

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Guna menjawab persoalan yang telah dirumuskan, dibutuhkan suatu metode penelitian, karena dengan adanya metode penelitian akan memperlancar penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁵⁶

Rumusan masalah dalam penelitian ini menggunakan rumusan masalah asosiatif. Rumusan masalah asosiatif yaitu rumusan masalah yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.⁵⁷ Dalam penelitian ini menganalisis sejauh mana pengaruh variabel X (Variabel bebas) yang terdiri atas harga (X_1), kualitas produk (X_2) dan *Word of mouth* (X_3) terhadap variabel Y (variabel terikat) yaitu keputusan pembelian layanan XL Axiata, baik secara parsial maupun simultan.

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 8.

⁵⁷ Amiruddin. dkk, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Publica Indonesia Utama, 2022), hlm. 91.

B. Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu nilai atau atribut dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁵⁸

Penelitian ini menggunakan dua variabel. Variabel yang pertama merupakan variabel independen yaitu pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *word of mouth* Variabel yang kedua adalah variabel dependen, yaitu Keputusan Pembelian.

1. Variabel Bebas (Variabel Independen)

Variabel ini biasanya sering disebut variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁵⁹ Adapun variabel Independen dalam penelitian ini ialah variabel Harga, Kualitas Produk dan *word of mouth* Sehingga akan menghasilkan pengaruh variabel Independen terhadap variabel Dependen.

Tabel 3.1 Variabel Independen

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Harga (X1)	Keterjangkauan harga	1. Harga terjangkau 2. Harga paket variatif sehingga bisa memilih sesuai keinginan.	<i>Likert</i>
	Kesesuaian harga dengan kualitas	1. Harga Sesuai dengan kualitas	<i>Likert</i>

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, hlm. 38.

⁵⁹ *Ibid*, hlm. 39.

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Harga yang tinggi menawarkan kualitas yang tinggi 3. Kenaikan harga produk atau layanan XL tidak diikuti dengan naiknya kualitas layanan 	
	Kesesuaian harga dengan manfaat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan 2. Produk XL mahal karena manfaat yang dirasakan kecil atau sedikit 3. Berpikir kembali untuk melakukan pembelian ulang 	<i>Likert</i>
	Daya saing harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga lebih ekonomis 2. XL menetapkan harga produk dan layanannya dibawah harga pasaran yang ditetapkan provider lain 	<i>Likert</i>
Kualitas Produk (X2)	Kinerja (<i>Performance</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jangkauan internet XL luas dapat menjangkau wilayah terpencil 2. Jaringan internet XL tidak stabil 	<i>Likert</i>
	Ciri-ciri ataupun keistimewaan tambahan (<i>Features</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paket yang beragam 2. Fitur tambahan seperti bonus dan hadiah paket 	<i>Likert</i>
	Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance to Specification</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sesuai dengan promosi yang ditawarkan 2. Jumlah kuota paket yang didapat sesuai jumlah yang dibeli 	<i>Likert</i>
	Keandalan (<i>Realibility</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jaringan yang stabil 2. Di daerah saya jaringan XL tidak stabil dan lambat 	<i>Likert</i>
	Daya tahan (<i>Durability</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Masa aktif lama 2. Terdapat kemungkinan mengalami gangguan jaringan 	<i>Likert</i>
	Estetika (<i>Aesthetics</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain media sosial yang menarik 	<i>Likert</i>

		2. Kemasan produk fisik XL seperti kartu perdana kurang menarik	
	Kualitas yang dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>)	1. Citra dan reputasi produk baik 2. Iklan yang sesuai dengan produk atau layanan yang didapat	<i>Likert</i>
	Kemudahan perbaikan (<i>Serviceability</i>)	1. Penanganan keluhan yang memuaskan 2. Aplikasi <i>my xl</i> atau <i>call center</i> yang dapat digunakan untuk mengajukan keluhan	<i>Likert</i>
<i>Word of mouth</i> (X3)	Membicarakan	1. Konsumen membicarakan informasi keunggulan produk/layanan 2. Konsumen membicarakan pengalaman menggunakan produk/layanan	<i>Likert</i>
	Mempromosikan	1. Memberikan penilaian positif tentang produk/layanan 2. Saya berbicara mengenai keluhan yang sering dialami dari produk XL kepada teman atau kerabat	<i>Likert</i>
	Merekomendasikan	1. Menyarankan orang lain untuk menggunakan produk XL 2. Saya menyarankan orang lain untuk lebih memilih provider lain	<i>Likert</i>
	Menjual	1. Mengajak, membujuk, meyakinkan orang lain untuk menggunakan produk XL 2. Membujuk dan meyakinkan orang lain untuk menggunakan produk XL	<i>Likert</i>

2. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel terikat atau sering disebut dengan variabel output, kriteria, konsekuensi merupakan variabel yang dipenuhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁶⁰ Dalam variabel ini ada satu variabel terikat yang digunakan yaitu Keputusan Pembelian.

Tabel 3.2 Variabel Dependen

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Sesuai kebutuhan	<ol style="list-style-type: none"> Memahami masalah yang dialami Memenuhi kebutuhan yang terpenuhi Tidak berlebihan dalam membeli produk/layanan 	<i>Likert</i>
	Mempunyai manfaat	<ol style="list-style-type: none"> Niat pembelian berdasarkan manfaat produk yang sesuai harapan Berguna untuk menjalankan aktivitas sehari-hari Produk baik dari segi syariah 	<i>Likert</i>
	Ketepatan dalam membeli produk	<ol style="list-style-type: none"> Harga produk sesuai dengan kemampuan Harga produk sesuai dengan kualitas Memperhatikan kebaikan atau keburukan dari suatu barang atau jasa. 	<i>Likert</i>
	Pembelian berulang	<ol style="list-style-type: none"> Merasa puas setelah membeli produk Melakukan pembelian kembali Pembelian ulang pada produk yang baik atau kualitasnya baik. 	<i>Likert</i>

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, hlm. 61.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian. Penelitian populasi hanya dapat dilakukan bagi populasi terhingga dan subyeknya tidak terlalu banyak. Objek pada populasi diteliti, hasilnya dianalisis, disimpulkan dan kesimpulan itu berlaku untuk seluruh populasi.⁶¹ Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi angkatan 2019- 2022 yang menggunakan atau melakukan pembelian produk atau layanan XL Axiata, dan memiliki status aktif dalam perkuliahan. Berdasarkan survei yang dilakukan peneliti, ditemukan populasi Mahasiswa pengguna layanan XL Axiata angkatan 2019-2022 berjumlah 142 orang.

Tabel 3.3 Jumlah Mahasiswa FAI Unsil Pengguna Layanan XL Axiata

Angkatan	Jumlah Mahasiswa Pengguna XL Axiata
2022	36
2021	27
2020	41
2019	38
Total	142

2. Sampel

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik sampling jenuh, yaitu teknik penentuan sampel ketika semua populasi digunakan

⁶¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Satu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rhineka Cipta, 2013) hlm. 173.

sebagai sampel. Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.⁶² Pada penelitian ini sampel yang ditetapkan adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Agama Islam pengguna XL sebanyak 142 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam usaha menghimpun data di lokasi penelitian, penulis menggunakan metode kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.⁶³

Teknik ini dilaksanakan dengan memberikan pernyataan kepada responden yang disajikan dalam bentuk daftar pernyataan tertutup untuk memudahkan responden menjawab dengan cepat dan memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data yang diperoleh. Survei dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada Mahasiswa dengan serangkaian pertanyaan mengenai Harga, kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian layanan XL Axiata.

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, hlm. 85.

⁶³ *Ibid*, hlm. 142.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu nilai variabel yang diteliti. Instrumen yang digunakan tergantung pada jumlah variabel penelitian. Untuk dapat menghasilkan data yang akurat dalam penelitian maka diperlukan skala pengukuran, uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Kisi-Kisi Pernyataan

Alat ukur dengan menggunakan angket/kuesioner yang berisi butir-butir pernyataan yang nantinya akan diberikan kepada responden.

Tabel 3.4 Kisi-kisi Pernyataan Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Nomor Item
1.	Harga	Keterjangkauan harga	1,2
		Kesesuaian harga dengan kualitas	3,4,5
		Kesesuaian harga dengan manfaat	6,7,8
		Daya saing harga	9,10
2.	Kualitas Produk	Kinerja Produk	11,12
		Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan	13,14
		Kesesuaian dengan spesifikasi	15,16
		Keandalan	17,18
		Daya tahan	19,20
		Estetika	21,22
		Kualitas yang dipersepsikan	23,24
		Kemudahan perbaikan	25,26
3.	<i>Word of Mouth</i>	Membicarakan	27,28
		Mempromosikan	29,30
		Merekomendasikan	31,32
		Menjual	33,34
4.	Keputusan Pembelian	Sesuai Kebutuhan	35,36
		Mempunyai manfaat	37,38,39

		Ketepatan dalam membeli produk	40,41,42
		Pembelian berulang	43,44,45

2. Skala Pengukuran Instrumen

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi individu atau kelompok mengenai fenomena sosial. Skala yang digunakan adalah skala *likert*. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan atau pertanyaan.⁶⁴

Jawaban dari setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata dengan diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3.5 Nilai Untuk Pernyataan Positif

Nilai	Kriteria Jawaban Variabel
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Ragu-ragu (RG)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Tabel 3.6 Nilai Untuk Pernyataan Negatif

Nilai	Kriteria Jawaban Variabel
1	Sangat Setuju (SS)
2	Setuju (S)
3	Ragu-ragu (RG)
4	Tidak Setuju (TS)
5	Sangat Tidak Setuju (STS)

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, hlm. 93.

3. Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Jadi, validitas adalah seberapa jauh alat dapat mengukur hal atau subjek yang ingin diukur.⁶⁵ Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya.

Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Untuk menentukan nomor-nomor item yang valid dan yang gugur, perlu dikonsultasikan dengan r_{tabel} . Kriteria penilaian uji validitas adalah:⁶⁶

- 1) Apabila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ (pada taraf signifikansi 1%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- 2) Apabila $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ (pada taraf signifikansi 1%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

⁶⁵ Abdul Kadir Muhammad, *Pengantar Metodologi Research*, (Bandung: Alumni 1998) hlm. 126.

⁶⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), hlm. 45.

Tabel 3.7 Hasil Perhitungan Uji Validitas Harga

No	r_{hitung}	$r_{tabel\ 1\%}(N-2)$	Keterangan
1.	0,573	0,2155	Valid
2.	0,473	0,2155	Valid
3.	0,533	0,2155	Valid
4.	0,454	0,2155	Valid
5.	0,513	0,2155	Valid
6.	0,548	0,2155	Valid
7.	0,407	0,2155	Valid
8.	0,497	0,2155	Valid
9.	0,521	0,2155	Valid
10.	0,467	0,2155	Valid

Tabel 3.8 Hasil Perhitungan Uji Validitas Kualitas Produk

No	r_{hitung}	$r_{tabel\ 1\%}(N-2)$	Keterangan
11.	0,562	0,2155	Valid
12.	0,340	0,2155	Valid
13.	0,672	0,2155	Valid
14.	0,549	0,2155	Valid
15.	0,719	0,2155	Valid
16.	0,668	0,2155	Valid
17.	0,561	0,2155	Valid
18.	0,467	0,2155	Valid
19.	0,499	0,2155	Valid
20.	0,563	0,2155	Valid
21.	0,672	0,2155	Valid
22.	0,518	0,2155	Valid
23.	0,716	0,2155	Valid
24.	0,718	0,2155	Valid
25.	0,748	0,2155	Valid
26.	0,764	0,2155	Valid

Tabel 3.9 Hasil Perhitungan Uji Validitas *Word of Mouth*

No	r_{hitung}	$r_{tabel\ 1\%}(N-2)$	Keterangan
27.	0,660	0,2155	Valid
28.	0,585	0,2155	Valid
29.	0,642	0,2155	Valid
30.	0,540	0,2155	Valid
31.	0,701	0,2155	Valid
32.	0,498	0,2155	Valid
33.	0,687	0,2155	Valid
34.	0,657	0,2155	Valid

Tabel 3.10 Hasil Perhitungan Uji Validitas Keputusan Pembelian

No	r_{hitung}	$r_{tabel 1\%(N-2)}$	Keterangan
35.	0,575	0,2155	Valid
36.	0,350	0,2155	Valid
37.	0,598	0,2155	Valid
38.	0,593	0,2155	Valid
39.	0,490	0,2155	Valid
40.	0,654	0,2155	Valid
41.	0,510	0,2155	Valid
42.	0,557	0,2155	Valid
43.	0,500	0,2155	Valid
44.	0,465	0,2155	Valid
45.	0,496	0,2155	Valid

4. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah satu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Uji ini mengukur ketepatan alat ukur. Suatu alat ukur disebut memiliki reliabilitas yang tinggi jika alat ukur yang digunakan stabil. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini untuk menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam penelitian melalui nilai *Alpha Cronbach* karena menggunakan jenis data likert/essay. Teknik ini dapat menafsirkan korelasi antara skala diukur dengan semua variabel yang ada.⁶⁷

Pengujian reliabilitas ini, peneliti menggunakan metode statistik *Cronbach Alpha* dengan signifikansi yang digunakan sebesar 0,6 dimana jika nilai *Cronbach Alpha* dari suatu variabel lebih besar dari 0,6 maka butir pertanyaan yang diajukan dalam pengukuran instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang memadai.⁶⁸

⁶⁷ Umar Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku Pemasaran*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010), hlm.194.

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, hlm. 125.

Tabel 3.11 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Harga

No	<i>r</i>_{hitung}	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	0,612	0,60	Reliabel
2.	0,632	0,60	Reliabel
3.	0,620	0,60	Reliabel
4.	0,637	0,60	Reliabel
5.	0,631	0,60	Reliabel
6.	0,617	0,60	Reliabel
7.	0,659	0,60	Reliabel
8.	0,638	0,60	Reliabel
9.	0,627	0,60	Reliabel
10.	0,643	0,60	Reliabel

Tabel 3.12 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Kualitas Produk

No	<i>r</i>_{hitung}	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
11.	0,872	0,60	Reliabel
12.	0,885	0,60	Reliabel
13.	0,867	0,60	Reliabel
14.	0,872	0,60	Reliabel
15.	0,866	0,60	Reliabel
16.	0,867	0,60	Reliabel
17.	0,872	0,60	Reliabel
18.	0,879	0,60	Reliabel
19.	0,875	0,60	Reliabel
20.	0,872	0,60	Reliabel
21.	0,867	0,60	Reliabel
22.	0,874	0,60	Reliabel
23.	0,865	0,60	Reliabel
24.	0,865	0,60	Reliabel
25.	0,862	0,60	Reliabel
26.	0,862	0,60	Reliabel

Tabel 3.13 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas *Word of Mouth*

No	<i>r</i>_{hitung}	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
27.	0,720	0,60	Reliabel
28.	0,734	0,60	Reliabel
29.	0,726	0,60	Reliabel
30.	0,752	0,60	Reliabel
31.	0,709	0,60	Reliabel
32.	0,773	0,60	Reliabel
33.	0,713	0,60	Reliabel
34.	0,721	0,60	Reliabel

Tabel 3.14 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

No	<i>r</i> _{hitung}	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
35.	0,686	0,60	Reliabel
36.	0,738	0,60	Reliabel
37.	0,683	0,60	Reliabel
38.	0,683	0,60	Reliabel
39.	0,699	0,60	Reliabel
40.	0,672	0,60	Reliabel
41.	0,695	0,60	Reliabel
42.	0,704	0,60	Reliabel
43.	0,698	0,60	Reliabel
44.	0,702	0,60	Reliabel
45.	0,712	0,60	Reliabel

Tabel 3.15 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Harga (X ₁)	0,656	Reliabel
Kualitas Produk (X ₂)	0,877	Reliabel
<i>Word of Mouth</i> (X ₃)	0,757	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,717	Reliabel

F. Uji Persyaratan Analisis

Uji Persyaratan analisis meliputi uji asumsi dasar dan uji asumsi klasik, yaitu:

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal.⁶⁹ Uji normalitas untuk menguji apakah

⁶⁹ V. Wiratma Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm.52.

dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linier atau tidak. Uji linieritas dilakukan untuk melihat linieritas hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Kaidah yang digunakan adalah jika nilai p lebih besar dari 0,05 maka sebarannya dinyatakan linier, dan sebaliknya jika p lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka dinyatakan tidak linier. Uji linieritas dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat bersifat linier atau tidak.⁷⁰

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikoleniaritas

Uji multikolinearitas merupakan alat uji model regresi untuk menemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.⁷¹ Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan

⁷⁰ Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS & LISREL*, (Bandung: ALFABETA, 2015), hlm. 323.

⁷¹ Echo Perdana, *Olah Data Skripsi dengan SPSS 22*, (Bangka: LAB KOM MANAJEMEN FE UBB, 2016), hlm.47.

keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Cara mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas adalah dengan memperhatikan angka *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Pedoman suatu model regresi bebas multikolinearitas adalah mempunyai angka *tolerance* $> 0,10$ dan VIF yaitu < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.⁷²

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi masalah heterokedastisitas.⁷³

G. Teknik Analisis Data

Adapun langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti

⁷² Imam Ghozali, “*Partial Least Squares Konsep*”. Edisi ke dua, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2017), hlm. 108

⁷³ Echo Perdana, *Olah Data Skripsi dengan SPSS 22*, hlm.49.

melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum,

Termasuk statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase.

2. Uji Hipotesis

a. Merumuskan Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk melihat apakah pengaruh harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) dan *word of mouth* (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) Layanan XL Axiata dapat diterima atau ditolak. Adapun perumusan hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

1) Hipotesis 1

H_{01} : Harga (X_1) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) Layanan Internet XL Axiata.

H_{a1} : Harga (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) Layanan Internet XL Axiata.

2) Hipotesis 2

H_{02} : Kualitas produk (X_2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) Layanan Internet XL Axiata.

H_{a2} : Kualitas produk (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) Layanan Internet XL Axiata.

3) Hipotesis 3

H_{03} : *Word of mouth* (X_3) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) Layanan Internet XL Axiata.

H_{a3} : *Word of mouth* (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) Layanan Internet XL Axiata.

4) Hipotesis 4

H_{04} : Harga (X_1) Kualitas produk (X_2) dan *Word of mouth* (X_3) secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) Layanan Internet XL Axiata.

H_{a4} : Harga (X_1) Kualitas produk (X_2) dan *Word of mouth* (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) Layanan Internet XL Axiata.

b. Pengujian Hipotesis 1 ($X_1 \rightarrow Y$) Hipotesis 2 ($X_2 \rightarrow Y$) dan Hipotesis 3 ($X_3 \rightarrow Y$)

Untuk menguji hipotesis 1, 2 dan 3, digunakan teknik analisa sebagai berikut:

1) Koefisien Korelasi Sederhana.

Koefisien korelasi sederhana digunakan untuk analisis atau pengujian hipotesis apabila peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel independen dikendalikan

(dibuat tetap).⁷⁴ Untuk dapat diinterpretasi terhadap kuatnya hubungan tersebut, maka dapat digunakan pedoman seperti berikut:⁷⁵

Tabel 3.16 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Interpretasi
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 0,999	Sangat Kuat
1,00	Sempurna

2) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah koefisien yang menyatakan persentase penyimpangan (keragaman) peubah tak bebas (Y) yang dapat dijelaskan oleh peubah bebas (X) dalam model regresi yang sedang dibahas.⁷⁶ Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pelanggan (X_1 -Y), seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian (X_2 -Y) dan seberapa besar pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian (X_3 -Y).

Fungsi dari uji R^2 yaitu untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Uji R^2 dinyatakan dalam persentase yang nilainya berkisaran antara $0 < R^2 < 1$. Kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut.

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, hlm. 193.

⁷⁵ *Ibid.* hlm. 184

⁷⁶ Yusuf Wibisono, *Metode statistik*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2005), hlm. 587.

- a) Jika nilai R^2 mendekati 0 menunjukkan pengaruh yang semakin kecil.
- b) Jika nilai R^2 mendekati 1 menunjukkan pengaruh yang semakin kuat.

3) Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana merupakan alat statistik yang digunakan untuk menentukan hubungan antara satu predictor (independen) variabel dan satu respon (dependen) variabel. Analisis regresi sederhana menghasilkan sebuah persamaan regresi yang dapat digunakan didalam prediksi.⁷⁷

c. Pengujian Hipotesis 4 ($X_1+X_2+X_3\rightarrow Y$)

1) Koefisien Korelasi Berganda

Koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara tiga variabel atau lebih, serta untuk mengetahui kontribusi yang diberikan secara simultan oleh variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap nilai variabel Y .⁷⁸ Untuk menguji koefisien korelasi tinggi, sedang, rendah, kuat dan sangat kuat. Maka perlu diinterpretasikan terlebih dahulu mengenai nilai koefisien. Interpretasi tersebut sebagai berikut:⁷⁹

⁷⁷ Hengky Latan, *Aplikasi Analisis Data Statistik untuk Ilmu Sosial*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 188.

⁷⁸ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk penelitian kuantitatif dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan aplikasi SPSS Versi 17*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hlm.351.

⁷⁹ Muhammad Firdaus, *"Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif"*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2019), hlm. 203

Tabel 3.17 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Interpretasi
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 0,999	Sangat Kuat
1,00	Sempurna

2) Regresi Linier Berganda

Penerapan analisis sederhana Sugiono sebagai berikut: analisis regresi linier digunakan peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya), jadi analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua.⁸⁰

Regresi Linier Berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut:⁸¹

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = variabel dependen yaitu keputusan pembelian

X_1 = variabel independen harga

X_2 = variabel independen promosi

X_3 = variabel independen kualitas produk

b_1 = Koefisien Harga

⁸⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, hlm. 210.

⁸¹ V. Wiratma Sujarweni, *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, hlm. 160.

b_2 = Koefisien Kualitas Produk

b_3 = koefisien *Word of mouth*

a = nilai konstanta

e = eror term

Data yang telah dikumpulkan dan tersusun secara sistematis kemudian dianalisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.

3) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah koefisien yang menyatakan persentase penyimpangan (keragaman) peubah tak bebas (Y) yang dapat dijelaskan oleh peubah bebas (X) dalam model regresi yang sedang dibahas.⁸² Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh harga, kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian ($X_1+X_2+X_3 \rightarrow Y$).

Fungsi dari uji R^2 yaitu untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Uji R^2 dinyatakan dalam presentase yang nilainya berkisaran antara $0 < R^2 < 1$. Kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut.

- c) Jika nilai R^2 mendekati 0 menunjukkan pengaruh yang semakin kecil.
- d) Jika nilai R^2 mendekati 1 menunjukkan pengaruh yang semakin kuat.

⁸² Yusuf Wibisono, *Metode statistik*, hlm. 587.

H. Objek dan Jadwal Penelitian

1. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Agama Islam yang melakukan pembelian layanan XL Axiata. Peneliti memilih objek tersebut karena peneliti ingin mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian layanan XL Axiata.

2. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun akademik 2022/2023 dimulai dari bulan september dengan alokasi waktu sebagai berikut:

Tabel 3.18 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Tahun 2022-2023								
		Sep 2022	Okt 2022	Nov 2022	Des 2022	Jan 2023	Feb 2023	Mar 2023	Apr 2023	Mei 2023
1.	Penyusunan Usulan Penelitian									
2.	SK Skripsi									
3.	Pengumpulan Literatur									
4.	Seminar Usulan Proposal Penelitian									
5.	Pelaksanaan: a. Pengumpulan Data b. Pengolahan Data c. Penganalisisan Data									
6.	Pelaporan: a. Penyusunan Laporan b. Laporan Hasil Penelitian									
7.	Sidang Skripsi									