# BAB III

# METODOLOGI PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini digunakan untuk menggambarkan suatu fenomena yang terjadi dengan hasil data yang ada di lapangan yang kemudian akan disajikan dalam bentuk tertulis maupun tabel. Azwar (2012: 5), Penelitian kuantitatif menekankan analisis data-data numerik (angka) diolah dengan metode statistik. Pendekatan kuantitatif dilakukan dengan penelitian inferensial untuk menguji hipotesis dan membangun kesimpulannya dengan hasil dari kemungkinan kesalahan penolakan hipotesis nihil. Metode ini akan mengetahui signifikan kelompok atau signifikan hubungan antar variabel diteliti. Data kuantitatif penelitian ini berupa pendapat responden dalam kuesioner.

Dengan demikian tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan, Display produk, Citar merek, dan Gaya hidup terhadap Keputusan Pembelian.

1. **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan di Toko Queen Accessories Solo yang berada di Jl. Dr. Radjiman No. 136, Kemlayan, Kec. Serengan, Kota Surakarta. Waktu penelitian Pemilihan ini disesuaikan dengan pencapaian data dan

informasi yang dibutuhkan peneliti, diperkirakan bulan Oktober 2021 – Desember 2021.

Penulis memilih tempat penelitian ini karena belum adanya penelitian dilokasi tersebut dan hasil dari penelitian dapat memudahkan perusahaan dalam mengevaluasi pemasaran di Toko Queen Accessories Solo.

**C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

1. Populasi

Populasi merupakan daerah generalisasi terdiri dari obyek atau subjek yang memiliki kualitas dan ciri eklusif yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi berkaitan dengan manusia dan benda-benda alam (Sugiyono, 2019: 80). Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen di Toko Queen Accessories Solo selama 1 bulan dengan jumlah 6.600 orang (Terdapat 220 konsumen sehari dikalikan 30 hari atau satu bulan).

1. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (Sunyoto, 2014: 48). Menurut Sugiyono (2019: 81), bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan jumlah sampel yang ditetapkan.

Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan teknik Slovin, rumus dan perhitungan sederhana dalam menentukan sampel (Sugiyono, 2019: 88) yaitu :

n = N

1+N(*e*)2

Keterangan :

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

*e*= Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; *e* =0,1 dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut :

* Nilai *e* = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar
* Nilai *e* = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Slovin yaitu antara 10-20% dari populasi penelitian. Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 6.600 konsumen, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka jumlah penelitian ini sebagai berikut:

n = 6.600

1+ 6.600 (10%)2

 = 6.600

 67

 = 98,5 = Dibulatkan menjadi 100 responden

Dengan demikian peneliti yakin bahwa tingkat kepercayaan 98,5. Jadi sampel yang diambil sebesar 100 responden dari semua konsumen Toko Queen Accesories Solo.

3. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel penulis memilih menggunakan teknik *simple random sampling*, bisa juga disebut sebagai teknik pengambilan sampel sederhana. *simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel anggota populasi yang dilakukan secara acak, tanpa memperhatikan tingkatan yang terdapat dalam populasi tersebut (Istiatin, 2018: 80).

Dimana peneliti secara sengaja menggunakan pertimbangan pribadi dalam memilih anggota populasi yang dianggap sesuai dalam memberikan informasi yang dibutuhkan untuk peneliti.

**D. Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan beberapa jenis pengumpulan data, antara lain :

1. Data Primer

 Sunyoto (2014: 28) data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah riset secara khusus. Dalam riset pemasaran, data primer diperoleh secara langsung dari sumbernya, sehingga periset merupakan tangan pertama yang memperoleh data tersebut.

Dalam hal ini peneliti melakukan pengumpulan data dengan langkah menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpilan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019: 142).

1. Data Sekunder

Sunyoto (2014: 42) mengatakan bahwa Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, bukan oleh periset itu sendiri, untuk tujuan lain, hal ini mengandung arti bahwa periset hanya memanfaatkan data yang sudah ada untuk risetnya. Penelitian ini menggunakan data sekunder dari buku-buku yang berhubungan dengan manajemen pemasaran, penelitian terdahulu, dan jurnal ilmiah.

**E. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam sebuah penelitian, sebab tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data yang akurat, sehingga tanpa mengetahui teknik pengumpulan data peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan (Sugiyono,2019: 224). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode observasi, dokumentasi, kuesioner, wawancara, dan studi pustaka.

1. Observasi

 Pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap gejala pada objek penelitian. Metode yang cukup mudah dilakukan untuk mengumpulkan data (Sugiyono,2019: 194). Metode ini dilakukan agar peneliti mendapatkan gambaran yang lebih luas tentang permasalahan yang diteliti. Observasi ini mengenai Keputusan Pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan cara menganalisis segala bentuk dokumen berupa barang, benda tertulis dan tidak hanya berupa tulisan tetapi dapat berupa peninggalan seperti prasasti atau lambang-lambang lain yang berhubungan dengan masalah yang sedang dipelajari (Istiatin,2018: 36).

1. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu metode pengumpulan data dengan cara menyampaikan sekumpulan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diberikan jawaban sesuai dengan permintaan pengguna (Istiatin,2018: 36). Penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberikan kepada konsumen Toko Queen Accessories Solo dengan skala Likert berisi 5 tingkatan preferensi jawaban. Terdapat jawaban atas pertanyaan yang telah diberikan kepada responden dalam penilaian berupa angka. Skala Likert memiliki skor yang berbeda-beda, yaitu sebagai berikut :

5 skor untuk mewakili jawaban “Sangat Setuju” (SS)

4 Skor untuk mewakili jawaban “Setuju” (S)

3 skor untuk mewakili jawaban “Netral” (N)

2 Skor untuk mewakili jawaban “Tidak Setuju” (TS)

1 Skor untuk mewakili jawaban “Sangat Tidak Setuju” (STS)

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2018: 140), wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara (interview) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewe) untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang diberikan. Wawancara menjadi salah satu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian

 Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara langsung terhadap konsumen Toko Queen Accessories Solo.

1. Studi Pustaka

Sugiyono (2019: 194) mengatakan bahwa diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan. Hasil penelitian juga semakin lengkap apabila didukung foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada. Dalam penelitian kepustakaan ini, peneliti mencari data kepustakaan berupa teori tentang keputusan berkunjung ditinjau dari Kualitas Pelayanan, *Display Produk*, Citra Merek, Gaya Hidup.

**F. Definisi Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah suatu kegiatan mempunyai variasi tertentu ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono,2019: 38). Variabel-variabel yang terdapat di dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel Terikat Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan keinginan konsumen untuk membeli produk yang disukainya dan membeli produk sesuai dengan anggaran yang dimiliki konsumen.

1. Variabel Bebas Terdiri dari :
2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayananmerupakan tindakan dan kemampuan karyawan dalam perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, sesama karyawan, dan pimpinan.

1. *Display produk*

*Display produk* merupakan penataan barang diperusahaan yang dilakukan karyawan untuk menarik perhatian konsumen agar membeli produk yang dijual.

1. Citra merek

Citra merekmerupakan pemberian nama suatu produk dari perusahaan agar bisa diingat oleh konsumen dan produk dipasar banyak peminatnya.

1. Gaya hidup

Gaya hidupmerupakan pola hidup seseorang dalam berinteraksi didalam suatu lingkungan untuk memenuhi kepuasan di dunia.

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini meliputi:

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Definisi Operasional** | **Indikator** | **Kisi-kisi** |
| Keputusan Pembelian (Y) | Keputusan pembelianmerupakan keinginan konsumen membeli produk yang disukai dan sesuai butget yang konsumen punya . | 1. Kemudahan menemukan suatu produk
2. Prioritas dalam membeli
3. Pembelian ulang

Menurut Luthfianto& Suprihhadi (2017) | 1. Saya memilih Toko Queen Accessories Solo karena mudah untuk menemukan barang yang saya inginkan
2. Saya merasa puas setelah melakukan pembelian produk di Toko Queen Accesories Solo
3. Selalu melakukan pembelian produk di Toko Queen Accesories Solo karena beda dari toko aksesoris yang lain
4. Membeli kembali produk di Toko Queen Accesories Solo
5. Merekomendasikan Toko Queen Accesories sebagai toko accesories terlengkap dan murah ke teman atau orang lain
 |
| Kualitas pelayanan (X1) | Kualitas pelayananmerupakan tindakan dan kemampuan karyawan dalam perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen, sesama karyawan, maupun pimpinan. | 1. Ketersediaan fasilitas fisik yang ada pada perusahaan.
2. Keandalan (kemampuan memberikan layanan yang memuaskan.
3. Ketanggapan (sikap tanggap atau kesadaran karyawan).
4. Jaminan dan kepastian
5. Empati (kemampuan memberikan rasa kepedulian dan perhatian)

Menurut Putra & Dwijayanti (2021)  | 1. Kelengkapan produk di Toko Queen Accessories Solo sangat bervariasi
2. Karyawan di Toko Queen Accesories Solo memberikan pelayanan yang baik selama proses pembelian
3. Karyawan Toko Queen Accesories Solo cepat tanggap dalam melayani konsumen
4. Karyawan Toko Queen memberikan informasi produk secara jelas kepada konsumen
5. Karyawan di Toko Queen Accesories Solo mampu merespon keinginan konsumen
 |
| *Display Produk* (X2) | *Display produk* merupakan penataan barang diperusahaan yang dilakukan karyawan untuk menarik perhatian konsumen agar membeli produk yang dijual. | 1. Mudah dilihat
2. Mudah dijangkau
3. Kerapian penataan produk
4. Terlihat menarik

Menurut Ningsih (2019) | 1. Toko Queen Accesories Solo memberikan penerangan yang baik terhadap barang yang dipajang
2. Produk di Toko Queen Accessories Solo ditata menggunakan rak yang mudah di jangkau/ambil
3. Barang di tempatkan bekelompok sesuai jenis sehingga mudah dicari
4. Toko Queen Accessories Solo memiliki ruangan dengan sisi aesthetic
5. Saya tertarik dengan penataan produk yang rapi di Toko Queen Accessories Solo
 |
| Citra Merek (X3) | Citra merekmerupakan pemberian nama suatu produk dari perusahaan agar bisa diingat oleh konsumen dan produk dipasar banyak peminatnya.  | 1. Merek produk
2. Reputasi baik produk
3. Kredibilitas produk(kepercayaan) perusahaan

Menurut Agustina *et al*., (2019)  | 1. Logo Toko Queen Accesories Solo mudah diingat
2. Merek toko Queen Accesories terkenal di Solo
3. Saya mengetahui Toko Queen Accesslrie Solo melalui media sosial
4. Toko Queen Accesories Solo lebih lengkap dari toko accesories yang lain
5. Saya tidak akan beralih ke toko accesories yang lain selain Toko Queen Accesories Solo
 |
| Gaya hidup (X4) | Gaya hidupmerupakan pola hidup seseorang dalam berinteraksi didalam suatu lingkungan untuk memenuhi kepuasan di dunia. | 1. Kegunaan produk
2. Memenuhi kebutuhan pembeli
3. Perasaan puas terhadap produk

Menurut Agustina *et al.*, (2019) | 1. Saya membeli produk di Toko Queen Accessories Solo sesuai kegunaannya
2. Toko Queen Accessories Solo selalu mengikuti trend untuk memenuhi kebutuhan konsumen
3. Toko Queen Accessories Solo selalu memberikan informasitentang produknyamelalui media terkini(misal: Instagram dan tiktok)
4. Harga yang ditetapkan Toko Queen Accessories SolO terjangkau
5. Produk di Toko Queen Accessories Solo mempunyai kualitas yang baik.
 |

**G. Uji Instrumen**

Dalam memperoleh data penelitian ini menggunakan kuesioner. Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh data adalah penggunaan kuesioner yang disusun secara sistematis berisi beberapa pernyataan yang diberikan kepada responden. Pengujian instrumen dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas suatu instrumen. Dari uji coba tersebut dapat dilihat kelayakan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Baik tidaknya instrumen yang digunakan akan mempengaruhi hasil penelitian. Dengan ini diharapkan hasil penelitian valid dan reliabel melalui penggunaan bantuan komputer SPSS *Statistics 22*.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013: 52). Dilakukan dengan cara membandingkan nilai rhitung dengan rtabel untuk *degree of freedom* (df) = n – 2 dalam hal ini adalah jumlah sampel. Suatu pertanyaan atau indikator dinyatakan valid, apabila rhitung > rtabel dan nilai positif, namun jika rhitung< rtabel, maka dinyatakan tidak valid.



Keterangan:

rxy = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

ΣXY = Jumlah hasil perkalian skor butir dengan skor total

ΣX = Jumlah skor butir

ΣX2 = Jumlah skor butir kuadrat

ΣY = Jumlah skor total

ΣY2 =Jumlah skor total kuadrat

Dari perhitungan tersebut dapat diketahui validitas masing-masing butir pernyataan.Maka apabila nilai r hitung > r tabel, berarti pernyatan valid danapabila nilai r hitung < r tabel, berarti pernyatan tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini, dilakukan terhadap 20 responden dengan rumus korelasi *Bivariate Person* dengan program SPPS *Statistics 22.* Hasil dari perhitungan uji validitas dapat dilihat tabel dibawah :

Tabel 3.2

Hasil Uji Validasi Keputusan pembelian

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
| Y1 | 0,643 | 0,444 | Valid |
| Y2 | 0,478 | 0,444 | Valid |
| Y3 | 0,883 | 0,444 | Valid |
| Y4 | 0,615 | 0,444 | Valid |
| Y5 | 0,818 | 0,444 | Valid |

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 3.2 dari semua pertanyaan pada variabel Y dikatakan valid karena nilai r hitung > r tabel adalah 0,444. Hal ini menunjukkan bahwa 5 pertanyaan variabel Y dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
| X1.1 | 0,541 | 0,444 | Valid |
| X1.2 | 0,867 | 0,444 | Valid |
| X1.3 | 0,837 | 0,444 | Valid |
| X1.4 | 0,653 | 0,444 | Valid |
| X1.5 | 0,635 | 0,444 | Valid |

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 3.3 dari semua pertanyaan pada variabel X1 dikatakan valid karena nilai r hitung > r tabel adalah 0,444. Hal ini menunjukkan bahwa 5 pertanyaan variabel X1 dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 3.4

 Hasil Uji Validasi Display Produk

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
| X2.1 | 0,526 | 0,444 | Valid |
| X2.2 | 0,837 | 0,444 | Valid |
| X2.3 | 0,554 | 0,444 | Valid |
| X2.4 | 0,734 | 0,444 | Valid |
| X2.5 | 0,813 | 0,444 | Valid |

 Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 3.4 dari semua pertanyaan pada variabel X2 dikatakan valid karena nilai r hitung > r tabel adalah 0,444. Hal ini menunjukkan bahwa 5 pertanyaan variabel X2 dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas Citra Merek

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
| X3.1 | 0,571 | 0,444 | Valid |
| X3.2 | 0,732 | 0,444 | Valid |
| X3.3 | 0,925 | 0,444 | Valid |
| X3.4 | 0,765 | 0,444 | Valid |
| X3.5 | 0,680 | 0,444 | Valid |

 Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 3.5 dari semua pertanyaan pada variabel X3 dikatakan valid karena nilai r hitung > r tabel adalah 0,444. Hal ini menunjukkan bahwa 5 pertanyaan variabel X3 dapat digunakan dalam penelitian.

 Tabel 3.6

 Hasil Uji Validasi Gaya Hidup

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
| X4.1 | 0,604 | 0,444 | Valid |
| X4.2 | 0,872 | 0,444 | Valid |
| X4.3 | 0,551 | 0,444 | Valid |
| X4.4 | 0,604 | 0,444 | Valid |
| X4.5 | 0,524 | 0,444 | Valid |

 Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 3.6 dari semua pertanyaan pada variabel X4 dikatakan valid karena nilai r hitung > r tabel adalah 0,444. Hal ini menunjukkan bahwa 5 pertanyaan variabel X4 dapat digunakan dalam penelitian.

1. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali,2013: 47). Untuk mengukur reliabilitas dari instrumen penelitian ini dilakukan dengan *Alpha Cronbach’s*. Yang rumusnya sebagai berikut :



Keterangan :

r11 : Nilai reliabilitas

∑Si : Jumlah varians skor tiap-tiap item

St  : Varians total

k : Jumlah item

Hasil uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPPS *Versi 22.* Hasil masing-masing uji reliabilitas dapat dilihat tabel dibawah :

Tabel 3.7

 Hasil Uji Reliabilitas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel  | *Cronbach's Alpha* | Kriteria | Keterangan |
| Keputusan Pembelian | 0,765 | *Cronvach's Alpha* > 0,60 | Reliabel  |
| Kualitas Pelayanan | 0,754 | Reliabel  |
| Display Produk | 0,783 | Reliabel  |
| Citra Merek | 0,840 | Reliabel  |
| Gaya Hidup | 0,636 | Reliabel  |

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, menyatakan bahwa Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan, *Display Produk*, Citra Merek, dan Gaya Hidup. Setiap variabel dalam kuesioner dapat dikatakan diterima, artinya kuesioner penelitian ini merupakan kuesioner yang reliabel atau dapat dipercaya.

**H. Asumsi Klasik**

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi data normal atau tidak. Dengan cara melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan ploting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2013: 161). Metode yang digunakan untuk mengetahui data normal atau tidak yaitu dengan *Kolmogorov-smirnov test* dengan kriteria jika nilai sig > α = 0,05 maka data berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai sig < α = 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) Ghozali (2013: 105). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas, mengacu pada nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikoloniearitas adalah nilai tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10 Ghozali (2013: 106).

1. Uji Heteroskesdastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar analisisnya adalah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastsitas (Ghozali,2013: 139).

Untuk menguji heteroskesdastisitas penelitian ini menggunakan metode uji glejser. Dilakukan dengan meregresikan absolut residual dengan variabel bebas. Dapat dilihat dari probabilitas signifikasi untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas, jika signifikasinya diatas 5% maka tidak mengandung adanya heteroskedastisitas (Ghozali,2015: 142).

**I. Analisa Data**

Setelah data mentah melewati serangkaian kegiatan pengolahan data, maka ada tahap analisis yang bertujuan untuk mempersempit dan membatasi temuan sehingga menjadi data yang terorganisir, terstruktur, dan lebih bermakna (Istiatin, 2018: 101).

1. Regresi Linear Berganda

Menurut Santoso (2013: 221) analisis regresi berganda digunakan untuk memprediksi besar variabel tergantung *(dependent variabel)* menggunakan data dari dua atau lebih variabel bebas *(independent variabel)* yang sudah diketahui besarnya. Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih regresinya disebut juga regresi berganda. Oleh karena variabel independen dalam penelitian ini mempunyai variabel yang lebih dari dua, maka regresinya disebut regresi berganda. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu Kualitas pelayanan(X1), *Display produk* (X2), Citra merek (X3), dan Gaya hidup (X4) terhadap variabel dependen atau terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Persamaan umum regresi berganda menurut Sugiyono (2019: 192) adalah:

**Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4 + e**

Keterangan :

Y : Variabel terikat (Keputusan pembelian)

a : Konstanta

b1 : Koefisien regresi variabel bebas (Kualitas pelayanan)

b2 : Koefisien regresi variabel bebas (*Display produk*)

b3 : Koefisien regresi variabel bebas (Citra merek)

b4 : Koefisien regresi variabel bebas (Gaya hidup)

X1 : Variabel bebas (Kualitas pelayanan)

X2 : Variabel bebas (*Display produk*)

X3 : Variabel bebas (Citra merek)

X4 : Variabel bebas (Gaya hidup)

 e : *Error*, variabel gangguan

1. Uji Hipotesa

Hipotesis atau uji hipotesis adalah tes yang mengukur kebenaran suatu pernyataan dan menarik kesimpulan jika pernyataan tersebut diterima atau ditolak. Menerima atau menolak hipotesis tergantung pada perbedaan antara nilai sampel dan nilai hipotesis. Jika perbedaan antara keduanya (nilai sampel dan nilai hipotesis) cukup besar, peluang untuk menolak hipotesis juga besar, dan sebaliknya.

1. Uji F

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikasi pengaruh Kualitas pelayanan, *Display produk*, Citra merek, Gaya hidup Terhadap Keputusan pembelian secara simultan dan parsial. Menurut Sugiyono (2019: 257) dirumuskan sebagai berikut:



Keterangan:

R2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota data atau kasus

 F hasil perhitungan ini dibandingkan dengan F tabel yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 5% atau dengan degree freedom = k (n-k-1) dengan kriterian sebagai berikut :

Gambar 3.1

Kurva Uji F

Kriteria Penerimaan/Penolakan

* + Ho ditolak jika Fhitung > Ftabel atau nilai sig < α
	+ Ho diterima jika Fhitung < Ftabel atau nilai sig > α

Jika terjadi penerimaan Ho, maka dapat diartikan tidak berpengaruh signifikan model regresi berganda yang diperoleh sehingga mengakibatkan tidak signifikan pula pengaruh dari variabel-variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Adapun yang menjadi hipotesis nol Ho dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ho: β1 = β2 = β3 = β4 0 : tidak berpengaruh signifikan untuk Kualitas pelayanan, *Display produk*, Citra merek, Gaya hidup secara bersama-sama terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo
2. Ha: β1 ≠ β2 ≠ β3 ≠ β4 ≠ 0 : berpengaruh signifikan untuk Kualitas pelayanan, *Display produk*, Citra merek, Gaya hidup secara bersama-sama terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

(1) Penetapan tingkat signifikansi

 Pegujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 (α=0) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95. Dalam ilmu-ilmu sosial tingkat signifikansi 0,05 sudah lazim digunakan karena dianggap cukup tepat untuk mewakili hubungan antar-variabel yang diteliti.

 (2) Penetapan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis

Hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya diuji dengan menggunakan metode pengujian statistik uji F dengan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis sebgai berikut:

**Uji f :**

* Ho ditolak jika F hitung > F tabel
* Ho diterima jika F hitung ≤ F tabel
1. Uji T

Uji t (t-test) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Menurut Ghozali (2015: 110), menggunakan rumus:

$t\_{tabel}=(\frac{α}{2} ;n-1-k)$

Keterangan:

α = Taraf signifikan atau taraf kesalahan

n = Jumlah sampel

k = variabel bebas atau variabel independen

(t-test) hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Ho diterima jika nilai t hitung ≤ t tabel atau nilai sig > α

- Ho ditolak jika nilai t hitung ≥ t tabel atau nilai sig < α

 

Gambar 3.2

Kurva Uji T

Kriteria Penerimaan / Penolakan

Bila terjadi penerimaan Ho maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan, sedangkan bila Ho ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan.

Rancangan pengujian hipotesis statistik ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independent (X) yaitu Kualitas Pelayanan (X1), *Display produk* (X2), Citra Merek (X3), Gaya Hidup (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y), adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- Ho: β = 0 : tidak terdapat pengaruh yang signifikan

- Ha : β ≠ 0 : terdapat pengaruh yang signifikan.

Hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya diuji dengan menggunakan metode pengujian statistik uji T dengan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis sebgai berikut:

**Uji t :**

* Ho diterima jika nilai – t tabel < t hitung  < t tabel
* Ho ditolak jika nilai – t hitung < t tabel atau t hitung < - t tabel
1. Uji Koefisien Determinasi (R2)

 Koefisien determinan adalah ukuran untuk menentukan kesesuaian atau ketepatan antara nilai taksiran atau garis regresi dengan data sampel. Jika nilai koefisien korelasi diketahui, maka untuk memperoleh koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya. Besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

***Kd=r2xy x 100%***

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

r2 = Koefisien korelasi ganda Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

* Jika *Kd* mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* lemah.
* Jika *Kd* mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* kuat.