

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Suatu penelitian yang dilakukan dapat berbentuk penelitian yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif yang masing-masing memiliki perbedaan karakteristik dalam penelitiannya. Suatu penelitian yang dilakukan juga akan memerlukan metode penelitian dalam pelaksanaannya, karena dengan adanya metode penelitian yang tepat seorang peneliti akan memiliki suatu panduan yang jelas dan konsisten sehingga mampu menghasilkan penelitian yang benar dan berkualitas.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kausalitas dengan pendekatan kuantitatif, dimana pengkajian atau penganalisaan terhadap data baru akan dilakukan setelah data yang dibutuhkan dari seluruh responden atau sumber yang lainnya sudah terkumpul. Analisis kausalitas merupakan metode penelitian yang diterapkan dengan maksud untuk meneliti kemungkinan terdapatnya hubungan sebab-akibat antarvariabel (Sanusi, 2011: 14), sedangkan penelitian kuantitatif merupakan teknik positivistik yang bersumber pada filsafat positivisme (Sugiyono, 2016: 7). Teknik ini sudah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah, yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis serta penelitian yang dilakukan merupakan penelitian yang berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei, yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi pelanggan

yang berlangganan TV Kabel pada PT Mackianos Network dengan menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data.

3.2 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012: 38), operasional variabel adalah segala sesuatu dalam bentuk apapun yang digunakan oleh peneliti sebagai bahan untuk dipelajari dengan tujuan untuk memperoleh informasi mengenai hal tersebut yang pada akhirnya akan ditarik kesimpulannya.

Menurut Sanusi (2011: 49), variabel-variabel yang dimaksudkan tersebut sebenarnya telah dinyatakan secara eksplisit pada masalah penelitian dan dipertegas lagi pada rumusan hipotesis. Pernyataan hipotesis yang ada tidak hanya menjelaskan variabel-variabel yang terlibat, tetapi hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lainnya juga sudah diprediksi - apakah itu merupakan hubungan korelasional atau sebagai hubungan kausalitas. Variabel yang dimaksudkan adalah variabel yang memiliki makna strategis dalam penelitian yang dilakukan. Oleh karena itu, sebuah penelitian yang dilakukan tidak akan terselesaikan secara maksimal apabila variabel penelitian yang digunakan tidak dikenali secara jelas. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel bebas atau yang disebut sebagai variabel independen dan variabel terikat atau yang disebut sebagai variabel dependen.

3.2.1 Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas menurut Sugiyono (2016: 39), diartikan sebagai variabel yang memiliki pengaruh atau yang menjadi penyebab berubahnya atau timbulnya variabel terikat (variabel dependen). Dalam penelitian yang dilakukan ini, variabel independennya adalah faktor psikologi (X1) dan faktor sosial (X2).

3.2.2 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat menurut Sugiyono (2016: 39), diartikan sebagai variabel yang memiliki sifat dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya pengaruh dari variabel bebas (variabel independen). Dalam penelitian yang dilakukan ini, keputusan pembelian (Y) merupakan variabel dependen atau variabel terikat.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Faktor Psikologi (X1)	Faktor psikologis adalah dorongan yang muncul dari dalam diri seseorang atau individu yang mampu mempengaruhi pemilihan sesuatu berdasarkan atas kesesuaian terhadap produk yang digunakan, keinginan yang lebih besar ataupun kemudahan dalam penggunaan produk tersebut apabila dibandingkan dengan produk yang lainnya. (Supriyono & Iskandar, 2015).	1. Motivasi 2. Persepsi 3. Pembelajaran 4. Memori (Kotler & Keller, 2016)	<i>Likert</i>
Faktor Sosial (X2)	Faktor sosial merupakan bentuk tingkatan dari status sosial masyarakat luas atau tingkatan keadaan ekonomi seorang individu yang terdiri dari tabungan atau penghasilan yang dapat dibelanjakan, serta variabel-variabel yang lainnya (Ilmi & Suwitho, 2016).	1. Mengikuti Lingkungan 2. Pengalaman dari Konsumen 3. Mengikuti Teman (Ilmi & Suwitho, 2016)	<i>Likert</i>

Lanjutan Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan suatu proses tindakan dari seorang konsumen dalam memutuskan salah satu pilihan terhadap sebuah produk yang dianggap dapat menjadi solusi paling efektif dalam memenuhi kebutuhan ataupun keinginan dari konsumen tersebut (Fahmi, 2016).	1. Pilihan produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan Saluran Pembelian 4. Waktu Pembelian 5. Jumlah Pembelian (L. A. Wibowo & Priansa, 2017)	<i>Likert</i>
-------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------

Sumber: Supriyono & Iskandar (2015), Kotler & Keller (2016), Ilmi & Suwitho (2016), Fahmi (2016), L. A. Wibowo & Priansa (2017)

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sanusi (2011: 87), diartikan sebagai elemen-elemen yang menggambarkan karakteristik atau ciri tertentu yang dapat digunakan untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Elemen-elemen yang dimaksudkan adalah jumlah keseluruhan yang ada, sedangkan karakteristik atau ciri yang dimaksudkan adalah ciri atau karakteristik dari jumlah tersebut.

Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi dari penelitian yang dilakukan adalah seluruh masyarakat penduduk yang berlangganan TV Kabel pada PT Mackianos Network yang berdomisili di kota Batam, terkhususnya diwilayah Pelita 1 sampai dengan Pelita 7 dan wilayah Kampung Utama Atas yang berjumlah sebanyak 363 pelanggan.

3.3.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2016: 81), diartikan sebagai bagian dari elemen-elemen dan karakteristik yang terdapat pada populasi yang digunakan dalam menghasilkan suatu kesimpulan. Kegiatan pengambilan sampel dilakukan karena adanya keterbatasan dalam hal dana, tenaga, ataupun waktu bagi peneliti apabila jumlah populasi yang harus dipelajari merupakan populasi yang tersedia dalam jumlah besar. Oleh karena itu, peneliti cukup mengambil sebagian dari jumlah populasi sebagai sampel penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Hasil kesimpulan yang dipelajari tersebut kemudian dapat diberlakukan untuk populasi yang ada.

Dalam penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan dengan memperhatikan unsur peluang (*probability sampling*) atau pengambilan sampel yang dilakukan secara acak. Proses pengambilan sampel dengan *probability sampling* dalam penelitian ini menggunakan cara *simple random sampling*. Menurut Sanusi (2011: 89), pengambilan sampel secara acak sederhana (*simple random sampling*) merupakan suatu cara pemilihan satuan sampling yang dilakukan sedemikian rupa sehingga setiap satuan sampling yang terdapat dalam populasi yang digunakan memiliki kesempatan atau peluang yang sama agar dapat terpilih untuk dijadikan sebagai sampel.

Banyaknya sampel dalam penelitian ini dapat ditentukan dengan menerapkan metode penentuan ukuran sampel menurut ketentuan Slovin yang dibahas dalam Sanusi (2011: 101). Ketentuan tersebut dapat dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

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

Rumus 3.1 Rumus Slovin

Sumber: Sanusi (2011: 101)

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

α = Toleransi ketidakteelitian (dalam persen)

Toleransi ketidakteelitian yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebesar 5% atau 0,05. Dengan menggunakan rumus Slovin diatas, maka jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut:

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

$$n = \frac{363}{1 + (363 \times 0,05^2)}$$

$$n = \frac{363}{1 + (0.907)}$$

$$n = \frac{363}{1.907}$$

$$n = 190$$

Berdasarkan perhitungan rumus Slovin diatas, maka jumlah sampel yang diperoleh dari populasi sebanyak 363 pelanggan adalah sejumlah 190 responden. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 190 responden atau ($n = 190$).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sanusi (2011: 105), kegiatan pengumpulan data dapat dilakukan melalui beberapa cara, diantaranya adalah dengan melakukan cara survey, cara observasi, dan cara dokumentasi. Dalam penelitian yang dilakukan ini, penulis akan menggunakan cara survei (melakukan pembagian kuesioner dan wawancara jika memang akan dibutuhkan) dan cara observasi.

1. Cara Survei

Pengumpulan data menggunakan cara survei merupakan bentuk cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data di mana seorang peneliti atau pengumpul data memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden yang dipilih dalam bentuk lisan maupun tulisan. Jika kegiatan tersebut dilakukan dengan cara lisan, maka kegiatan yang dilakukan disebut wawancara, dan sebaliknya jika kegiatan tersebut dilakukan dalam bentuk tulisan, maka disebut sebagai kuesioner (Sanusi, 2011: 105).

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2016: 93), skala *Likert* dapat dijadikan sebagai skala dalam mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang bahkan sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Dalam penelitian yang dilakukan, fenomena tersebut akan ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang kemudian disebut sebagai variabel penelitian. Dengan menggunakan skala *Likert*, variabel penelitian yang digunakan akan dijabarkan menjadi indikator-indikator untuk menyusun pertanyaan atau pernyataan kepada para responden. Jawaban dari setiap pertanyaan atau pernyataan yang menggunakan skala *Likert* akan memiliki sifat dari yang

sangat positif sampai sangat negatif sesuai dengan suatu bobot nilai yang ditentukan, yaitu setiap jawaban dari responden akan dikaitkan dalam bentuk pernyataan setuju atau tidaknya pandangan mereka mengenai pertanyaan atau pernyataan yang dinyatakan. Penentuan nilai skala *Likert* dalam penelitian ini dapat ditampilkan dalam tabel 3.2 dibawah ini.

Tabel 3.2 Skala Likert Pada Teknik Pengumpulan Data

Skala Likert	Kode	Nilai
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	ST	4
Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Sugiyono (2016: 94)

2. Metode Observasi

Menurut Sanusi (2011: 111), observasi diartikan sebagai bentuk kegiatan pengumpulan data yang dilakukan melalui proses pencacatan terhadap perilaku subjek (orang), objek (benda), atau kejadian yang bersifat sistematis tanpa dilakukan komunikasi bersama individu atau kelompok yang terkait. Cara observasi memiliki kelebihan dalam hal informasi yang diperoleh, yaitu informasi yang lebih terperinci bahkan pada peristiwa yang dianggap tidak penting bagi subjek yang diamati ataupun pihak lain, namun sangat berharga bagi peneliti.

3.5 Metode Analisis Data

Menurut Sanusi (2011: 115), metode atau teknik analisis data merupakan kegiatan penggambaran mengenai proses atau cara analisis apa yang diterapkan

seorang peneliti untuk mengkaji data yang telah diterima, termasuk kegiatan pengujiannya.

Menurut Wibowo (2012: 34), tujuan dari suatu penelitian dilakukan adalah untuk mengetahui dan menganalisis suatu permasalahan yang ada dilingkungan peneliti. Untuk itu, peneliti membutuhkan suatu alat ukur atau seperangkat alat uji yang tepat agar dapat digunakan untuk mengukur dan memaknai hal yang akan diteliti agar dapat ditarik sebuah kesimpulan yang tepat dan berguna bagi pengguna informasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel yang ada dan untuk menjawab hipotesis deskriptif terkait dengan masalah penelitian. Dalam penjelasan (Umar, 2014: 164) bahwa rumus yang digunakan untuk mengukur rentang skala adalah:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3.2 Rentang Skala

Sumber: Umar (2014: 164)

Keterangan:

n = jumlah sampel

m = jumlah alternative jawaban tiap item

RS = rentang skala

Untuk mendapatkan nilai rentang skala, terlebih dahulu harus ditentukan skor terendah dan skor tertingginya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini

berjumlah sebanyak 190 responden dengan 5 alternatif jawaban untuk tiap pernyataan pada kuesioner yang dibagikan. Berdasarkan rumus rentang skala diatas, maka diperoleh rentang skala tiap kriteria adalah:

$$RS = \frac{190 (5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{190 (4)}{5}$$

$$RS = \frac{760}{5}$$

$$RS = 152$$

Hasil perhitungan rentang skala yang diperoleh selanjutnya dikontribusikan sebagai berikut:

Tabel 3.3 Rentang Skala Penelitian

No	Rentang Skala	Kriteria
1	190-342	Sangat tidak baik
2	343-494	Tidak baik
3	495-646	Netral
4	647-798	Baik
5	799-950	Sangat baik

Sumber: Peneliti (2019)

3.5.2 Uji Kualitas Data

Dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis menggunakan cara pembagian kuesioner. Berdasarkan data dan informasi yang dihimpun, peneliti perlu menerapkan uji validitas dan reliabilitas dari kuesioner yang disebarakan.

3.5.2.1 Uji Validitas

Menurut Wibowo (2012: 35), valid dan tidaknya suatu alat ukur yang digunakan berkaitan pada mampu atau tidaknya alat pengukur tersebut mendapatkan tujuan yang hendak diukur. Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu item yang terdapat dalam kuesioner. Suatu kuesioner akan dikatakan valid apabila pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan biasanya dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf 0.05 yang berarti suatu item akan dikatakan valid jika item tersebut memiliki korelasi signifikan terhadap skor total. Jika suatu item mempunyai nilai koefisien korelasi diatas 0.30, maka item tersebut dapat dianggap valid.

Pengujian yang dilakukan untuk menjelaskan valid atau tidaknya item-item yang terdapat dalam kuesioner dapat dibuktikan dengan melihat angka koefisien korelasi *Pearson Product Moment*. Besaran angka dari nilai koefisien Korelasi *Product Moment* bisa didapatkan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i) (\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2] [n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Rumus 3.3 Korelasi *Product Moment***Sumber:** Wibowo (2012: 37)

Keterangan:

- rix = koefisien korelasi
- i = skor item
- x = skor total dari x
- n = jumlah banyaknya subjek

Menurut Wibowo (2012: 37), nilai uji yang ada akan diverifikasi dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikan sebesar 0,05. Kriteria diterima atau tidaknya suatu data yang dikatakan valid atau tidak adalah:

1. jika $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,05), maka item pada pertanyaan atau pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total dari item tersebut. Hal ini berarti item tersebut dinyatakan valid.
2. Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,05), maka item pada pertanyaan atau pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total dari item tersebut. Hal ini berarti item tersebut dinyatakan tidak valid.

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan akan tetap mendapatkan pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih. Uji reliabilitas merupakan lanjutan dari uji validitas, karena dalam pengujian ini hanya item valid yang dimasukkan

kedalam pengujian. Hasil nilai uji yang didapatkan akan diverifikasi dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi sebesar 0.05. Kriteria dari diterima dan tidaknya suatu data reliabel atau tidak jika nilai alpha lebih besar dari pada nilai kritis *product moment*, atau nilai r tabel (Wibowo, 2012: 53).

Terdapat beberapa metode pengujian reliabilitas menurut Priyatno (2010: 97), yaitu metode tes ulang, formula belah dua dari *Spearman Brown*, formula *Rulon*, formula *Flanagan*, *Cronbach's Alpha*, metode formula KR-20, KR-21, dan metode *Anova Hoyt*. Dalam penelitian ini, pengujian terhadap instrumen pengumpulan data dan pencarian besaran angka realibilitas akan digunakan metode *Cronbach's Alpha* yang dapat dirumuskan dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Rumus 3.4 *Cronbach's Alpha*

Sumber: Wibowo (2012: 52)

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrument

k = jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian pada butir

σ_1^2 = varian total

Selain membandingkan nilai alpha dan nilai kritis *product moment* atau nilai r tabel, pengujian juga dapat ditentukan dengan memberikan nilai batas penentu, misalnya 0,6. Nilai yang tidak melebihi dari 0,6 dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang kurang baik, sedangkan nilai 0,7 dapat diterima, dan nilai yang melebihi dari angka 0,8 dianggap baik (Wibowo, 2012: 53).

Berdasarkan batas penentu yang telah ditentukan, berikut merupakan tabel indeks koefisien reliabilitas yang dapat digunakan untuk mempermudah penentuan kriteria instrumen sesuai dengan nilai yang didapatkan dari hasil pengujian.

Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	< 0,20	Sangat Rendah
2	0,20 - 0,399	Rendah
3	0,40 - 0,599	Kurang Baik (Cukup)
4	0,60 - 0,799	Dapat Diterima (Tinggi)
5	0,80 - 1,000	Baik (Sangat Tinggi)

Sumber: Wibowo (2012: 53)

3.5.3 Asumsi Klasik

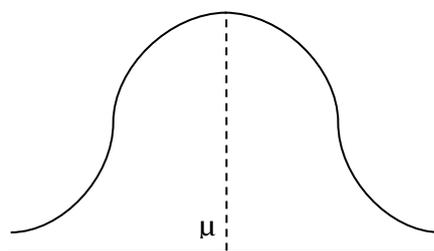
Model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil yang umum, atau *Ordinary Least Square* merupakan suatu model regresi yang dapat menunjukkan estimasi atau prakiraan linear tidak bias yang paling baik (*Best Linier Unbiased Estimator*).

Cara yang dapat digunakan untuk mendapatkan *BLUE* tersebut diharuskan melakukan suatu pengujian pada data yang disebut sebagai uji asumsi klasik yang meliputi :

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat maupun variabel bebas yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Suatu model regresi dapat dikatakan baik jika memiliki distribusi data normal. Penentuan normal atau tidaknya suatu data dapat

diketahui dengan melihat bentuk kurva atau histogram yang dihasilkan dari nilai residu (perbedaan yang ada). Menurut Wibowo (2012: 61-62), apabila penggambaran kurva yang dihasilkan dari nilai residu membentuk suatu lonceng atau *bell-shaped curve* seperti yang ditunjukkan pada gambar 3.1, maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal.



Gambar 3.1 *Bell-Shaped Curve*

Penentuan normal atau tidaknya suatu data juga dapat diketahui dengan melihat diagram normal *P-P Plot regression standardized*. Apabila keberadaan titik-titik disekitar garis diagonal, maka model regresi tersebut telah memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika titik-titik menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti garis tersebut, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dengan gambar dan grafik jika tidak dilihat dengan berhati-hati akan menyesatkan dan kadang-kadang gambar lebih bagus daripada kebenarannya. Untuk menghindari pengambilan keputusan yang bisa menyesatkan, maka pengujian selain menggunakan grafik dapat juga disertai dengan menggunakan uji statistik. Dalam penelitian ini, pengujian dengan statistik yang

digunakan adalah uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji *Kolmogorov-Smirnov* dikatakan normal jika nilai probability Sig (2 tailed) $> \alpha$; sig > 0.05 (Wibowo, 2012: 62).

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan suatu keadaan yang terbentuk karena terjadinya hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas atau variabel indenpenden dalam model regresi (Priyatno, 2010: 81). Hal ini berarti, uji multikolinearitas diterapkan untuk mendeteksi apakah diantara variabel indenpenden atau variabel bebas dalam model regresi telah memiliki hubungan korelasi sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang tergolong baik adalah model regresi yang tidak memiliki hubungan korelasi sempurna atau sebatas mendekati sempurna diantara variabel bebasnya.

Dalam penelitian ini, keadaan multikolinearitas akan diuji dengan menggunakan metode *Variance Inflation Factor (VIF)* pada model regresinya. Menurut Wibowo (2012: 87), jika nilai dari VIF kurang dari 10, itu menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinearitas, yang berarti tidak terdapat hubungan antar variabel bebas.

3.5.3.3 Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah suatu keadaan yang terjadi karena adanya perbedaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Priyatno, 2010: 83). Dalam penelitian yang dilakukan ini, uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya perbedaan ini. Terdapat beberapa

metode pengujian yang dapat digunakan dalam pengujian heterokedastisitas, yaitu metode *Barlet* dan *Rank Spearman* atau *Uji Spearman's rho* dan metode grafik *Park Gleyser*. Penelitian yang dilakukan ini, menggunakan uji *Park Gleyser*. Uji ini dilakukan dengan mengorelasikan nilai *absolute* residualnya dengan setiap variabel independen yang digunakan. Model yang tidak mengalami heteroskedastisitas akan ditunjukkan dengan hasil nilai probabilitas yang memiliki nilai signifikansi $>$ nilai alpha-nya atau 0.05 (Wibowo, 2012: 93).

Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas juga dilakukan dengan melihat digaram *scatterplot*. Cara pengambilan keputusannya yaitu:

1. Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (gelombang, melebar kemudian menyempit), maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas.
2. Apabila tidak terdapat pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.5.4 Uji Pengaruh

Uji pengaruh yang digunakan dalam penelitian ini yakni :

3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis yang menyatakan suatu bentuk hubungan linear yang terdapat diantara variabel bebas dengan variabel terikatnya (Wibowo, 2012: 126). Analisis regresi ini juga dilakukan untuk

memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai dari variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan dan sekaligus juga untuk mengetahui arah dari hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya, yaitu apakah setiap variabel bebasnya berhubungan positif atau negatif (Priyatno, 2010: 61). Persamaan regresi linear berganda dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$Y' = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + b_nx_n$$

Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda

Sumber: Wibowo (2012: 127)

Keterangan:

Y' = Keputusan Pembelian

a = Nilai konstanta

b = Nilai koefisien regresi

x_1 = Faktor Psikologi

x_2 = Faktor Sosial

x_3 = Variabel independen ke-3

X_n = Variabel independen ke-n

3.5.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi biasanya digunakan dalam hubungannya untuk menunjukkan jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel independen atau bebas dalam suatu model regresi yang secara bersamaan memberikan pengaruh terhadap variabel dependen atau terikat (Wibowo, 2012: 135). Koefisien determinasi dapat menunjukkan seberapa besar jumlah atau persentase dari variasi variabel bebas (X) dalam model mampu menjelaskan variasi variabel terikat (Y).

Apabila koefisien determinasi (R^2) = 0, berarti tidak ada persentase sumbangan pengaruh yang diberikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikatnya (Y) dan sebaliknya jika koefisien determinasi (R^2) = 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikatnya (Y) adalah bersifat sempurna atau penggunaan variasi variabel bebas dalam model menjelaskan 100% variasi variabel terikatnya (Y) (Priyatno, 2010: 66).

Perumusan dalam penerapan koefisien determinasi dengan menggunakan 2 buah variabel bebas (independen) adalah sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

Rumus 3.6 Koefisien
Determinasi

Sumber: Wibowo (2012: 136)

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

ryx_1 = korelasi variabel X1 (Faktor Psikologi) dengan Y (Keputusan Pembelian)

ryx_2 = korelasi variabel X2 (Faktor Sosial) dengan Y (Keputusan Pembelian)

rx_1x_2 = korelasi variabel X1 (Faktor Psikologi) dengan variabel X2 (Faktor Sosial)

3.5.5 Uji Hipotesis

Menurut Sanusi (2011: 144), uji hipotesis memiliki arti yang sama dengan pengujian signifikansi koefisien regresi linear berganda secara parsial terkait dengan pernyataan hipotesis penelitian yang dinyatakan.

3.5.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial Uji t

Uji t pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan apakah variabel independen yang digunakan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi (Priyatno, 2010: 68). Rumus t hitung yang digunakan pada analisis regresi adalah:

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}} \quad \text{Rumus 3.7 Rumus Uji T (Parsial)}$$

Sumber: Priyatno (2010: 68)

Keterangan:

b_i = Koefisien regresi variabel i

S_{b_i} = *Standar error* variabel i

Kriteria penilaian Uji T adalah:

Hipotesis variabel faktor psikologi terhadap keputusan pembelian.

1. Jika nilai t hitung $>$ t tabel atau nilai sig $<$ 0,05 artinya faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mackianos Network.
2. Jika nilai t hitung $<$ t tabel atau nilai sig $>$ 0,05 artinya faktor psikologi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mackianos Network.

Hipotesis faktor sosial terhadap keputusan pembelian.

1. Jika nilai t hitung $>$ t tabel atau nilai sig $<$ 0,05 artinya faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mackianos Network.

2. Jika nilai t hitung < t tabel atau nilai sig > 0,05 artinya faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mackianos Network.

3.5.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan Uji F

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk memastikan apakah variabel independen atau variabel bebas yang digunakan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau variabel terikatnya (Priyatno, 2010: 67).

Persamaan F hitung dapat dirumuskan sebagai berikut :

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

Rumus 3.8 Rumus Uji F (Simultan)

Sumber: Priyatno (2010: 67)

Keterangan:

R^2 = Koefisien Determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

Hipotesis Faktor Psikologi dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian

1. H_0 = Faktor Psikologi dan Faktor Sosial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
2. H_a = Faktor Psikologi dan Faktor Sosial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kriteria penilaian Uji F adalah:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti semua variabel faktor psikologi dan faktor sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mackianos Network.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti semua variabel faktor psikologi dan faktor sosial secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mackianos Network.

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah PT Mackianos Network yang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa TV Kabel. Perusahaan ini beralamat di Apartement Mall Jodoh Marina Blok B No. 421-422, Batam, Kepulauan Riau.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Estimasi waktu penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih selama 4 (empat) bulan, terhitung sejak bulan Oktober 2018 sampai dengan Januari 2019. Berikut adalah tabel jadwal kegiatan yang dilakukan pada penelitian ini :

Tabel 3.5 Tabel Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Okt 2018				Nov 2018				Des 2018				Jan 2019			
		Minggu				Minggu				Minggu				Minggu			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Survey	■	■														
2	Pengajuan Surat Penelitian	■	■														
3	Pengambilan surat balasan			■													
4	Penelitian perbandingan				■	■	■	■									
5	Pengumpulan Data					■	■	■	■	■	■	■					
6	Pengolahan Data													■	■	■	■
7	Saran dan Kesimpulan																■

Sumber: Data Olahan (2019)