

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah metode survei yaitu metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).¹ Disini penelitian terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan berkenaan dengan pengaruh *brand image*, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap minat konsumen pada produk iPhone.

Adapun pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variabel. Pendekatan kuantitatif

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung:Alfabeta, 2008), hlm 6.

hakikat hubungan di antara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.²

B. Subjek Dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah sesuatu, baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi), yang sifat-keadaannya (“atribut”-nya) akan diteliti.³ Subjek penelitian adalah seluruh mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dari semua jurusan dan angkatan.

Objek penelitian adalah sasaran yang dijadikan pokok pembicaraan dalam penelitian.⁴ Objek penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah minat konsumen terhadap produk iPhone.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian itu dilakukan.⁵ Lokasi yang diambil dalam penelitian ini adalah di kampus IAIN Antasari Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pada mahasiswa dari semua jurusan dan angkatan.

²V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta:Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 12.

³Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)* (Bandung:Alfabeta, 2014), hlm 69.

⁴Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: PT. Rineka Cipta., 2013), hlm. 141.

⁵V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hlm. 73.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶ Populasi dalam penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pada mahasiswa dari semua jurusan dan angkatan yang dapat memberikan keterangan dan informasi yang diperlukan penulis. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 1605 orang.

Sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi.⁷ Teknik penentuan sampel di dalam penelitian ini diambil secara acak (*random sampling*). *Random sampling* adalah pengambilan sampel secara acak tanpa pandang bulu.⁸ Pengambilan sampel secara acak ini, pengambilan anggota populasi dilakukan secara random, sehingga tiap anggota populasi memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel.⁹ Jumlah sampel yang saya ambil untuk penelitian ini adalah 94 orang.

⁶V. Wiratna Sujarweni, *Metedologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi op.cit*, hlm.80.

⁷Moh. Kasiram., *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif* (Malang:UIN Maliki Press, 2010) hlm. 258.

⁸*Ibid.*

⁹Victorianus Aries Siswanto, *Strategi dan Langkah-langkah Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 45.

Pengambilan sampel dari responden mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dengan menggunakan rumus Slovin. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Adapun 8 jurusan yang akan dijadikan pengambilan sampel oleh penulis, yaitu :

TABEL 3.1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

No.	Jurusan	Mahasiswa
1	Hukum Keluarga	306
2	Perbandingan Mazhab	48
3	Hukum Tata Negara	72
4	Hukum Ekonomi Syariah	81
5	Ekonomi Syariah	394
6	Perbankan Syariah	594
7	D3 Perbankan syariah	92
8	Asuransi Syariah	18
	Jumlah	1605

(Sumber : Subag Registrasi IAIN Antasari Banjramasin pada tahun akademik 2015/2016 semester ganjil)

Cara menentukan sampel menggunakan rumus Slovin¹⁰, adalah :

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$

$$n = \frac{1605}{1+(1605 \times 0,1^2)}$$

$$n = 94$$

¹⁰V. Wiratna Sujarweni, *Metedologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, op.cit, hlm 82.

Jadi sampel penelitian untuk populasi 1605 dan tingkat kepercayaan 90% adalah 94 orang.

Ket:

n= ukuran Sampel

N= Populasi

e= Prosentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan.

E. Jenis dan Sumber Data

Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka.¹¹ Jenis dan sumber data menurut sumbernya, antara lain:

Data Internal adalah data yang berasal dari dalam instansi mengenai kegiatan lembaga untuk kepentingan instansi sendiri.¹² Data internal dalam penelitian ini adalah jumlah seluruh mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pada mahasiswa dari semua jurusan dan angkatan.

Jenis-jenis dan sumber data menurut cara memperolehnya, antara lain :

1. Data Primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dan langsung dari sumbernya.¹³ Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner.

¹¹V. Wiratna Sujarweni, *Metedologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, *op.cit*, hlm. 89

¹²Victorianus Aries Siswanto, *op.cit*, hlm. 56.

¹³*Ibid.*

2. Data Sekunder adalah data yang ditertibkan atau dibuat oleh organisasi yang bukan pengolahnya.¹⁴ Data sekunder dalam penelitian ini didapat dari catatan, buku, jurnal, artikel dan lain sebagainya yang terkait dengan judul penelitian.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden, responden di sini ialah orang yang terlihat langsung dalam penelitian ini yaitu mahasiswa IAIN Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pada mahasiswa dari semua jurusan dan angkatan.

F. Teknik Pengumpul Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis di dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner (angket) merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tau pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.¹⁵ Responden dalam penelitian ini adalah orang yang memberikan tanggapan atau menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

¹⁴*Ibid.*

¹⁵V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi, op.cit*, hlm. 98.

2. Observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian.¹⁶ Pada penelitian ini observasi yang dilakukan peneliti adalah mengamati gaya hidup mahasiswa di lingkungan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam yang mana kebanyakan mereka sudah menggunakan *smartphone* canggih dengan berbagai merek tetapi tetap menginginkan *smartphone* dengan merek iPhone.¹⁷
3. Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya.¹⁸ Dalam penelitian ini dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti adalah gambar-gambar produk iPhone dari masa ke masa.

G. Desain Pengukuran

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat, yaitu minat konsumen pada produk iPhone di kampus IAIN Antasari Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pada mahasiswa dari semua jurusan dan angkatan.. Ada tiga variabel bebas yaitu *brand image*, kualitas produk dan persepsi harga.

Adapun definisi operasional dari masing-masing variabel terikat dan bebas di atas adalah sebagai berikut :

¹⁶*Ibid*, hlm 94.

¹⁷Mahasiswa IAIN Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, *Observasi*, Banjramsin 10 November 2015.

¹⁸Suharsimi Arikunto, *op.cit*, hlm. 274.

1. *Brand Image* (X1)
2. Kualitas Produk (X2)
3. Persepsi Harga (X3)
4. Minat Konsumen (Y)

Adapun skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah pertanyaan yang menunjukkan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan responden.¹⁹ Pada melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan diuji, pada setiap jawaban akan diberi skor. Dalam penelitian ini, skala likert yang digunakan ada empat tingkatan jawaban yang diberi skor, yaitu:

- 1). Jawaban sangat setuju : diberi skor 4
- 2). Jawaban setuju : diberi skor 3
- 3). Jawaban tidak setuju : diberi skor 2
- 4). Jawaban sangat tidak setuju : diberi skor 1²⁰

TABEL 3.2 Variabel Penelitian

Variable	Indikator	Item	Jumlah
Brand Image (Menurut Kotler dan Keller)	1. Kekuatan	1,2,3,6,7	5
	2. Keunikan	4,8,5	3
	3. Keunggulan	9,10,11	3
Kualitas Produk (Menurut Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd)	1. <i>Performance</i> (Kinerja)	12	1

¹⁹V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, *op.cit*, hlm. 99.

²⁰Suharsimi Arikunto, *op.cit*, hlm. 285.

	2. <i>Durability</i> (Daya Tahan)	13	1
	3. <i>Reliabilty</i> (reliabilitas)	14	1
	4. <i>Features</i> (fitur)	15	1
	5. <i>Conformance to specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi)	16	1
	6. <i>Aesthetics</i> (estetika)	17	1
	7. <i>Perceived quality</i> (kesan kualitas)	18,19	2
Persepsi Harga (Menurut Stanton)	1. Harga Terjangkau	20	1
	2. Sesuai layanan yang akan diterima	21	1
	3. Sesuai fasilitas yang akan diterima	23	1
	4. Lebih murah dari pesaing	22	1
Minat Konsumen (Menurut Bigne, Ekinci dan Hosany)	1. Mencari informasi tentang produk atau jasa	24,25,26	3
	2. Kesiediaan membayar barang atau jasa	27,28	2
	3. Menceritakan hal positif	29,30	2
	4. Kecenderungan untuk merekomendasikan	31,32,33	3

(Sumber: Data yang diolah Berdasarkan Teori)

G. Teknik Analisis Data

Data yang baru dikumpulkan dinamakan data mentah. Data mentah belum dapat dibaca atau belum memiliki informasi. Peneliti harus melakukan pengolahan data agar mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Pengolahan data dilakukan

dengan tujuan untuk menyederhanakan data yang telah terkumpul, menyajikan dalam susunana yang baik, kemudian di analisa.²¹

Untuk mengolah data yang telah diperoleh dari survei dan studi literatur , berikut langkah dan prosedur dalam analisis data, yaitu :

1. Tahap pengumpulan data, dilakukan melalui instrumen pengumpulan data.
2. Editing, yaitu memeriksa kejelasan dan kelengkapan pengisian instrumen pengumpulan data.²² Penyuntingan dilakukan dengan maksud untuk memeriksa semua jawaban responden yang telah kembali, karena kadang terjadi kecatatan dalam kuisiонер misalnya : responden sengaja salah menjawab, jawaban responden membentuk pola tertentu dan sebagainya.²³
3. Kodefikasi, yaitu proses identifikasi dan klasifikasi dari setiap pertanyaan yang terdapat dalam isntrumen pengumpulan data menurut variabel-variabel yang diteliti.²⁴ Memberikan kode dalam hubungan dengan pengolahan data jika akan menggunakan komputer. Dalam hal ini, pengolahan data memberikan kode pada semua variabel, kemudian mencoba menentukan tempatnya di dalam *coding sheet*, dalam kolom beberapa baris ke berapa. Apabila akan dilanjutkan, sampai kepada petunjuk penempatan setiap variabel pada kartu kolom.²⁵

²¹Victorianus Aries Siswanto, *op.cit*, hlm. 70.

²²V. Wiratna Sujarweni, *Metedologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi op.cit*, hlm. 122.

²³Victorianus Aries Siswanto, *loc.cit*.

²⁴V. Wiratna Sujarweni, *Metedologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi loc.cit*.

²⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, op.cit*, hlm. 280.

4. Tabulasi, yaitu mencatat atau entri data ke dalam tabel induk penelitian.²⁶ Data-data dimasukkan ke dalam tabel-tabel dan mengatur angka-angka sehingga dapat dihitung dengan menggunakan laptop. Supaya data yang telah diperoleh dari hasil pembagian kuesioner *valid* (sahih) dan *reliable* (handal), maka perlu diadakan uji validitasi dan uji reliabilitas atas butir-butir pertanyaan pada kuesioner.
5. Tahap pengujian kualitas data, yaitu menguji validitas dan reliabilitas instrument pengumpulan data.
6. Tahap mendeskripsikan data, yaitu tabel frekuensi atau diagram, serta berbagai ukuran tendensi sentral, maupun ukuran dispersi. Tujuannya memahami karakteristik data sampel penelitian.
7. Tahap pengujian hipotesis, yaitu tahap pengujian terhadap proposisi-proposisi yang dibuat apakah proposisi tersebut ditolak atau diterima, serta bermakna atau tidak. Atas dasar pengujian hipotesis inilah selanjutnya keputusan dibuat.²⁷

Setelah mengetahui langkah dan prosedur dalam analisis data kemudian kita akan menganalisis data tersebut, berikut teknis analisis data:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Mengukur besar kecilnya nilai suatu variabel, digunakan instrumen pengukuran yaitu kuesioner. Kuesioner harus tepat, artinya dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dan reliabilitas instrumen akan

²⁶V. Wiratna Sujarweni, *Metedologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi loc.cit.*

²⁷*Ibid.*

menentukan hasil riset. Artinya, riset yang menggunakan alat ukur dengan validitas dan reliabilitas yang telah teruji akan menghasilkan riset yang valid dan reliabel. Namun sebaliknya, riset yang menggunakan instrumen dengan validitas dan reliabilitas yang belum teruji akan memberikan hasil riset yang tidak valid dan tidak reliabel, bahkan informasi yang keliru tentang permasalahan yang dipecahkan.²⁸

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.²⁹ Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.³⁰

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan

²⁸Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2006), hlm. 146.

²⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, *op.cit*, hlm.211.

³⁰Sugiyono, *op.cit*, hlm. 121.

bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.³¹ Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.³² Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.³³ Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki Cronch Alpha $>0,60$.³⁴ Instrumen yang tidak teruji validitas dan reliabilitasnya bila digunakan untuk penelitian akan menghasilkan data yang sulit dipercaya kebenarannya.³⁵

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya.³⁶

Uji normalitas data ini sebaiknya dilakukan sebelum data diolah

³¹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, *op.cit*, hlm. 221.

³²Sugiyono, *loc.cit.*.

³³Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), hlm. 47.

³⁴V. Wiratna Sujarweni, *Metedologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, *op.cit*, hlm. 158.

³⁵Sugiyono, *op.cit*, hlm. 122.

³⁶Albert Kurniawan,, *op.cit*, hlm. 156.

berdasarkan model-model penelitian. Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji Normal Kolmogorov-Smirnov.³⁷ Cara Mendeteksi normalitas data dengan uji Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat dari nilai residual. Dikatakan normal apabila nilai residual yang dihasilkan di atas nilai signifikansi yang ditetapkan.³⁸

Jika $\text{Sig} > 0,05$ maka data berdistribusi normal

Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model.³⁹ Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.⁴⁰ Kemiripan antar variabel independen mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengembalian

³⁷V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian* (Yogyakarta:Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 52.

³⁸Albert Kurniawan, *op.cit*, hlm. 157.

³⁹V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian, op.cit*, hlm. 185.

⁴⁰Imam Ghozali, *op.cit*, hlm. 105.

keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan antara 1-10 dan *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinieritas.⁴¹

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya, korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang disusun menurut runtut waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi.⁴² Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel sebelumnya. Untuk data *time series* autokorelasi sering terjadi. Tapi untuk data yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu satu berbeda dengan yang lain. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dengan kriteria jika :

- 1) Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif
- 2) Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi
- 3) Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.⁴³

d. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain. Model

⁴¹V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian, loc.cit.*

⁴²Albert Kurniawan, *op.cit.*, hlm. 158.

⁴³V. Wiratna Sujarweni, *Metedologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi, op.cit.* hlm.159.

regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.⁴⁴ Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji Glejser, uji Rho Spearman, uji Park atau uji White.⁴⁵ Pada kasus ini digunakan metode dengan uji Glejser. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada uji Glejser dengan mengusulkan nilai absolut residual terhadap variabel bebas dengan persamaan berikut.⁴⁶

$$|U_t| = \alpha + \beta X_t + v_i$$

Apabila nilai sig diatas nilai alpha (5%) atau 0,05 maka terbebas dari heteroskedastisitas.

3. Analisis Linier Berganda

Regresi ganda adalah suatu perluasan dari teknik regresi apabila terdapat lebih satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terikat.⁴⁷ Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap minat konsumen pada produk iPhone. Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

⁴⁴Albert Kuniawan, *loc.cit.*

⁴⁵*Ibid.*

⁴⁶V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian, op.cit*, hlm. 190.

⁴⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, op.cit*, hlm. 338.

Keterangan:

Y : Minat Konsumen

X1 : *Brand Image*

X2 : Kualitas Produk

X3 : Persepsi Harga

a : Nilai Konstanta

b1 : Koefisien *Brand Image*

b2 : Koefisien Kualitas Produk

b3 : Koefisien Persepsi Harga

e : Error

a. Uji t (parsial)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_i) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y).

Cara 1

Jika $Sig > 0,05$ maka H_0 diterima

Jika $Sig < 0,05$ maka H_0 ditolak

Cara 2

Jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

b. Uji F atau Uji Signifikansi Persamaan (simultan)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y) yaitu minat konsumen.

Cara 1

Jika $Sig > 0,05$ maka H_0 diterima

Jika $Sig < 0,05$ maka H_0 ditolak

Cara 2

$F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima

$F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel tidak bebas (Y). Jika R^2 semakin besar, maka presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah.⁴⁸

⁴⁸V. Wiratna Sujarweni, *Metedologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi, op.cit*, hlm. 160-164.