

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono (2013), metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti para populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Pengertian deskriptif menurut Sugiyono (2012: 29) adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Hartono (2011: 46), populasi dengan karakteristik tertentu ada yang jumlahnya terhingga dan ada yang tidak terhingga. Penelitian hanya dapat dilakukan pada populasi yang jumlahnya terhingga. Populasi merupakan subyek penelitian. Menurut (Sugiyono 2010:117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tertentu. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli produk liptind peripera.

3.2.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2010:118) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila peneliti melakukan penelitian terhadap populasi yang besar, sementara peneliti ingin meneliti tentang populasi tersebut dan peneliti memiliki keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel, sehingga generalisasi kepada populasi yang akan diteliti. Maksudnya sampel yang diambil dapat mewakili atau representative bagi populasi tersebut. Kuncoro (2003: 118) Mendefinisikan sampel sebagai suatu himpunan bagian (subjek) dari unit populasi. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu (Hartono, 2013: 98). Dalam penelitian ini jumlah konsumen yang pernah menggunakan produk lipstik peripera belum diketahui secara pasti maka teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan teknik sampel purposive sampling.

3.3. Variable, operasionalisasi, dan pengukuran

3.3.1. Variable penelitian

Variable penelitian adalah suatu objek yang yang bisa berbentuk apa saja, yang ditentukan oleh peneliti dengan tujuan untuk bisa memperoleh informasi supaya dapat ditarik sebuah kesimpulan di dalam proses penelitian. Penelitian variable juga dapat didefinisikan sebagai suatu objek, sifat, atribut, atau nilai dari orang, atau kegiatan yang mempunyai bermacam-macam variasi antara satu dengan lainnya yang ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan untuk dipelajari. Variable mengandung pengertian ukuran atau ciri yang dimiliki oleh anggota-anggota suatu kelompok yang berbeda dengan yang dimiliki oleh kelompok yang lain. Variable penelitian adalah sesuatu yang digunakan sebagai ciri, sifat, atau ukuran yang dimiliki atau didapatkan oleh suatu penelitian tentang sesuatu konsep pengertian tertentu Notoadmodjo (2012). Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah variable bebas dan variable terikat.

1. Variable independen (bebas) berupa atribut produk (X)

Variable independen merupakan sebuah variable yang terjadi disebabkan karena perubahan dan juga menimbulkan variable terikat atau juga variable bebas. Variable ini

disebut sebagai variable bebas dan bisa berhubungan dengan variable kuasa. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. harga

Menurut Basu Swastha (2010:147) mengartikan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk menambahkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Menurut Alma (2014:169) mengemukakan bahwa Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Harga yang ditawarkan lebih kompetitif dari pesaing, kesesuaian harga dengan harga pasar, harga yang di tawarkan sesuai kualitas produk. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan untuk mengukur harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang, harga yang ditawarkan lebih kompetitif dari pesaing, kesesuaian harga dengan harga harga pasar, dan harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.

b. merek

Sebuah merek merupakan lebih dari sekedar produk, karena mempunyai sebuah dimensi yang menjadi diferensiasi dengan produk lain yang sejenis. Keller (2008). Merek merupakan sesuatu yang dibeli oleh konsumen, memiliki nilai dan identitas atau ciri tertentu yang dilindungi secara hukum. Merek mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk yang akan dibeli maka persaingan antar perusahaan adalah persaingan persepsi bukan produk (Tjiptono 2011;34) merek juga merupakan kemampuan untuk mempengaruhi pasar, baik harga maupun atribut non harga, kemampuan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, kekuatan merek untuk meningkatkan kinerja tokoh, kemampuan merek untuk keluar dari daerah geografis

c. kemasan

Menurut Kotler&Keller (2009;27) pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Biasanya fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk. Kemasan dapat berupa kertas, plastik, aluminium foil, botol dan loga, sehingga digunakan relative tidak mudah rusak dan sanggup menjaga isi kemasan. Didalam kemasan terdapat logo perusahaan dan label yang berisikan infomasi produk, kejelasan warna dan daya tarik warna kemasan, ukuran suatu kemasan umumnya disesuaikan dengan isi dari kemasan tersebut baik ukurannya panjang, lebar, maupun tipis tebalnya.

d. warna

Warna merupakan salah satu unsur keindahan dalam seni dan desain, selain unsur-unsur visual lainnya. Warna juga merupakan objektif sebagai sifat cahaya yang dipancarkan atau sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan. Didalam suatu produk terdapat bermacam-macam jenis warna yang dapat menarik minat konsumen dalam memilih suatu produk. Sadjiman Ebdy Sanyoto (2005; 9) Mendefinisikan warna secara fisik dan psikologis. Warna secara fisik adalah sifat cahaya yang di pancarkan, sedangkan secara psikologis sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan. Warna sebagai sesuatu yang dapat di pengaruhi oleh kelakuan seseorang di dalam suatu pemasaran. Ali Nugraha (2008:34) mengatakan bahwa warna merupakan suatu daya Tarik yang mempunyai kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang di pantulkan oleh benda-benda yang dikenal cahaya tersebut.

2. Variable dependen (terikat) berupa keputusan pembelian (Y)

Variable dependen merupakan suatu variable yang tidak bebas, terikat dan juga mempengaruhi tiap-tiap variable bebas atau juga variable independen. Variable terikat yang di gunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y) Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari, informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Beberapa indicator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2016:166), yaitu:

a. Keputusan pembelian

Kotler (2009:225) mengungkapkan bahwa seseorang mungkin dapat memiliki Peranan yang berbeda-beda dalam setiap keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului tindakan ini.

3.4. Sumber data

Jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Sumber data di dalam penelitian ini merupakan salah satu factor pendukung yang sangat penting di dalam sebuah penelitian. Karena dengan penelitian ini sumber data akan memperoleh kualitas dari hasil penelitian. Sumber data yang baik adalah data yang bisa dipercaya kebenarannya. Oleh sebab itu sumber data merupakan salah satu bahan pertimbangan dan sangat membantu di dalam penentuan metode pengumpulan

sebuah data. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder. (Purhantara, 2010:79). Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Sumber data sekunder adalah catatan atau dokumentasi perusahaan publikasi pemerintah, analisis industri oleh media, situs Web, dan internet (Uma Sekaran,2011) Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti literatur, artikel, tulisan ilmiah, maupun keterangan yang diperoleh dari buku, dan majalah. Dalam penelitian ini untuk memperoleh data sekunder peneliti menggunakan media social untuk menyebarkan kuesioner kepada responden.

Tabel 3.2

Variabel penelitian dan definisi operasional

| Variabel | Dimensi | Definisi Operasional | Indikator |
|----------|--------------|--|--|
| | Harga (X1) | Harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan untuk menambahkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya | <ul style="list-style-type: none"> a.Nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang, b.Harga yang ditawarkan lebih kompetitif dari pesaing, c.kesesuaian harga dengan harga pasar, d.harga yang di tawarkan sesuai kualitas produk |
| | Merek (X2) | Merek merupakan sesuatu yang dibeli oleh konsumen, memiliki nilai dan identitas atau ciri tertentu yang dilindungi secara hUkum. | <ul style="list-style-type: none"> a. sebagai identitas b. sebagai alat promosi. c. untuk membina citra d. dan untuk mengendalikan pasar. |
| | Kemasan (X3) | Kemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Biasanya fungsi utama dari kemasan adalah | <ul style="list-style-type: none"> a.sebagai logo perusahaan dan label yang berisikan informasi produk. |

| | | | |
|---------------------|---------------------|---|--|
| Atribut produk | | untuk menjaga produk. | b. ukuran suatu kemasan umumnya disesuaikan dengan isi kemasan c. ukurannya disesuaikan dengan panjang, lebar, maupun tipis tebalnya |
| | Warna (X4) | Warna merupakan salah satu unsur keindahan dalam seni dan desain, selain unsur-unsur visual lainnya. Warna juga merupakan objektif sebagai sifat cahaya yang dipancarkan atau sebagai bagian dari pengalaman indera penglihatan | a menarik minat konsumen dalam membeli suatu produk. b. daya tarik didalam membeli sebuah produk. c. sifat cahaya yang dipancarkan sebagai bagian dari indera penglihatan. |
| | | | |
| Keputusan Pembelian | Keputusan pembelian | Kecenderungan konsumen untuk membeli atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian | a. Membeli karena kualitas produk b. Membeli karena fitur produk c. Membeli karena desain produk Yuan Niken Anggraeni(2017) |

3.5. Metode Pengumpulan data

Menurut Arikunto (2006: 151) “Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporannn tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui”. Menurut Tjiptono (2002: 71) “Kuesioner dimaksudkan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban responden

yang kemudian dijadikan informasi sebagai bahan dasar pengambilan keputusan pemasaran”.

Penelitian ini menggunakan jenis angket tertutup berbentuk *check list* sehingga responden menjawab pertanyaan sesuai dengan pilihan jawaban yang telah ditentukan peneliti, sehingga lebih terarah. Arikunto (2006:152) berpendapat bahwa ”Kuesioner tertutup, yang sudah disediakan jawaban sehingga responden tinggal memilih”. Menurut Arikunto (2006:152) *check list* adalah”Sebuah daftar dimana responden tinggal membubuhkan tanda cek (√) pada kolom yang sesuai”.

Alasan peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berupa angket adalah sebagai berikut:

- 1) Tidak memerlukan hadirnya peneliti
- 2) Jumlah responden yang banyak tidak mungkin ditemui satu-persatu serta untuk menghemat waktu, tenaga, dan biaya.
- 3) Responden dapat leluasa menjawab karena tidak dipengaruhi oleh sikap peneliti terhadap responden.
- 4) Data yang terkumpul lebih mudah untuk dianalisis karena pertanyaan yang diajukan sama dan telah ditentukan terlebih dahulu standar nilainya.

Skala likert (likert skala) merupakan suatu skala psikometrik yang umum digunakan di dalam kuisiner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Data ini memperlihatkan jarak yang sama dari ciri atau sifat obyek yang di ukur. Data yang diperoleh dari hasil pengukuran menggunakan skala interval dinamakan data interval. Menurut Hartono (2010:65) skala likert merupakan suatu alat untuk mengukur respon subjek kedalam 5 poin skala dengan interval yang Sama. Dengan demikian tipe data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe interval. Skala likert digunakan kedalam 5 titik yaitu dengan bobot nilai 1 sampai dengan 5 dari masing-masing pernyataan. Dimana skala ini menggunakan tingkatan gradasi sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Adapun pemberian bobot skor jawaban sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) : memiliki bobot nilai 1
2. Tidak Setuju (TS) : memiliki bobot nilai 2
3. Cukup setuju (CS) : memiliki bobot nilai 3

4. Setuju (S) : memiliki bobot nilai 4
5. Sangat Setuju (SS) : memiliki bobot nilai 5

3.5. Metode Analisis

3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk menilai karakteristik dari sebuah data. karakteristik dalam sebuah data yaitu, Nilai mean, Median, Sum, Variance, Standar Error, Standar Error of mean, mode, range, dan kurtosis. Analisis yang paling mendasar untuk menggambarkan keadaan data secara umum. Analisis Data Deskriptif ini meliputi beberapa hal, yakni Distribusi Frekuensi, pengukuran tendensi pusat, dan pengukuran variabilitas (Wiyono,2001).

3.5.2. Uji Validitas

Menurut Sugiharto dan sitinjak (2006) validitas berhubungan dengan suatu perubahan yang mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Pengertian validitas merupakan aspek kecermatan pengukuran. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu pengukuran. Ghazali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini, pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan jika nilai P value atau signifikansi $< 0,05$ maka item atau pernyataan tersebut dikatakan valid dan sebaliknya.

3.5.3. Uji Reliabilitas

Sugiyono (2013), Mengatakan bahwa reliabilitas merupakan tingkat konsistensi suatu tes, adalah sejauh mana tes dapat dipercaya untuk menghasilkan skor yang konsisten, relative tidak berubah meskipun diteskan pada situasi yang berbeda. Realibilitas merupakan keakuratan dan ketepatan dari suatu alat ukur dalam suatu prosedur.suatu hasil pengukuran yang dapat

dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah. Reliabilitas merupakan milik dari satu set nilai tes bukan milik tes itu sendiri, artinya suatu tes dikatakan baik apabila dapat menghasilkan skor yang cukup akurat, apabila tes tersebut diberikan pada kelas tertentu, maka bisa juga menghasilkan skor yang cukup konsisten bila diberikan pada kelas yang berbeda atau ketika diberikan pada kelas yang sama pada waktu yang berbeda. Suatu tes dikatakan reliable jika dua buah tes dilakukan pada jarak waktu yang berbeda dan menunjukkan skor yang tidak jauh berbeda. Reliabilitas dapat dinyatakan untuk dua atau lebih pengukuran independen yang diperoleh dari tes yang sama untuk setiap anggota kelompok.

Hartono (2013: 146), mengatakan bahwa reliabilitas menunjukkan akurasi dan ketepatan dari pengukurannya. Menurut Sukadji (2000), uji reliabilitas adalah seberapa besar derajat tes mengukur secara konsisten sasaran yang diukur. Reliabilitas dinyatakan dalam bentuk angka, biasanya sebagai koefisien. Koefisien yang tinggi berarti reliabilitas yang tinggi.

Dalam penelitian yang menggunakan metoda kuantitatif, kualitas pengumpulan data sangat ditentukan oleh kualitas instrumen atau alat pengumpul data yang digunakan. Suatu instrumen penelitian dikatakan berkualitas dan dapat dipertanggungjawabkan jika sudah terbukti validitas dan reliabilitasnya. Pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, tentunya harus disesuaikan dengan bentuk instrumen yang akan digunakan dalam penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu Ghozali (2013:47). Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach's Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika koefisien Cronbach's Alpha $> 0,6$ (Ghozali, 2005: 41).

3.5.4. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan representatif. Uji asumsi klasik digunakan untuk dapat memperoleh nilai perkiraan yang tepat dan tidak bias dari persamaan regresi, maka dalam menganalisis data

dibutuhkan beberapa asumsi klasik. Ada tiga pengujian dalam uji asumsi klasik terdiri dari Uji Normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

3.5.4.1 Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel bebas pada model regresi. Jika terjadi korelasi maka terdapat problem multikolinearitas (multiko). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Menurut Singgih Santoso (2001) untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dilakukan dengan mengamati:

- 1) Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan Tolerance.
Pedoman suatu model regresi yang bebas multiko adalah:
 - a) Mempunyai nilai VIF disekitar angka 1
 - b) Mempunyai angka TOLERANCE mendekati 1
- 2) Besaran korelasi antar variabelindependen, Pedoman suatu model regresi yang bebas multiko adalah mempunyai koefisien korelasi antar variabel independent haruslah lemah (dibawah 0,5). Jika korelasi kuat, maka terjadi problem multikolinearitas

3.5.4.2. Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat masalah autokorelasi. Model regresi yang baik seharusnya regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pedoman D-W (*Durbin Watson*). Menurut Singgih Santoso (2001) untuk mendeteksi adanya autokorelasi ada 3, yaitu:

1. Angka D-W di bawah -2 berarti diindikasikan ada autokorelasipositif.
2. Angka D-W di antara -2 sampai 2 berarti diindikasikan tidak ada autokorelasi.
3. Angka D-W di atas 2 berarti diindikasikan ada autokorelasinegatif.

3.5.4.3. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui terjadinya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada *Scatterplot* yang menunjukkan hubungan antara *Regression Studentised Residual* dengan *Regression Standardized Predicted Value*. Menurut Singgih Santoso (2001) dasar pengambilan keputusan berkaitan dengan gambar tersebut adalah:

1) Jika ada pola tertentu, seperti titik – titiknya membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka diindikasikan terdapat masalah heteroskedastisitas.

2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik – titiknya menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka diindikasikan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

3.5.4.4. Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Deteksi normalitas dapat diketahui dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada suatu grafik.

Singgih Santoso (2001) menetapkan dasar pengambilan keputusan yang digunakan sebagai berikut:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.5.5. Pengujian Hipotesis

3.5.5.1. Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis data adalah suatu cara yang digunakan dalam penelitian untuk membuktikan hipotesis yang di ajukan dan selanjutnya untuk diambil kesimpulan dari hasil yang diperoleh melalui analisis data tersebut. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linear berganda merupakan suatu metode yang digunakan untuk melihat bentuk hubungan antara variable independent (bebas), dan mempunyai hubungan garis lurus dengan variable dependent (terikat). Kurniawan (2008) regresi linier merupakan statistika yang digunakan untuk membentuk model hubungan antara variable terikat dan variable bebas. Regresi digunakan untuk melihat bentuk hubungan antar variable melalui suatu persamaan. Dalam regresi linear sederhana bentuk persamaan regresi linear dapat digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = keputusan pembelian

X = atribut produk

X1= merek

X2= harga

X3= kemasan

X4= warna

a = konstanta

b = koefisien regresi

Ho: artinya variabel atribut produk (merek, harga, kemasan, warna) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. H1: artinya variabel atribut produk berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Selanjutnya, dasar pengambilan keputusan, yaitu:

- a. Jika p-value < a (0,05): maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya variabel atribut produk berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian

- b. Jika $p\text{-value} > \alpha (0,05)$: maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel atribut produk tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Model regresi yang sudah memenuhi syarat asumsi klasik tersebut akan digunakan untuk menganalisis melalui pengujian hipotesis sebagai berikut :

3.5.5.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah setiap variabel bebas (independent) memiliki pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat (dependent). Cara melakukan uji t adalah dengan membandingkan signifikansi t hitung dengan ketentuan jika signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima dan jika signifikansi $> 0,05$ maka H_a ditolak. Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara parsial masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan:

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$

H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

3.5.5.3. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Dari model persamaan ini akan dapat diketahui *coefficient of determination* yang menunjukkan persentase dari variabel terikat.