

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *explanatory* (penjelasan) dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh hubungan sebab akibat antara dua variabel, dalam hal ini pengaruh faktor psikologis konsumen dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Menurut pendapat Singarimbun dalam Singarimbun dan Effendi (Ed, 2006:5), penelitian Explanatori (*Explanatory research*) adalah “penelitian yang menyoroti hubungan antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya”. Penelitian ini bertujuan untuk menghubungkan faktor psikologis konsumen dan keputusan pembelian serta menguji rumusan hipotesis yang kemudian pengujian hipotesis itu akan diinterpretasikan.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Dusun Kauman RW 002 Desa Campur Darat Kabupaten Tulungagung pada Ibu Rumah Tangga yang menggunakan detergen Rinso. Alasan pemilihan lokasi ini karena didasarkan atas pertimbangan bahwa Ibu Rumah Tangga diduga merupakan komunitas yang berpotensi dalam penggunaan produk yang diteliti yaitu detergen Rinso. Karena ibu rumah tangga dianggap sebagai konsumen yang selalu membutuhkan detergen atau sabun cuci dalam kehidupan sehari-harinya untuk menjaga kebersihan dan perawatan baju anggota keluarganya, selain itu ibu rumah tangga juga memiliki banyak

pertimbangan dalam memilih produk detergen yang salah satu pertimbangannya adalah pakaian bersih, harum dan tidak merusak kulit tangan. Peneliti juga mengambil Ibu Rumah Tangga sebagai sampel karena pertimbangan usia yang cukup dewasa serta memiliki pengalaman yang banyak soal pemilihan sabun cuci atau detergen sehingga tanggapan yang diberikan cukup orisinal dan dapat dipertanggungjawabkan.

3.3 Konsep, Definisi Operasional, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Konsep, Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Singarimbun dalam Singarimbun dan Effendi (Ed, 2006:34), memberikan definisi sebagai berikut:

Konsep adalah abstraksi mengenai suatu fenomena yang dirumuskan atas dasar generalisasi dari sejumlah karakteristik kejadian, keadaan, kelompok atau individu tertentu. Peranan konsep dalam penelitian sangat besar, karena dia adalah yang menghubungkan dengan dunia teori dan dunia observasi antara abstraksi dan realitas.

Konsep merupakan definisi yang bersifat abstrak, di mana tingkat interaksi dari masing-masing konsep tidak selalu sama, semakin dekat suatu konsep dengan realita maka konsep semakin mudah diukur. Dalam rangka memudahkan penelitian dan untuk mengetahui variabel yang digunakan, maka diperlukan kegiatan yang harus dilaksanakan atau disebut definisi operasional. Menurut pendapat Effendi dalam Singarimbun dan Effendi (Ed, 2006:46), "Definisi operasional adalah suatu informasi ilmiah yang amat membantu peneliti lain yang ingin menggunakan variabel yang sama". Definisi operasional merupakan semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel

sehingga dapat menentukan apakah prosedur pengukuran yang sama akan dilakukan atau diperlukan prosedur pengukuran yang baru.

Dari teori yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya maka diperoleh dua konsep, yaitu:

a. Konsep Faktor Psikologis

Adalah fakta-fakta yang mempengaruhi keputusan pembelian pada diri konsumen yang mencakup motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian, dan sikap terhadap keputusan pembelian detergen Rinso.

b. Konsep Keputusan Pembelian

Adalah suatu kumpulan dari sejumlah keputusan terhadap pembelian detergen Rinso dengan bahan pertimbangan konsumen yang meliputi daya tarik merek, ketersediaan produk, dan kualitas produk.

Kedua konsep tersebut dioperasionalisasi dalam variabel-variabel dan *item* nya sebagai berikut:

1) Konsep Faktor Psikologis

Variabel dari Faktor Psikologis konsumen antara lain:

a. Motivasi (X_1)

Adalah kebutuhan dengan tujuan tertentu yaitu untuk membersihkan pakaian yang mendorong perilaku konsumen untuk membeli detergen Rinso. Indikatornya adalah: Pemenuhan kebutuhan menjaga kebersihan pakaian.

Item nya sebagai berikut:

1) Besarnya kebutuhan menjaga kebersihan pakaian ($X_{1.1}$)

2) Besarnya kebutuhan merawat pakaian ($X_{1,2}$)

b. Persepsi (X_2)

Adalah pemilihan, pengorganisasian dan penginterpretasian informasi oleh konsumen menjadi suatu yang bermakna kemudian digunakan untuk mencapai tujuan dalam pemenuhan kebutuhan. Indikatornya adalah Pemahaman mengenai produk. *Item* nya sebagai berikut:

1) Banyaknya variasi produk ($X_{2,1}$)

2) Tingkat higienitas detergen Rinso ($X_{2,2}$)

c. Pembelajaran (X_3)

Adalah perubahan perilaku konsumen karena adanya informasi dan pengalaman yang terkait dengan pembelian detergen Rinso. Indikatornya intensitas sumber informasi dan pengalaman masa lalu. *Item* nya sebagai berikut:

1) Banyaknya informasi dari iklan di televisi ($X_{3,1}$)

2) Banyaknya pengalaman masa lalu ($X_{3,2}$)

3) Banyaknya informasi dari keluarga dan tetangga ($X_{3,3}$)

d. Kepribadian (X_4)

Merupakan pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan dan perilaku yang mempengaruhi konsumen dalam memilih detergen Rinso.

Indikatornya adalah: Karakteristik individu. *Item* nya sebagai berikut:

1) Tingkat kepercayaan terhadap produk ($X_{4,1}$)

2) Intensitas menggunakan produk dalam seminggu ($X_{4,2}$)

3) Kesesuaian antara produk dengan citra diri konsumen ($X_{4,3}$)

e. Sikap (X_5)

Adalah kecenderungan yang dipelajari konsumen untuk mampu menyimpulkan dan memilih detergen Rinso sebagai produk yang baik dan layak untuk digunakan. Indikatornya adalah : Konsistensi terhadap penggunaan produk.

Item nya sebagai berikut:

- 1) Kesesuaian harga dengan manfaat produk ($X_{5,1}$)
- 2) Popularitas merek ($X_{5,2}$)
- 3) Kepuasan pemakaian ($X_{5,3}$)

2) Konsep Keputusan Pembelian

Adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen sebelum memutuskan membeli detergen Rinso setelah terlebih dahulu melakukan berbagai pertimbangan yang disesuaikan dengan kemampuannya. Variabelnya : Struktur Keputusan Pembelian. Indikatornya : Pertimbangan dalam melakukan pembelian. *Item* nya sebagai berikut:

- a) Daya tarik merek (Y_1)
- b) Ketersediaan produk (Y_2)
- c) Kualitas produk (Y_3)

Berdasarkan penjelasan di atas lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1
Konsep, Variabel, Indikator dan *Item*

Konsep	Variabel	Indikator	Item
1). Faktor Psikologis	Motivasi	Pemenuhan kebutuhan	1). Besarnya kebutuhan menjaga kebersihan pakaian ($X_{1,1}$). 2). Besarnya kebutuhan merawat pakaian ($X_{1,2}$).
	Persepsi	Pemahaman mengenai produk	1). Banyaknya variasi produk ($X_{2,1}$). 2). Tingkat higienitas detergen Rinso ($X_{2,2}$).
	Pembelajaran	Intensitas sumber informasi dan pengalaman masa lalu	1). Banyaknya informasi dari iklan di televisi ($X_{3,1}$). 2). Banyaknya pengalaman masa lalu ($X_{3,2}$). 3). Banyaknya informasi dari keluarga dan tetangga ($X_{3,3}$).
	Kepribadian	Karakteristik Individu	1). Tingkat kepercayaan terhadap produk ($X_{4,1}$). 2). Intensitas menggunakan produk dalam seminggu ($X_{4,2}$). 3). Kesesuaian antara produk dengan citra diri konsumen ($X_{4,3}$).
	Sikap	Konsistensi terhadap penggunaan produk	1). Kesesuaian harga dengan manfaat produk ($X_{5,1}$). 2). Popularitas merek ($X_{5,2}$). 3). Kepuasan pemakaian ($X_{5,3}$).
Keputusan Pembelian	Struktur Keputusan Pembelian	Pertimbangan dalam melakukan pembelian	1). Daya tarik merek ($Y_{1,1}$). 2). Ketersediaan produk ($Y_{1,2}$). 3). Kualitas produk ($Y_{1,3}$).

3. Skala Pengukuran

Konsep harus dihubungkan dengan realita sehingga harus dilakukan pengukuran dengan cara memberi angka pada objek atau kejadian yang sedang diamati sesuai dengan aturan tertentu. Jadi dapat dikatakan bahwa pengukuran bertujuan untuk mendapatkan deskripsi yang tepat dari konsep-konsep yang telah diberikan. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert dengan lima pembobotan.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2010:132)

Responden diminta mengisi daftar pertanyaan dan semua jawaban responden dihitung dengan menggunakan skor sebagai berikut:

- | | |
|------------------------|---|
| 1. Sangat setuju | 5 |
| 2. Setuju | 4 |
| 3. Cukup setuju | 3 |
| 4. Tidak setuju | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju | 1 |

Berdasarkan jawaban-jawaban dari responden, dapat dikembangkan sesuai kebutuhan berdasarkan substansi pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan kepada reponden, dengan tujuan agar tidak terjadi kesalah pahaman dalam memahami pertanyaan-pertanyaan yang tertera pada kuesioner.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi menurut Singarimbun dalam Singarimbun dan Effendi (Ed.2006:152) yaitu jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga. Sedangkan menurut Sekaran (2006:121) menyatakan bahwa, populasi mengacu pada keseluruhan kelompok, orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Ibu Rumah Tangga di Dusun Kauman RW 002 Desa Campurdarat Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung sebanyak 189 orang yang membeli dan menggunakan detergen Rinso.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Arikunto, 2010:174), sedangkan menurut pendapat Sekaran (2006:123), sampel adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya tersebut pada elemen populasi. Dari hasil survey pada Ibu Rumah Tangga RW 002 yang terdiri dari 233 Ibu Rumah Tangga yang terbagi menjadi 4 RT dengan pembagian RT I sebanyak 58 orang, RT II sebanyak 65 orang, RT III sebanyak 67 orang dan RT IV sebanyak 43 orang, diperoleh data Ibu Rumah Tangga yang menggunakan detergen Rinso, yang digambarkan dalam Tabel di bawah ini:

Tabel 3.2

Hasil Survey pada Ibu Rumah Tangga RW 002

RT	Konsumen RINSO	Konsumen Soklin	Konsumen Daia	Konsumen Attack	Konsumen lain
RT I	43	4	7	1	3
RT II	58	-	6	-	1
RT III	50	5	8	2	2
RT IV	38	2	2	-	1

Berdasarkan hasil survey di atas dapat ditentukan jumlah sampel dengan cara menghitungnya menggunakan Rumus Slovin yang dikemukakan oleh Hasan (2002:61) ukuran sampel dapat dihitung berdasarkan formulasi rumus berikut:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N= ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir, yaitu sebesar 10% atau 0,1
jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai

berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{189}{\{1 + 189 (0,1)^2\}} \\ &= \frac{189}{2,89} \\ &= 65,3979239 \\ &= 65 \text{ (hasil pembulatan)} \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut, maka jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah 65 orang responden yang merupakan Ibu Rumah Tangga di Dusun Kauman RW 002 Desa Campurdarat Kecamatan Campurdarat

Kabupaten Tulungagung yang telah membeli dan menggunakan detergen Rinso minimal 3 bulan, yang tersebar di 4 RT yang terdiri dari RT I sejumlah 15 orang, RT II sejumlah 20 orang, RT III sejumlah 17 orang, RT IV sejumlah 13 orang.

3. Teknik Pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *simple random sampling* atau pengambilan sampel acak sederhana. Berdasarkan pendapat Sugiyono (2010:118), “Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi itu”. Subjek-subjek di dalam populasi dianggap sama, sehingga peneliti memberikan hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel. Perhitungan sampel yang diambil secara acak dengan asumsi perhitungan jumlah populasi dibagi dengan hasil perhitungan jumlah sampel yaitu 189 dibagi dengan 65 yang hasilnya 2,9 jadi pengambilan sampel secara acak diambil dari kelipatan angka 3 yang tersebar pada 4 RT dengan pembagian RT I sebanyak 15 orang, RT II sebanyak 20 orang, RT III sebanyak 17 orang, RT IV sebanyak 13 orang.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

“Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data dapat diperoleh” (Arikunto, 2010:172). Penelitian ini menggunakan dua macam sumber data, yaitu:

a. Data Primer

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2010:193), bahwa data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dalam penelitian ini berupa jawaban para responden terhadap penjabaran *item* dari variabel penelitian yang dijarang melalui kuesioner.

b. Data Sekunder

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2010:193), bahwa data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini berupa literatur buku yang berkaitan dengan objek penelitian.

2. Instrumen Penelitian

“Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah” (Arikunto, 2010:192). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner. “Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternative yang disediakan dengan jelas. (Sekaran 2006:82).

3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada Ibu Rumah Tangga di Dusun Kauman RT/RW 003/002 Desa Campurdarat Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung yang membeli dan menggunakan detergen Rinso yang telah ditetapkan sebagai sampel untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menurut Sugiyono (2010:146) adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Dalam melakukan penelitian diperlukan alat bantu berupa instrumen penelitian antara lain kuesioner (angket), yaitu berupa daftar pertanyaan secara tertulis yang disusun secara terstruktur kepada responden untuk diisi berkenaan dengan informasi yang diperlukan, yang nantinya dapat digunakan sebagai data yang diolah.

Kuisisioner dalam penelitian ini digunakan sebagai alat analisa. Oleh karena itu dalam analisa yang dilakukan lebih bertumpu pada skor responden pada tiap-tiap amatan. Sedangkan benar tidaknya skor responsi tersebut tergantung pada pengumpulan data. Instrumen pengumpulan data yang baik harus memenuhi 2 persyaratan penting, yaitu valid dan reliabel.

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen (Arikunto, 2010:211). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Instrumen yang valid atau shahih mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Pengujian validitas sangat diperlukan dalam suatu penelitian, khususnya yang menggunakan kuisioner dalam memperoleh data. Ada dua macam validitas sesuai dengan cara pengujiannya yaitu:

a. Validitas Eksternal

Dihitung dengan menggunakan rumus korelasi yang dikemukakan oleh Pearson, yang dikenal dengan rumus korelasi *product momen* (Arikunto, 2010:213).

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

Keterangan :

- r_{xy} : Indeks korelasi antara variabel yang dikorelasikan
- N : Banyaknya sampel
- X : Skor item X
- Y : Skor item Y

b. Validitas Internal

Dicapai apabila terdapat kesesuaian antara bagian-bagian instrumen dengan instrumen secara keseluruhan. Dengan kata lain sebuah instrumen memiliki validitas internal apabila setiap bagian instrumen mendukung “missi” instrumen secara keseluruhan, yaitu mengungkap data dari variabel yang dimaksud. (Arikunto, 2010:215) .

Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing faktor atau variabel dengan total faktor atau variabel tersebut dengan menggunakan korelasi (r) product moment. Kriteria pengujian untuk menerima atau menolak hipotesis adanya pernyataan yang valid atau tidak dapat dilakukan dengan:

$H_0 : r = 0$, tidak terdapat data yang valid pada tingkat kepercayaan (α) 5%.

$H_1 : r \neq 0$, terdapat data yang valid pada tingkat kepercayaan (α) 5%.

Hipotesa nol (H_0) diterima apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, demikian sebaliknya hipotesa alternatif (H_1) diterima apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Pengujian validitas yang dilakukan dengan melalui program SPSS ver. 13.0 dengan menggunakan korelasi product moment menghasilkan nilai masing-masing *item* pernyataan dengan skor item pertanyaan secara keseluruhan dan untuk lebih jelasnya disajikan dalam Tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3
Uji Validitas Variabel

No.	Indikator	Koefisien Validitas	r tabel	Sig.	Keterangan
1	X1.1	0.922	0,3	0.000	Valid
2	X1.2	0.981	0,3	0.000	Valid
3	X1.3	0.967	0,3	0.000	Valid
4	X2.1	0.874	0,3	0.000	Valid

5	X2.2	0.952	0,3	0.000	Valid
6	X2.3	0.873	0,3	0.000	Valid
7	X3.1	0.844	0,3	0.000	Valid
8	X3.2	0.738	0,3	0.000	Valid
9	X3.3	0.928	0,3	0.000	Valid
10	X3.4	0.938	0,3	0.000	Valid
11	X4.1	0.958	0,3	0.000	Valid
12	X4.2	0.959	0,3	0.000	Valid
13	X4.3	0.956	0,3	0.000	Valid
14	X5.1	0.690	0,3	0.001	Valid
15	X5.2	0.764	0,3	0.000	Valid
16	X5.3	0.849	0,3	0.000	Valid
17	Y1	0.971	0,3	0.000	Valid
18	Y2	0.968	0,3	0.000	Valid
19	Y3	0.904	0,3	0.000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah

Dari Tabel 3.2 di atas dapat dilihat bahwa nilai sig. r indikator pertanyaan lebih kecil dari 0.05 ($\alpha = 0.05$) yang berarti tiap-tiap indikator variabel adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

2. Uji Reliabilitas

“Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2010:221)”. Suatu alat pengukur dikatakan reliable bila dapat digunakan lebih dari satu kali dalam waktu yang berbeda, namun tetap menunjukkan hasil yang relatif konsisten. Teknik yang digunakan untuk menghitung reliabilitas adalah dengan rumus Alpha (Arikunto, 2010:239), sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

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

σ_1^2 = varians total

Uji reliabilitas menunjukkan tingkat kemantapan, keajegan dan ketepatan suatu alat ukur atau uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran relatif konsisten apabila dilakukan pengukuran ulang. Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana jawaban seseorang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Arikunto menjelaskan tentang reliabilitas sebagai berikut :

“Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik “

Teknik pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan nilai koefisien reliabilitas alpha. Kriteria pengambilan keputusannya adalah apabila nilai dari koefisien reliabilitas alpha lebih besar dari 0,6 maka variabel tersebut sudah reliabel (handal).

Tabel 3.4

Uji Reliabilitas Variabel

No.	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Keterangan
1	Motivasi (X1)	0,954	Reliabel
2	Persepsi (X2)	0,878	Reliabel
3	Pembelajaran (X3)	0,887	Reliabel
4	Kepribadian (X3)	0,928	Reliabel
5	Sikap (X5)	0,640	Reliabel
6	Struktur Keputusan Pembelian (Y)	0,926	Reliabel

Sumber: Data primer diolah

Dari Tabel 3.4 diketahui bahwa nilai dari Alpha Cronbach untuk semua variabel lebih besar dari 0,6. Dari ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka semua variabel yang digunakan untuk penelitian sudah reliabel.

3.7 Analisis Data

1. Metode Analisis

Pada prinsipnya analisis data tergantung dari jenis penelitian yang dipilih dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Analisis Statistik Deskriptif

“Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi” (Sugiyono, 2008:147).

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik penelitian dengan menggambarkan objek penelitian yang terdiri dari gambaran lokasi penelitian, keadaan responden yang diteliti serta *Item* yang didistribusikan dari masing-masing Variabel. Hasil analisis ini juga dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan alat analisis dalam uji hipotesis.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Data yang digunakan dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Tujuan pengujian ini untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel terikat (Struktur Keputusan Pembelian) dengan variabel bebas (Faktor Psikologis yang

variabelnya terdiri dari Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Kepribadian, dan Sikap). Jadi analisis regresi linear berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua (Sugiyono, 2010:277).

Model regresi yang digunakan

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n \text{ (Sugiyono, 2010:277)}$$

Keterangan :

- \hat{Y} : Variabel terikat
 X : Variabel bebas
 a : Bilangan konstanta
 b_1, b_2 : Koefisien regresi

Dari hasil analisis regresi akan diperoleh nilai koefisien regresi untuk masing-masing variabel bebas. Nilai koefisien regresi yang dihasilkan menunjukkan besarnya pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat di mana variabel bebas dengan nilai koefisien.

3.8 Uji Hipotesis

1. Uji Pengaruh Parsial

Signifikansi koefisien parsial ini bisa diuji dengan menggunakan rumus berikut:

$$t = \frac{b}{SE_b} \text{ (Malhotra, 2010: 236)}$$

Keterangan :

- t : Nilai t
 SE_b : *Standard Error of True Regression Coefficient*
 b : Koefisien Regresi Linier

2. Uji Pengaruh Simultan (uji F)

Pengaruh jenis variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) di uji menggunakan uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad (\text{Malhotra, 2010: 235})$$

Keterangan :

F : F hitung

R^2 : Hasil hitungan R^2

K : Jumlah variabel bebas

n : Jumlah sampel

