

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kausal yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya (Husein Umar, 2005: 105). Dalam penelitian ini akan mencari pengaruh antara variabel X dengan variabel Y.

B. Ruang Lingkup Penelitian

1. Objek dan Subjek Penelitian

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah *marketing mix* (*product, price, place, promotion*) yang disediakan oleh Perum Perumnas Bukit Kemiling Permai Bandar Lampung. Subjek dari penelitian ini terbatas pada konsumen yang membeli rumah Perum Perumnas Bukit Kemiling Permai Bandar Lampung pada tahun 2009.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada Perum Perumnas Bukit Kemiling Permai Bandar Lampung yang beralamatkan di Jalan Imam Bonjol Km. 11 Ruko No. 95-97 Kemiling Tj Karang Barat-Sumberejo Bandar Lampung. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan april 2010.

C. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan pemaknaan dari konsep yang digunakan sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut di lapangan (Singarimbun dan Effendi, 1995: 21). Konsep dari penelitian ini adalah :

1. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan suatu keinginan atau suatu kebutuhan. (Kotler 1993: 194)
2. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. (Kotler dan Armstrong 2001: 439)
3. Saluran Distribusi adalah seperangkat atau sekelompok organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses yang memungkinkan suatu produk atau jasa yang tersedia bagi penggunaan atau konsumsi oleh konsumen atau pengguna industrial. (Kotler 2002: 60).

4. Promosi menunjukkan pada berbagai kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan, nilai, kualitas produk, dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. Kotler (2002: 93).
5. Proses keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. (Kotler 2000: 251-252).

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut (Nazir, 1999: 152). Seperti yang terungkap di dalam objek penelitian, bahwa pokok masalah yang diteliti adalah bersumber pada empat hal yaitu produk (variabel X1), harga (variabel X2), distribusi (variabel X3), promosi (variabel X4) dan proses keputusan pembelian sebagai variabel tak bebas (variabel Y). Definisi Operasional Variabel pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Item
1. Produk (X1)	Produk adalah barang atau jasa yang didalamnya sudah termasuk kredibilitas nama pengembang, desain/gaya arsitektur, tipe, corak warna, kualitas, lokasi perumahan yang strategis, dan tersedianya fasilitas sosial dan umum.	<ul style="list-style-type: none"> a. Kredibilitas Nama Pengembang b. Desain/gaya arsitektur c. Tipe Rumah d. Corak warna e. Kualitas Rumah f. Lokasi perumahan yang strategis g. Adanya Fasilitas Sosial dan Fasilitas Umum 	1-7
2. Harga (X2)	Harga adalah jumlah uang yang digunakan untuk mendapatkan suatu barang. Dengan indikator daftar harga produk, harga saingan, periode pembayaran, dan kemudahan syarat kredit.	<ul style="list-style-type: none"> a. Daftar Harga b. Harga saingan c. Adanya Periode pembayaran angsuran d. Persyaratan kredit yang mudah 	8-11
3. Distribusi (X3)	Distribusi digunakan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen termasuk didalamnya penentuan lokasi pemasaran yang strategis, <i>contact person</i> yang mudah dihubungi, adanya cakupan pasar, tersedianya transportasi umum menuju perumahan.	<ul style="list-style-type: none"> a. Lokasi Kantor Pemasaran yang strategis b. <i>Contact Person</i> yang mudah dihubungi c. Cakupan pasar pada kelas menengah ke bawah e. Tersedianya Transportasi umum menuju perumahan 	12-15
4. Promosi (X4)	Promosi adalah komunikasi atau penyampaian informasi dari perusahaan kepada konsumen melalui sarana promosi yaitu <i>personal selling</i> , periklanan, promosi penjualan, dan publisitas.	<ul style="list-style-type: none"> a. <i>Personal Selling</i> b. Periklanan c. Promosi penjualan d. Publisitas 	16-19

5. Proses Keputusan Membeli (Y)	Proses keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku purna beli.	a. Pengenalan kebutuhan b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku purna beli	20-24
--	--	---	-------

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli rumah Perumahan Perumnas Bukit Kemiling Permai pada tahun 2009 sebanyak 357 orang di Bandar Lampung.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2007: 73). Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis *non-probability samples* yaitu teknik *convenience sampling*. Pada teknik ini, peneliti hanya sekedar menghentikan seseorang di pinggir jalan atau restoran atau gedung bioskop menghentikan orang lalu bertanya apakah ia bersedia menjawab pertanyaan kita. Sampel terdiri dari orang-orang yang tersedia dan mudah bagi peneliti untuk memulai wawancara. Dalam teknik seperti ini tidak “randomness” dan kemungkinan biasanya tinggi. Sulit untuk menarik sebuah konklusi yang “meaningfull” dari hasil yang diperoleh (Ferdinand.A, 2006: 196). Dalam penelitian ini besarnya populasi adalah jumlah

konsumen yang membeli rumah pada Perum Perumnas Bukit Kemiling Permai dan melakukan transaksi pada tahun 2009 yaitu sebanyak 357 orang.

Untuk menentukan besarnya ukuran sampel yang akan digunakan dalam penelitian dari suatu populasi, penarikan sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel dapat ditolerir, misal 5, 10% (Umar, 2002: 102)

Berdasarkan rumus diatas maka besarnya sampel yang harus diambil adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N (e)^2} \\ &= \frac{357}{1 + 357 (0,1)^2} \\ &= 78.118 \\ &= 78 \text{ orang (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Jadi besarnya sampel yang harus diambil adalah sebanyak 78 orang. Pengambilan sampel terhadap 78 orang responden dilakukan secara random (acak).

F. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dilapangan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen rumah Perum Perumnas Bukit Kemiling Permai di Bandar Lampung.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau penunjang seperti buku, internet, dan melakukan pengamatan yang berkaitan dengan penelitian ini pada Perum Perumnas Bukit Kemiling Permai di Bandar Lampung.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu usaha sadar untuk mengumpulkan data yang dilaksanakan secara sistematis dan dengan prosedur yang standar (Arikunto, 1996: 223). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan dilakukan untuk memperoleh data melalui sumber-sumber, literatur-literatur, buku-buku dan penunjang kepustakaan lainnya yang berhubungan dengan penulisan ini.

2. Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan dilakukan untuk memperoleh data melalui penelitian langsung pada Perum Perumnas Bukit Kemiling Permai Bandar Lampung.

Metode pengambilan data dilakukan melalui :

1. Kuesioner

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data mengenai suatu masalah yang banyak menyangkut kepentingan umum (orang banyak) dengan jalan mengedarkan formulir daftar pertanyaan, diajukan secara tertulis kepada sejumlah responden, untuk mendapatkan jawaban (tanggapan responden) tertulis seperlunya (Indriantoro, 2002: 217).

Angket yang digunakan adalah pilihan ganda dimana setiap soal disediakan 5 jawaban dengan skor masing-masing adalah: responden yang memberikan jawaban :

- a. Diberi skor 5, dengan kategori sangat setuju
- b. Diberi skor 4, dengan kategori setuju
- c. Diberi skor 3, dengan kategori ragu-ragu
- d. Diberi skor 2, dengan kategori tidak setuju
- e. Diberi skor 1, dengan kategori sangat tidak setuju

Skala pengukuran yang dipakai dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang 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, 2007: 86).

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, prasasti, notulen rapat dan sebagainya (Arikunto, 2002: 236). Dalam penelitian ini teknik dokumentasi digunakan untuk mengetahui jumlah konsumen yang membeli rumah pada Perum Perumnas Bukit Kemiling Permai di Bandar Lampung.

H. Teknik Pengujian Instrumen

1. Validitas

Untuk mengukur tingkat validitas kuesioner yang penulis menggunakan rumus *Product Moment Co-efficient of correlation* sebagai berikut :

$$r_{XY} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2] [n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{XY} = Nilai korelasi (keeratan hubungan)

n = Banyaknya jumlah sampel yang diteliti.

X = Skor pertanyaan

Y = Jumlah skor dari x (Husein Umar, 2002:180)

Dengan kriteria proses pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner valid

2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka kuesioner tidak valid

Banyaknya pernyataan yang digunakan sebanyak 25 item yang valid dengan menggunakan data yang terkumpul dari 78 responden yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada masyarakat Perum Perumnas BKP dengan standar r tabel 0,223. Bila korelasi $\leq 0,223$, maka dapat dikatakan bahwa pernyataan tersebut tidak valid. Pada tabel 6 hasil Uji Validitas dari 78 sampel dapat dilihat dibawah ini.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
Produk	X1.1	0.742	0.223	Valid
	X1.2	0.774	0.223	Valid
	X1.3	0.793	0.223	Valid
	X1.4	0.712	0.223	Valid
	X1.5	0.742	0.223	Valid
	X1.6	0.705	0.223	Valid
	X1.7	0.734	0.223	Valid
Harga	X2.1	0.552	0.223	Valid
	X2.2	0.597	0.223	Valid
	X2.3	0.732	0.223	Valid
	X2.4	0.684	0.223	Valid
Distribusi	X3.1	0.804	0.223	Valid
	X3.2	0.773	0.223	Valid
	X3.3	0.805	0.223	Valid
	X3.4	0.796	0.223	Valid
Promosi	X4.1	0.659	0.223	Valid
	X4.2	0.696	0.223	Valid
	X4.3	0.395	0.223	Valid
	X4.4	0.667	0.223	Valid
	X4.5	0.486	0.223	Valid
Keputusan Pembelian	Y1.1	0.828	0.223	Valid
	Y1.2	0.682	0.223	Valid
	Y1.3	0.812	0.223	Valid
	Y1.4	0.786	0.223	Valid
	Y1.5	0.682	0.223	Valid

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa semua pernyataan adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari semua pernyataan yang memiliki nilai hitung lebih besar dari r tabel.

2. Reliabilitas

Realibilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisisioner (Nugroho Agung Bhuono, 2005: 72). Untuk mencari reabilitas keseluruhan item adalah dengan mengoreksi angka korelasi yang diperoleh dengan menggunakan rumus *Alpha Crombat* :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \times \frac{1 - \sum \alpha \beta^2}{\alpha \tau^2}$$

Indeks Reliabilitas diinterpretasikan dengan menggunakan tabel 7 interperetasi r berikut ini

Besarnya nilai	Interperetasi
Antara 0,800-1,00	Sangat kuat
Antara 0,600-0,800	Kuat
Antara 0,400-0,600	Sedang
Antara 0,200-0,400	Rendah
Antara 0,000-0,200	Sangat rendah

Instrument penelitian dapat dikatakan reliabel apabila nilai koefisien Alpha variebel lebih besar dari r tabel = 0,290. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 8 berikut.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Produk (X1)	0.863	Reliabel
Harga (X2)	0.530	Reliabel
Distribusi (X3)	0.785	Reliabel
Promosi (X4)	0.502	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.812	Reliabel

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian dapat dikatakan reliabel atau dapat dipercaya karena nilai koefisien Alpha variebel lebih besar dari r tabel = 0,290.

I. Teknik Pengolahan Data

Sebuah pekerjaan lapangan diselesaikan, data haruslah dikonversikan ke dalam sebuah format yang nantinya dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pembuat keputusan. Pemrosesan data umumnya diawali dengan editing dan koding terhadap data yang terkumpul (Supranto, 2003: 33).

1) Editing

Editing dimaksudkan untuk melakukan pengecekan apakah ada kesalahan dalam pengisian kuesioner, dan ada ketidaksesuaian (*incionsistency*).

2) Coding

Coding adalah kegiatan pemberian kode-kode tertentu untuk memudahkan pengolahan, penghematan penggunaan kartu pons (*punch card*).

3) *Tabulating*

Tabulating adalah pembuatan tabel-tabel yang berguna serta pembuatan grafik.

J. Teknik Analisis Data

1. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah diantara variabel ada yang mempengaruhi pengaruh sehingga harus dilakukan pengujian hipotesis.

a. Uji F atau simultan

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui secara serentak atau bersama-sama variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen.

Dengan hipotesa sebagai berikut :

Uji F H_0 ditolak jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$.

H_0 diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Nilai F dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2(N - m - 1)}{m(1 - R^2)}$$

Ket:

R^2 = Koefisien korelasi ganda

N = Jumlah sampel

m = Jumlah predictor (Sugiyono, 2007: 218)

Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan 95% dan derajat kebebasan 5%, derajat bebas pembilang $df1 = (k-1)$ dan derajat bebas penyebut $df1 = (n-k)$, k merupakan banyaknya parameter (koefisien) model regresi linier dan n merupakan jumlah pengamatan.

Dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- a)- jika $F_{hit} < F_{tab}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
 - jika $F_{hit} > F_{tab}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b)- jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
 - jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

b. Uji T atau uji parsial

Pengujian ini dilakukan secara individual (uji-t) dengan pengujian koefisien regresi secara parsial dengan menentukan formula statistik yang akan diuji.

Untuk menguji hipotesis, digunakan uji t (parsial) dengan taraf kepercayaan sebesar 5% dan $dk = n-k-1$ dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Kriteria uji t :

H_0 ditolak jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

H_0 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

c. Pengujian Parameter Regresi

Uji Korelasi (r) dan Determinasi (R^2)

Korelasi (r) adalah hubungan keterikatan antara dua atau lebih variabel. Hasil korelasi positif mengartikan bahwa makin besar nilai variabel 1 menyebabkan makin besar pula nilai variabel 2. Korelasi negatif mengartikan bahwa makin besar nilai variabel 1 makin kecil variabel 2. Sedangkan korelasi nol mengartikan bahwa tidak ada atau tidak menentunya hubungan dua variabel. Interpretasi nilai dari korelasi tersebut akan terlihat pada keterangan tabel 9 berikut:

Tabel 9. Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0.001-0.200	Sangat lemah
0.201-0.400	Lemah
0.401-0.600	Cukup kuat
0.601-0.800	Kuat
0.801-1.000	Sangat kuat

Sumber: Triton (2006: 103).

Berdasarkan nilai korelasi tersebut, ditemukan nilai koefisien determinasi (R^2) yang merupakan pengkuadratan dari nilai korelasi. Koefisien determinasi menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. R^2 dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y + b_3 \sum x_3 y + b_4 \sum x_4 y}{\sum y^2}$$

Keterangan:

b_1 = Koefisien regresi variabel produk

b_2 = Koefisien regresi variabel harga

b_3 = Koefisien regresi variabel promosi

b_4 = Koefisien regresi variabel distribusi

x_1 = Produk

x_2 = Harga

x_3 = Distribusi

x_4 = Promosi

y = Proses keputusan pembelian

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah model estimasi yang telah memenuhi kriteria ekonometrik dalam arti tidak terjadi penyimpangan yang cukup serius dari asumsi-asumsi yang diperlukan.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Gujarati, 2003: 102). Untuk mengujinya akan digunakan uji normalitas, yaitu dengan melihat normal p-p *plot of regression standardized residual* adalah :

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Santoso, 2002: 214).

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan uraian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya yaitu : uji park, uji Glesjer, melihat pola grafik regresi, dan uji koefisien korelasi Spearman (Priyatno, 2008: 41-42).

Pada penelitian ini akan dilakukan uji heteroskedastisitas dengan melihat pola grafik regresi. Dasar analisisnya adalah sebagai berikut :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Tim penelitian dan pengembangan wahana komputer, 2006: 258).

c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidak adanya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada suatu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model

regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Nilai dU dan dL dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson yang tergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan (Priyatno, 2008: 47-48).

d) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas saling berkorelasi/berhubungan dalam model regresi. Ada hubungan linear di antara variabel-variabel bebas dalam model regresi. Jika hal ini terjadi maka sangat sulit untuk menentukan variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Untuk melihat apakah ada multikolinearitas dalam penelitian ini, maka akan dilihat dari *variance inflation factor* (VIF) multikolinearitas. Batas nilai VIF yang diperkenankan adalah maksimal 10 (Gujarati, 2003: 328).

3. Analisis Regresi

a). Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2007: 204). Metode statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan perhitungan menggunakan SPSS 16.0. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX + et$$

Keterangan :

Y : Proses Keputusan pembelian

a : Harga Y bila $X = 0$

b : angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel proses keputusan pembelian yang didasarkan pada variabel harga, produk dan promosi. Bila b (+) maka baik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X : Produk, Harga, distribusi, dan Promosi

et : disturbance term

$$\text{harga } b = r \frac{s_y}{s_x} \qquad \text{harga } a = Y - Bx$$

Keterangan :

R : Kofisien korelasi *product moment* atau variabel Produk, Harga, Distribusi dan Promosi

Dan proses keputusan pembelian

S_y : Simpangan baku variabel proses keputusan pembelian

S_x : Simpangan baku variabel harga, produk, promosi dan distribusi

b). Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2007: 210).

Analisis Regresi Linear Berganda menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + et$$

Keterangan :

a : Nilai Intercept (konstan)

X_1, X_2 : faktor- faktor yang terbentuk

b_1, b_2 : Koefisien Regresi

ϵ : disturbance term

Y : Proses Keputusan Pembelian

