

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian terdiri dari dua variabel yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas (*Independent variable*), yaitu Atribut Produk (X) yang terdiri dari Kualitas Produk, Fitur Produk, Gaya dan Desain Produk.
2. Variabel terikat (*dependent variabel*), yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah anggota komunitas *official lounge* HTC One M8 dalam forum kaskus. Tempat dilakukannya penelitian ini yaitu secara *online* melalui *survey online*.

#### **3.2 Metode dan Atribut Penelitian**

##### **3.2.1 Metode Penelitian**

Metode penelitian dalam pembuatan karya ilmiah adalah satu hal yang sangat penting dan tidak boleh terlewatkan, karena metode penelitian adalah sebuah cara untuk mendapat data dan menggambarkan langkah untuk memecahkan masalah yang akan diteliti. Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan ditemukan, dibuktikan, dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga pada saatnya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengatasi masalah yang dihadapi (Sugiyono:2013).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif adalah metode dalam meneliti status,

sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran atau kelas peristiwa pada masa sekarang. Penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat serta hubungan-hubungan antara fenomena yang diteliti (Sugiyono:2013). Melalui metode deskriptif ini maka akan diperoleh gambaran atribut produk yang dimiliki HTC One M8 menurut anggota komunitas *official lounge* HTC One M8, dan gambaran keputusan pembelian HTC One M8 Menurut anggota komunitas *official lounge* HTC One M8.

Sedangkan penelitian verifikatif bertujuan untuk menguji kebenaran hipotesis yang dicocokkan melalui pengumpulan data di lapangan guna memprediksi dan menjelaskan hubungan variabel satu dengan yang lain. Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui data lapangan (Arikunto:2010). Dalam penelitian ini diuji mengenai pengaruh gambaran seberapa besar pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian smartphone HTC One M8 di komunitas *official lounge* HTC One M8 forum kaskus menurut anggota.

### **3.2.2 Desain Penelitian**

Menurut Sugiyono (2010) desain penelitian adalah keseluruhan dari perencanaan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan untuk mengantisipasi beberapa kesulitan yang mungkin timbul selama proses penelitian. Karena desain penelitian merupakan strategi untuk mendapatkan data yang dibutuhkan untuk keperluan pengujian hipotesis atau untuk menjawab pertanyaan penelitian sebagai alat pengontrol variable yang berpengaruh di dalam penelitian.

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka desain penelitian yang digunakan adalah riset kausal, karena akan membuktikan hubungan sebab akibat atau hubungan antara variable pengaruh (*Independent variable*) dan variable terpengaruh (*dependen variable*). Dalam hal ini atribut produk yang mempengaruhi atau meningkatkan keputusan pembelian *smartphone* HTC One M8.

### 3.3 Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2013:59) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Selanjutnya Sugiyono menjelaskan, variabel independen atau sering dikatakan sebagai variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen, sedangkan variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen.

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Atribut Produk (X)	Kualitas Produk	- Tingkat keawetan HTC One M8 - Tingkat daya tahan HTC One M8	Ordinal
“Atribut produk merupakan pengembangan suatu produk atau jasa yang	Fitur Produk	- Tingkat keragaman fitur HTC One M8 - Tingkat kegunaan fitur HTC One M8	Ordinal

melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan”.			
Kotler dan Amstrong (2010:253)	Gaya dan Desain Produk	- Tingkat daya tarik bentuk HTC One M8 - Tingkat daya tarik warna HTC One M8	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)  “Tahap evaluasi bagi konsumen untuk membentuk pilihan diantara merek yang ada dan membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai”.	Pemilihan Produk	- Tingkat pemilihan produk ditentukan berdasarkan keunggulan yang tidak dimiliki oleh perangkat sejenis	Ordinal
	Pemilihan Merek	- Tingkat pemilihan produk ditentukan berdasarkan citra merek - Tingkat pemilihan produk ditentukan berdasarkan kepercayaan merek	Ordinal
	Pemilihan Saluran Distribusi	- Tingkat kemudahan dalam mendapatkan HTC One M8	Ordinal
	Waktu Pembelian	- Tingkat pembelian dilakukan pada saat promosi - Tingkat pembelian dilakukan berdasarkan kebutuhan	Ordinal
	Metode Pembayaran	- Tingkat keragaman metode pembayaran - Tingkat kemudahan dalam melakukan pembayaran	Ordinal
Kotler dan Keller (2012:170)			

### 3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya data dibedakan menjadi dua, yaitu primer

dan sekunder. Menurut Sugiyono (2012:137) sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya melalui orang lain atau dokumen.

Pada penelitian ini sumber data primer diperoleh melalui penyebaran pra-penelitian kepada 10 responden berupa wawancara terbuka. Untuk sumber data sekunder diperoleh dari pengumpulan hasil penelitian pihak lain berupa jurnal ilmiah, buku-buku akademis, data yang tersedia dari perusahaan, website, artikel-artikel, dan majalah, serta sumber lain yang relevan dengan penelitian ini.

### **3.4.2 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data seperti berikut ini:

1. Kuesioner (angket); Menurut Sugiyono (2012:142) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tersebut dilakukan sendiri oleh responden tanpa bantuan dari pihak peneliti. Pertanyaan yang diajukan pada responden harus jelas dan tidak meragukan responden.

Angket adalah alat pengumpulan data yang berisi sejumlah pertanyaan ataupun pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden. Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner berisi pertanyaan mengenai atribut produk HTC One M8 terhadap keputusan pembelian

2. Wawancara; Wawancara merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung, mendalam, tidak terstruktur, dan individual menggunakan pertanyaan lisan kepada subjek penelitian (Indriantoro dan Supomo, 2001). Data yang dikumpulkan umumnya berupa masalah yang bersifat kompleks, sensitif atau kontroversial. Mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan dalam pertemuan tatap muka langsung, tidak restruktur, dan individual.
3. Observasi (pengamatan); Observasi dilakukan dengan mengamati langsung objek yang berhubungan dengan masalah yang diteliti khususnya mengenai atribut produk dan keputusan pembelian *smartphone* HTC One M8.
4. Studi Kepustakaan; Pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, jurnal, situs website, majalah, guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah dan variabel yang diteliti antara lain mengenai atribut produk dan keputusan pembelian.

### **3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel**

#### **3.5.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2012:80), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang

dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.

Berdasarkan pengertian populasi tersebut, yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah para anggota komunitas *official lounge* HTC One M8 dalam forum kaskus. Dipilihnya *official lounge* HTC One M8 karena forum tersebut dinilai sebagai wadah aktif para pengguna *smartphone* HTC One M8.

Total jumlah anggota member yang aktif hingga saat ini tanggal 9 November 2015 yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah 281 orang.

### **3.5.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2012:81), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengertian lain menurut Suharsimi Arikunto (2010:131), Sampel adalah sebagian wakil populasi yang diteliti.

Dalam penelitian ini dilakukan penarikan sampel yang dapat mewakili seluruh unit populasi. Metode penarikan sampel yang dipakai yaitu Metode *Non-probability Sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan dan tujuan tertentu (Sugiyono, 2013)

Kriteria sampel yang digunakan peneliti untuk penelitian ini adalah anggota komunitas *official lounge* HTC One M8 dalam forum kaskus karena mereka telah melakukan keputusan pembelian HTC One M8

### 3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel

Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur sampel pada penelitian ini digunakan rumus Slovin (Husein Umar, 2008:141), yakni ukuran sampel yang merupakan perbandingan dan ukuran populasi dengan persentasi kelonggaran ketidaktelitian, karena dalam pengambilan sampel dapat ditolerir atau diinginkan.

Adapun rumus yang digunakan yaitu sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang ditolerir 10%

Dalam menciptakan populasi (N), maka dilakukan perhitungan dengan menggunakan rata-rata. Berdasarkan rumus Slovin diatas, maka ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{281}{1 + (281)(0.1)^2}$$

$$n = \frac{281}{1 + (281)(0.01)}$$

$$n = \frac{281}{3,81}$$

n = 73,7 dibulatkan menjadi 74

### **3.6 Rancangan Analisis Data dan Hipotesis**

#### **3.6.1 Rancangan Analisis Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan kuesioner, maka setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengolah dan menafsir data, sehingga dari hasil kuesioner tersebut dapat terlihat pengaruh atribut produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y).

Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala ordinal 1 sampai 5. Setiap jawaban memiliki skor yang berbeda-beda. Adapun skor untuk setiap jawaban sebagai berikut:

STS (Sangat Tidak Setuju) = 1

TS (Tidak Setuju) = 2

R/T (Ragu-Ragu/Tidak Tahu) = 3

S (Setuju) = 4

SS (Sangat Setuju) = 5

#### **3.6.2 Pengujian Validitas dan Pengujian Reliabilitas**

Dalam penelitian, data mempunyai kedudukan yang paling tinggi, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Benar tidaknya data, sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian. Sedang benar tidaknya data, tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Pengujian instrumen biasanya terdiri dari uji validitas dan reliabilitas.

### 3.6.2.1 Uji Validitas

Menurut Arikunto (2010:211), “validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen”. Instrumen yang valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2010:172). Dengan kata lain, uji validitas ialah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian.

Dalam penelitian ini, pengujian validitas instrumen menggunakan rumus korelasi *Product-Moment* Pearson 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 validitas item yang dicari, dua variabel yang dikorelasikan

$X$  : skor item instrumen yang akan digunakan

$Y$  : skor semua item instrumen dalam variabel tersebut

$n$  : jumlah responden

Tingkat validitas diperoleh dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , apabila nilai  $r_{hitung}$  positif serta  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% maka item atau variabel tersebut dikatakan valid, demikian sebaliknya apabila  $r_{hitung}$  tidak positif dan  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item atau variabel tersebut tidak valid.

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 22.0 *for windows*. Hasil perhitungan dari uji validitas yang dilakukan kepada 30 orang responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Hasil Pengujian Validitas Penelitian**  
**Variabel X (Atribut Produk)**

No. Item	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Ket.
<b>Kualitas Produk</b>				
1.	HTC One M8 Merupakan Produk Yang Awet	0,760	0,361	Valid
2.	HTC One M8 Memiliki Tingkat Daya Tahan (Kualitas Fisik) Yang Baik	0,840	0,361	Valid
<b>Fitur Produk</b>				
3.	HTC One M8 Memiliki Fitur Yang Beragam.	0,608	0,361	Valid
4.	HTC One M8 Memiliki Fitur Yang Bermanfaat	0,620	0,361	Valid
<b>Gaya dan Desain Produk</b>				
5.	HTC One M8 Memiliki Daya Tarik Bentuk Yang Baik	0,433	0,361	Valid
6.	HTC One M8 Memiliki Daya Tarik Warna Yang Baik	0,594	0,361	Valid

**Tabel 3.3**  
**Hasil Pengujian Validitas Penelitian**  
**Variabel Y (Keputusan Pembelian)**

No. Item	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Ket.
<b>Pemilihan Produk</b>				
1.	Saya Membeli HTC One M8 Berdasarkan Keunggulan Yang Tidak Dimiliki Produk Lain	0,555	0,361	Valid
<b>Pemilihan Merek</b>				
2.	Saya Membeli HTC One M8 Berdasarkan Citra Merek HTC	0,453	0,361	Valid
3.	Saya Membeli HTC One M8 Karena Percaya Terhadap Produk-Produk HTC.	0,433	0,361	Valid
<b>Pemilihan Saluran Distribusi</b>				
4.	Saya Tidak Mendapat Kesulitan Ketika Mencari Untuk Membeli HTC One M8	0,558	0,361	Valid

<b>Waktu Pembelian</b>				
5.	Saya Membeli HTC One M8 Karena Ada Tawaran Diskon	0,647	0,361	Valid
6.	Saya Membeli HTC One M8 Berdasarkan Kebutuhan	0,761	0,361	Valid
<b>Metode Pembayaran</b>				
7	Banyak Metode Pembayaran Yang Ditawarkan Untuk Pembelian HTC One M8	0,493	0,361	Valid
8	Metode Pembayaran Untuk Pembelian HTC One M8 Tidak Sulit	0,725	0,361	Valid

### 3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu tingkatan yang mengukur konsistensi hasil jika dilakukan pengukuran berulang pada suatu karakteristik. Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi.

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *alpha cronbach* 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 banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$  : jumlah varian butir/item

$\sigma_t^2$  : varian total

Instrumen dikatakan reliabel bila  $r_{hitung}$  positif dan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Demikian pula sebaliknya apabila  $r_{hitung}$  negatif dan  $r_{hitung}$

$< r_{\text{tabel}}$ , maka butir atau variabel tersebut tidak reliabel. Perhitungan realibilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 22.0 *for Windows*.

Berdasarkan jumlah kuesioner yang disebar kepada 30 responden dengan  $r_{\text{tabel}}$  0,361. Adapun hasil pengujian realibilitas dalam penelitian ini ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Variabel X (Atribut Produk)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,727	6

Berdasarkan hasil pengujian, nilai  $r_{\text{hitung}}$  Atribut Produk sebesar 0,727  $> r_{\text{tabel}}$  0,361 maka dapat disimpulkan bahwa item-item instrumen penelitian tersebut reliabel.

**Tabel 3.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Variabel Y (Keputusan Pembelian)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,707	8

Berdasarkan hasil pengujian, nilai  $r_{\text{hitung}}$  keputusan pembelian sebesar 0,707  $> r_{\text{tabel}}$  0,361 maka dapat disimpulkan bahwa item-item instrumen penelitian tersebut reliabel.

### 3.6.3 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode atau cara yang digunakan untuk menganalisis serta mengukur data dalam proses pengujian hipotesis untuk mendapatkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

#### 3.6.3.1 *Method of Succesive Interval* (MSI)

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut:

- a. Pengambilan data ordinal dari hasil kuesioner.
- b. Setiap pertanyaan, dihitung proporsi kumulatifnya.
- c. Menghitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh dengan menggunakan tabel normal.
- d. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai Z pada rumus distribusi normal.
- e. Menghitung nilai skala dengan rumus “*method of succesive interval*”

$$Scale Value = \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{Kepadatan batas atas}}{\text{Daerah dibawah batas atas} - \text{Daerah dibawah batas bawah}}$$

#### 3.6.3.2 Analisis Korelasi

Analisis korelasi menurut Sugiyono (2012:228) adalah teknik korelasi yang digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk interval atau rasio.

Koefisien korelasi pearson digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya hubungan linier antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) serta mempunyai tujuan untuk meyakinkan bahwa pada kenyataannya terdapat hubungan antara atribut produk terhadap keputusan pembelian.

Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi ( $r$ ). Nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1, artinya:

$r = 1$ , hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif)

$r = -1$ , hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif)

$r = 0$ , hubungan X dan Y lemah sekali dan tidak ada hubungan.

Penentuan koefisien korelasi ( $r$ ) dalam penelitian ini menggunakan koefisien korelasi *pearson's product moment* dengan formula sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

(Sugiyono 2013:183)

Keterangan:

$n$  = Banyaknya item yang diteliti

$y$  = Nilai variabel X yaitu Atribut Produk

$x$  = Nilai variabel Y yaitu Keputusan Pembelian

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

**Tabel 3.6**  
**Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	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 – 1,000	Sangat Kuat

### 3.6.3.3 Analisis Regresi Sederhana

Pada penelitian ini digunakan analisis regresi untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini digunakan regresi linier sederhana karena data-data yang ada di dalam penelitian ini masih bersifat sederhana yaitu hanya ada satu variabel dependen dan satu variabel independen. Persamaan untuk regresi linier sederhana adalah:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

$Y'$  = Nilai yang diprediksikan

$a$  = Konstanta atau bilangan harga  $X = 0$

$b$  = Koefisien regresi

$X$  = Nilai variabel independen

Untuk dapat menemukan persamaan regresi, maka harus dihitung terlebih dahulu harga  $a$  dan  $b$  dengan rumus sebagai berikut:

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

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Keterangan:

$a$  = konstanta (nilai  $Y$  pada saat nol)

$b$  = koefisien regresi

$n$  = ukuran sampel atau banyak data di dalam sampel

$X$  = nilai variabel independen

$Y$  = nilai variabel dependen

### 3.6.3.4 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain (Santosa & Ashari, 2005:125). Dalam bahasa sehari-hari adalah kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel tetapnya dalam satuan persentase. Rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi

### 3.6.4 Uji Hipotesis

#### 3.6.4.1 Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah ketiga indikator variabel X yaitu kualitas, fitur, gaya dan desain bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

F : Pendekatan distribusi probabilitas

R : Koefisien determinan

k : Jumlah variabel bebas

n : Jumlah sampel

Dengan syarat:

$H_0 = b_1, b_2, b_3 = 0$  (Atribut Produk yang terdiri dari kualitas, fitur, gaya dan desain secara serempak tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian)

$H_1 = b_1, b_2, b_3 \neq 0$  (Atribut Produk yang terdiri dari kualitas, fitur, gaya dan desain secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian)

Sedangkan kriteria penolakan hipotesis atas dasar signifikan pada taraf nyata adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, dan jika
- b.  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.