pada studi ini dilakukan observasi dengan pihak-pihak berwenang di instansi yang bersangkutan dengan teknik-teknik sebagai berikut:

- a. Observasi, yaitu pengamatan secara langsung terhadap suatu aktivitas yang terjadi yang erat hubungannya dengan masalah yang diteliti.
- b. Wawancara, yaitu sesi tanya jawab secara langsung dengan responden yang berkepentingan. Yaitu konsumen yang membeli pakaian bekas.
- c. Kuesioner, yaitu alat komunikasi yang membantu peneliti untuk mendapatkan data dengan cara membagikan daftar pertanyaan/ Pernyataan kepada responden untuk diisi.

2. Penelitian Kepustakaan (*library research*)

Teknik ini dimaksudkan sebagai cara untuk mendapatkan landasan teoritis yang dapat dijadikan pedoman dalam mendapatkan teori yang

didapat dengan praktik di lapangan, yaitu dengan membaca literatur, buku, dan artikel yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut **Sugiyono (2013:41)** variabel penelitian didefinisikan sebagai berikut:

“Variabel penelitian merupakan karakteristik yang melekat pada unit analisis penelitian, yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian. Dalam kegiatan penelitian, variabel penelitian nilainya akan diukur, dikumpulkan, dianalisis, dan disimpulkan.”

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yang mencakup didalam judul yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Sedangkan, variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen (**Sugiyono, 2013:42**).

Untuk mengidentifikasi kriteria yang dapat diobservasi sehingga memudahkan observasi atau pengukuran terhadap variabel dibutuhkan operasionalisasi variabel. Menurut **Moh. Nazir (2011:127)** definisi operasional variabel adalah sebagai berikut:

“Operasional variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang lebih substantif dari suatu konsep dengan tujuan agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya.”

Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Jumlah Pembelian Pakaian Bekas Pada Konsumen Di Pasar Gedebage Kota Bandung”, maka terdapat variabel-variabel yang digunakan yaitu:

a. Variabel Independen 1 (X_1)

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel independen penelitian ini adalah harga.

b. Variabel Independen 2 (X_2)

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel independen penelitian ini adalah pendapatan.

c. Variabel Independen 3 (X_3)

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel independen penelitian ini adalah keragaman produk.

d. Variabel Independen 4 (X_4)

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Variabel independen penelitian ini adalah kualitas produk.

e. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah jumlah pembelian.

Untuk lebih jelas indikator pengukuran variabel yang digunakan makan penulis menjabarkannya pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Skala Penelitian
<p>Harga</p> <p>Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.</p> <p>(Kotler dan Armstrong, 2008:278)</p>	Keterjangkauan harga	Konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh pedagang.	Ordinal
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Konsumen memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena adanya perbedaan kualitas.	
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan.	
	Harga mempunyai daya saing	Harga yang ditawarkan lebih rendah dibandingkan tempat lain.	
<p>Pendapatan</p> <p>Pendapatan adalah nilai yang didapat dari suatu usaha yang telah dilaksanakan dalam kurun waktu tertentu.</p> <p>(Nurdirman, 2001:11)</p>	Tingkat pendapatan	Pendapatan yang dimiliki seseorang.	Ordinal
	Alokasi pendapatan	Pendapatan yang digunakan berdasarkan kebutuhan.	
<p>Keragaman Produk</p> <p>Keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli.</p> <p>(Benson, 2007:135)</p>	Ukuran Produk yang beragam	Jelasnya informasi dan tampilan dari produk tersebut	Ordinal
	Jenis Produk yang beragam	Memberikan berbagai macam dan lini produk	
	Bahan Produk yang beragam	Ketersediaan produk yang ada memiliki desain dan warna yang menarik	

Kualitas Produk	Performance (kinerja)	Karakteristik dasar dari sebuah produk.	Ordinal
Kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan. (Assauri, 2009:361)	Durability (daya tahan)	Frekuensi pemakaian terhadap produk.	
	Conformance to specifications (kesesuaian dengan spesifikasi)	Produk yang dijual sesuai spesifikasi atau produk tidak cacat.	
	Features (fitur)	Keragaman desain dari produk.	
	Reliability (keandalan)	Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.	
	Aesthetics (estetika)	Tampilan produk.	
	Perceived quality (kesan kualitas)	Kualitas produk dari sisi persepsi konsumen.	
	Serviceability (kemudahan perbaikan)	Kemudahan dalam memperbaiki produk bila terdapat cacat atau kerusakan.	
	Tjiptono (2008:25)		
Jumlah Pembelian	Frekuensi	Kesadaran konsumen atas suatu kebutuhan.	Ordinal
Jumlah pembelian merupakan banyaknya permintaan atas suatu produk terhadap kegiatan yang dilakukan untuk pengadaan barang.	Kurun waktu	Sering tidaknya mengkonsumsi pakaian bekas	
	Alternative pilihan	Peningkatan dan penurunan pembelian akan produk tersebut	
	Jumlah pembelian	Banyak atau tidak produk yang dibeli	
	Pembelian ulang	Permintaan yang berlanjut	

3.2.3 Skala Pengukuran Variabel

Untuk mengukur sub-sub variabel dalam penelitian ini penulis menggunakan skala *likert*. Menurut **Sugiyono (2013:93)** skala likert adalah:

“Skala *likert* adalah skala dimana sub variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut

disajikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.”

Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2013:93). Penulis menggunakan lima jenjang kriteria menurut Sugiyono (2013:133) yang digunakan sebagai pedoman sebagai *scoring* untuk jawaban kuesioner sebagai berikut:

Tabel 3.2

Pemberian Skor Jawaban Responden

Sangat Tidak Setuju 1	Tidak Setuju 2	Ragu-ragu 3	Setuju 4	Sangat Setuju 5
--	-------------------------------	------------------------	---------------------	--------------------------------

3.2.3.1 Transformasi Data

Dalam melakukan penelitian ini data yang didapatkan yaitu berupa data ordinal yang bersumber dari kuesioner. Maka peneliti harus mengubah data ordinal menjadi data interval. Menurut Acep Edison (2016:30) data ordinal harus ditransformasikan kedalam interval, karena dalam analisis regresi dapat dilakukan dengan menggunakan statistik parametrik, syarat data berskala interval. Berikut diuraikan proses perubahan data ordinal menjadi data interval.

1. Angket yang telah diisi oleh responden diberi penomoran sesuai dengan jumlah sampel atau responden.
2. Setiap angket selanjutnya dimasukkan ke dalam data ordinal melalui program *microsoft excel*.
3. Setelah semua rekap data angket masuk ke dalam data ordinal, maka selanjutnya diolah dengan menggunakan program *SPSS 23.0 for windows*. Dalam program tersebut tersedia beberapa fasilitas analisis yang salah satunya adalah analisis faktor.
4. Selanjutnya akan dilakukan pengolahan data dengan cara melakukan transformasi dari data ordinal ke dalam data interval. Karena sebagaimana diketahui bahwa data ordinal tidak bisa dianalisis melalui analisis faktor langsung. Transformasi yang dilakukan untuk mengkuantifikasi data kualitatif pada penelitian ini adalah dengan *Method of Successive Interval* (MSI). Kegunaan dari pada metode ini adalah untuk mengubah data dari data ordinal menjadi data interval.
5. Dalam proses kuantifikasi untuk mencari data interval melalui Metode Suksesif Interval, data ordinal yang diolah secara teratur dengan langkah – langkah sebagai berikut :
 - a. Menghitung frekuensi (F) responden yang memberikan pilihan jawaban yang sama untuk setiap skor dari setiap item pertanyaan.

- b. Menghitung proporsi (P) dan hasil perhitungan pada poin 1 diatas untuk setiap skor dengan cara membagi frekwensi mutlak dengan 6 skor responden.
- c. Menghitung Proporsi komulatif (Pk).
- d. Mencari nilai Z.
- e. Selanjutnya adalah mencari *densitas* masing - masing skor (yang 6 tersedia pada ordinat table Z).
- f. Menghitung nilai skala (*scale value*) untuk setiap skor dengan rumus:

$$SV = \frac{\text{Dentitas pada batas bawah} - \text{Dentitas pada batas atas}}{\text{Area di bawah batas atas} - \text{Area di bawah batas bawah}}$$
- g. Mentransformasi nilai skala (SV) yang terkecil diubah menjadi sama dengan satu (=1), dengan menggunakan rumus $Y_i = SV_i + SV \text{ terkecil} + 1$, hasilnya menjadi data proporsional.

Setelah proses transformasi data ordinal menjadi data interval selesai dilakukan, maka dilanjutkan dengan pengujian data dengan menggunakan uji validitas dan uji reabilitas.

3.2.4 Metode Analisis Data

Definisi analisis data menurut **Nuryaman** dan **Christina (2015:117)** adalah kegiatan mengelompokkan data, mengurutkan, memanipulasi, meningkatnya agar mudah dipahami. Hasil data yang telah dianalisis menghasilkan suatu data yang memberikan interpretasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

3.2.4.1 Analisis Deskriptif

Untuk memberikan interpretasi terhadap nilai persentase aktual yang diperoleh dalam rekapitulasi kuesioner, penulis mengacu pada rentang klasifikasi nilai persentase aktual sebagai berikut:

Tabel 3.3
Kriteria Persentase Tanggapan Responden

No.	% Jumlah	Kriteria
1	20.00% - 36.00%	Tidak Baik
2	36.01% - 52.00%	Kurang Baik
3	52.01% - 68.00%	Cukup
4	68.01% - 84.00%	Baik
5	84.01% - 100%	Sangat Baik

Sumber: *Umi Nurimawati, 2007:85*

3.2.4.2 Uji Validitas

Menurut **Acep Edison (2016:37)** menjelaskan mengenai definisi validitas, sebagai berikut:

“Validitas adalah pengujian instrumen data yang ditujukan untuk mengukur apakah data valid serta reliabel atau tidak. Esensi dari validitas berkaitan dengan apakah pertanyaan yang diajukan kepada responden sesuai dengan keadaan empirisnya dan apakah pertanyaan benar – benar menyatakan isi dan makna yang ditanyakan.”

Menurut **Sugiyono (2013:173)** valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Untuk menguji validitas terlebih dahulu mencari nilai (harga) korelasi dengan menggunakan rumus koefisien korelasi *product moments pearson*, menurut **Arikunto (2002:146)** sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien Korelasi Pearson

N = Jumlah sampel

X = Skor butir

Y = Skor total butir

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan agar mengetahui keakuratan dari kuesioner yang digunakan peneliti sebagai instrumen dengan membandingkan r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $sig < \alpha = 0,05$ maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Untuk menguji valid tidaknya alat ukur, biasanya syarat minimum yang dianggap memenuhi syarat adalah jika $r = 0,30$. Maka jika korelasi skor total $\leq 0,30$ maka pernyataan tersebut dianggap tidak valid, sebagai berikut :

Tabel 3.4

Standar penilaian dalam menentukan validitas

<i>Criteria</i>	<i>Validity</i>
<i>Good</i>	0,50
<i>Acceptable</i>	0,30
<i>Marginal</i>	0,20
<i>Poor</i>	0,10

Sumber: Arikunto, 2002:146

3.2.4.3 Uji Reliabilitas

Menurut **Acep Edison (2016:37)** menjelaskan mengenai pengujian reliabilitas, sebagai berikut:

“Pengujian reliabilitas adalah pengujian terhadap instrumen data yang ditujukan untuk mengukur apakah pertanyaan yang diajukan reliabel artinya pertanyaan yang diajukan kepada responden tepat pada responden yang dituju.”

Untuk menguji reliabilitas atau keandalan alat ukur atau instrumen dalam penelitian ini digunakan koefisien *Alpha Cronbach*. Menurut **Arikunto (2002:171)** Koefisien *alpha cronbach* diuji dengan menggunakan rumus, sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_t^2 = Varians total

Tabel 3.5
Standar Penilaian untuk Reliabilitas

Kriteria	Reliability
<i>Good</i>	0,80
<i>Acceptable</i>	0,70
<i>Marginal</i>	0,60
<i>Poor</i>	0,50

Sumber: Barker et all, 2002:70

Barker et all (2002:70) mengemukakan bahwa sekumpulan butir pertanyaan yang mengukur variabel dapat diterima jika memiliki koefisien reliabilitas lebih besar atau sama dengan 0,70.

3.2.5 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan regresi terdapat syarat yang harus dilalui yaitu melakukan uji asumsi klasik. Uji ini dilakukan untuk mengetahui bahwa data yang diolah adalah sah (tidak terdapat penyimpangan) serta distribusi normal, maka data tersebut akan diisi melalui uji asumsi klasik, yaitu:

3.2.5.1 Uji Normalitas

Menurut **Acep Edison (2016:70)** uji normalitas dimaksudkan untuk melakukan pengujian terhadap data yang digunakan dalam analisis regresi pada statistik parametrik mengharuskan data berdistribusi normal.

Sedangkan menurut **Imam Ghozali (2013:160)** uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Oleh karena itu, uji normalitas adalah salah satu persyaratan yang penting untuk menguji signifikansi koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal. Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan signifikan, sebagai berikut:

- a. Jika signifikan $> 0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal.
- b. Jika signifikan $< 0,05$ maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

Salah satu cara untuk melihat normalitas data dalam penelitian ini yaitu menggunakan grafik *Normality Probability Plot*, dasar pengambilan keputusan yang dilakukan yaitu:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.2.5.2 Uji Multikolinieritas

Menurut **Ghozali (2013:161)** uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. Model korelasi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara

variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi maka variabel ini tidak ontogonal. Variabel ontogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dengan membuat hipotesis:

- a. Tolerance Value $<0,10$ atau VIF >10 : terjadi multikolinieritas
- b. Tolerance Value $>0,10$ atau VIF <10 : tidak terjadi multikolinieritas

3.2.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut **Ghozali (2013:163)** uji heterokedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi tidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Menurut **Acep Edison (2016:85)** untuk melihat terjadinya gejala homokedastisitas atau terjadi gejala heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar Scatterplots bahwa pola residual menyebar dan terpencah tidak membentuk pola tertentu, dengan demikian tidak terjadi gejala Homokedastisitas dan persamaan regresi memenuhi asumsi Heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan uji *Scatterplot*. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SDRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi dan sumbu X adalah residual. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang telah diuraikan tersebut diatas dan

titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.2.5.4 Uji Autokorelasi

Asumsi penting dari model regresi linier adalah bahwa kesalahan yang masuk kedalam fungsi regresi, populasi adalah tidak berkorelasi. Jika asumsi ini dilanggar, maka terdapat gejala serial korelasi atau autokorelasi. Pengujian terhadap gejala ini dilakukan dengan test Durbin Waston (**Alhusin, 2003:87**). Adapun ketentuan pengambilan keputusan ada tidaknya masalah autokorelasi adalah sebagai berikut:

1. Angka D-W antara 0,5 sampai 1,5 berarti ada autokorelasi positif.
2. Angka D-W antara 1,5 sampai 2,5 berarti tidak ada autokorelasi positif.
3. Angka D-W antara 2,5 sampai 4 berarti ada autokorelasi negatif.

3.2.6 Rancangan Analisis

Uji statistik dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing komponen variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis secara statistik digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada didalam penelitian ini, analisis statistik yang digunakan adalah regresi linier berganda.

3.2.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda (*multiple regression*) dilakukan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen (*explanatory*) terhadap satu

variabel dependen (**Ghozali, 2011**). Model regresi berganda dalam pernyataan ini dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y = jumlah pembelian

α = konstanta

β_1 = koefisien regresi harga

β_2 = koefisien regresi pendapatan

β_3 = koefisien regresi keragaman produk

β_4 = koefisien regresi kualitas produk

X1 = variabel harga

X2 = variabel pendapatan

X3 = variabel keragaman produk

X4 = variabel kualitas produk

e = variabel pengganggu

3.2.6.2 Analisis Koefisien Korelasi

Korelasi korelasi merupakan suatu teknik statistik yang dipergunakan untuk mengukur kekuatan hubungan dua variabel dan juga untuk dapat mengetahui bentuk hubungan antara dua variabel tersebut dengan hasil yang sifatnya kuantitatif. Kekuatan hubungan antara dua variabel yang dimaksud disini adalah apakah hubungan tersebut erat, lemah, ataupun tidak erat sedangkan

bentuk hubungannya adalah apakah bentuk korelasinya linear positif ataupun linear negatif.

Menurut **Umi Narimawati (2011:49)**, pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel X dan Y, dapat menggunakan pendekatan korelasi *Pearson* dengan rumus dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum X_i Y_i) - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah data

$\sum X$ = Total Jumlah dari Variabel X

$\sum y$ = Total Jumlah dari Variabel Y

$\sum X^2$ = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel X

$\sum y^2$ = Kuadrat dari Total Jumlah Variabel Y

$\sum xy$ = Hasil Perkalian dari Total Jumlah Variabel X dan Variabel Y

Koefisien korelasi mempunyai nilai $-1 \leq r \leq +1$ dimana:

- a. Apabila $r = +1$, maka korelasi antara kedua variabel dikatakan sangat kuat dan searah, artinya jika X naik sebesar 1 maka Y juga akan naik sebesar 1 atau sebaliknya.
- b. Apabila $r = 0$, maka hubungan antara kedua variabel sangat lebar atau tidak ada hubungan sama sekali.

- c. Apabila $r = 1$, maka korelasi antara kedua variabel sangat kuat dan berlawanan arah, artinya apabila X naik sebesar 1 maka Y akan turun sebesar 1 atau sebaliknya.

Untuk memberikan interpretasi koefisien korelasinya maka penulis menggunakan pedoman sebagai berikut:

Tabel 3.6

Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Korelasi sangat rendah
0,200 – 0,399	Korelasi rendah
0,400 – 0,599	Korelasi sedang
0,600 – 0,799	Korelasi kuat
0,800 – 1,000	Korelasi sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2013:184)

3.2.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya (**Ghozali, 2011**). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi (R^2) berarti semakin tinggi kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi perubahan terhadap variabel dependent. Besarnya koefisien determinasi dapat ditentukan dengan rumus berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

3.2.7 Pengujian Hipotesis

Menurut **Sugiyono (2013:159)** hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Oleh karena itu rumusan masalah penelitian disusun dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang revelan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

3.2.7.1 Uji Parsial (t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (**Ghozali, 2011**). Tingkat kepercayaan yang digunakan 95% atau taraf signifikan 5%, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika probability t hitung $> 0,05$ Ho diterima dan H1 ditolak.
2. Jika probability t hitung $< 0,05$ Ho ditolak dan H1 diterima.

3.2.7.2 Uji Simultan (f)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (**Ghozali, 2011**). Ketentuan diterima atau ditolaknya hipotesis yaitu sebagai berikut:

1. Jika signifikansi $> 0,05$ (5%), maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan)
2. Jika signifikansi $< 0,05$ (5%), maka hipotesis tidak dapat ditolak (koefisien regresi signifikan)

3.2.8 Penetapan Tingkat Signifikansi

Tingkat signifikan yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebesar 5% atau 0,05 karena dinilai cukup untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diuji atau menunjukkan bahwa korelasi antara kedua variabel cukup nyata. Tingkat signifikansi 0,05 artinya kemungkinan besar dari hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 95% atau toleransi kesalahan sebesar 5%.