

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Jenis Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2021:2). Dari pengertian ini, terdapat empat elemen utama yang perlu dipahami secara lebih mendalam, yaitu pendekatan ilmiah, data, tujuan, dan manfaat. Penelitian yang menggunakan metode ilmiah memiliki ciri-ciri khas, yaitu bersifat rasional, empiris, dan sistematis. Data yang dikumpulkan bersifat empiris dan harus memenuhi syarat tertentu seperti validitas, reliabilitas, dan objektivitas. Ketika data memenuhi syarat validitas, maka data tersebut biasanya juga reliabel dan objektif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena berlandaskan pada logika berpikir ilmiah yang dimulai dari perumusan hipotesis hingga pengujian data berbentuk angka melalui analisis statistik. Jenis penelitian yang digunakan bersifat asosiatif kausal, yaitu menitikberatkan pada hubungan sebab-akibat antara dua atau lebih variabel, sehingga memungkinkan untuk mengetahui keterkaitan antar variabel tersebut.

2. Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian di Kota Bogor, mencakup wilayah Kecamatan Bogor Utara, Kecamatan Bogor Barat, Kecamatan Bogor Selatan, Kecamatan Bogor Tengah, Kecamatan Bogor Timur dan Kecamatan Tanah Sareal. Waktu yang dilakukan dalam penelitian ini dimulai dari bulan Februari sampai bulan Juni Tahun 2025.

B. Variabel dan Pengukuran

Pada penelitian ini pengertian variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Penelitian ini oleh penulis menggunakan variabel yang dikelompokkan menjadi dua yaitu :

1. Variabel Bebas (*Variable Independen*)

Menurut Sugiyono (2022:39) variabel bebas (independen) ialah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab adanya perubahan atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas (independen) yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1) dan harga (X2)

2. Variabel Terikat (*Variable Dependen*)

Menurut Sugiyono (2022:39) variabel terikat (dependen) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat atau dampak, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (dependen) yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

3. Operasional Variabel

Operasinal variabel penelitian menurut Sugiyono dalam (Setiani et al., 2021:73) adalah suatu indikator atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sesuai dengan judul penelitian ini, maka terdapat tiga variabel, yaitu:

a. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen atau pembeli mengenal masalahnya, mencari suatu informasi mengenai merek atau produk tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing – masing alternatif tersebut. Yang dapat diukur dengan : kemampuan pada sebuah produk, memberikan rekomendasi kepada orang lain, melakukan pembelian ulang. Variabel keputusan pembelian ini diukur dengan 6 pernyataan dengan skala likert 1-5.

b. Kualitas produk

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Kualitas mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas yang mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Kualitas produk dapat dimaknai sebagai manfaat barang dan atau jasa, baik manfaat utama

(*core benefit*), sampai dengan manfaat tambahan (*aughmented/extended benefit*) yang dapat dinikmati oleh konsumen dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kebutuhan konsumen. Yang dapat diukur dengan : kinerja, fitur, daya tahan, estetika. Variabel kualitas produk ini diukur dengan 8 pernyataan dengan skala likert 1-5.

c. Harga

Harga adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. Harga bukan hanya angka nominal yang tertera di label suatu kemasan, tapi harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi, seperti sewa tempat, ongkos, upah, bunga, tarif, biaya penyimpanan gaji. Semuanya merupakan harga yang harus dibayar untuk mendapatkan barang dan jasa. Harga dalam penelitian ini diukur dengan skala likert 1-5 yang berisi: keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga.

Tabel 2
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Item – item indikator	Kode	Pengukuran
Kualitas Produk (X1)	Kualitas merupakan syarat utama suatu produk diterima di pasar. Produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan. Selvia et al., (2022:321)	1. Kinerja 2. Fitur 3. Daya tahan 4. Estetika	1.1. Saya merasa Mie Instan Sarimi mudah untuk dimasak sesuai dengan petunjuk penyajian 1.2. Saya merasa Mie Instan Sarimi memiliki rasa yang konsisten setiap kali dimasak 2.1. Saya menilai tampilan kemasan Mie Sarimi menarik dan mudah dikenali 2.2. Saya merasa isi Mie Sarimi terlalu sederhana dan tidak bervariasi 3.1. Saya pernah menemukan Mie Sarimi dalam kondisi rusak sebelum dibuka 3.2. Saya merasa Mie Sarimi memiliki masa kedaluwarsa yang cukup lama 4.1. Saya merasa aroma Mie Instan Sarimi saat dimasak cukup menggugah selera. 4.2. Saya merasa warna Mie Sarimi tampak segar dan menarik saat disajikan.	KU1 KU2 KU3 KU4 KU5 KU6 KU7 KU8	<i>Skala Likert</i>

Tabel 2
Operasional Variabel Lanjutan

Variabel	Definisi	Indikator	Item – item indikator	Kode	Pengukuran
Harga (X2)	<p>Harga adalah suatu nilai yang dinyatakan dalam bentuk rupiah guna pertukaran/transaksi atau sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa.</p> <p>Diah Ayu Sekarnadi et al., (2023:185)</p>	<p>1. Keterjangkauan harga</p> <p>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</p> <p>3. Daya saing harga</p>	<p>1.1. Saya cenderung memilih Mie Sarimi karena harganya lebih murah dibanding mi instan lainnya.</p> <p>1.2. Saya merasa harga Mie Sarimi sesuai dengan jenis dan ukuran produk yang ditawarkan.</p> <p>2.1. Saya merasa harga Mie Sarimi terlalu murah untuk dianggap sebagai produk berkualitas tinggi.</p> <p>2.2. Saya merasa harga Mie Sarimi kurang sepadan dengan apa yang saya rasakan setelah mengonsumsinya.</p> <p>3.1. Saya merasa Mie Sarimi tidak memiliki keunggulan harga dibandingkan kompetitornya.</p> <p>3.2. Saya memilih Mi Sarimi karena harganya lebih murah dari merek lain</p>	<p>H1</p> <p>H2</p> <p>H3</p> <p>H4</p> <p>H5</p> <p>H6</p>	<i>Skala Likert</i>
	<p>Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan</p>	<p>1. Pilihan produk</p>	<p>1.1. Saya memilih produk Mie Sarimi yang sesuai dengan kebutuhan saya saat ini</p> <p>1.2. Saya cenderung membeli produk Mie Sarimi yang menurut saya memberikan manfaat terbaik</p>	<p>KP1</p> <p>KP2</p>	<i>Skala Likert</i>

Tabel 2
Operasional Variabel Lanjutan

Variabel	Definisi	Indikator	Item – item indikator	Kode	Pengukuran
Keputusan Pembelian (Y)	untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Kotler dan Amstrong dalam (Sahati et al.,2024:331)	2. Pilihan merek	2.1. Saya memilih merek Mie Sarimi karena sudah saya kenal dan percayai kualitasnya 2.2. Saya memilih merek lain karena rasa Mie Sarimi kurang sesuai.	KP3 KP4	
		3. Jumlah pembelian	3.1. Saya sering membeli lebih dari satu bungkus Mie Sarimi saat berbelanja. 3.2. Saya cenderung membeli lebih banyak Mie Sarimi jika varian rasa yang tersedia lengkap	KP5 KP6	

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2023:4) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian tersebut, Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh penduduk Kota Bogor yaitu konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk Mie instan termasuk Mie Instan Sarimi di kota Bogor.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2023:73) Sampel merupakan sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu yang mewakili keseluruhan populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka pada penelitian ini dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2021:155), menyatakan bahwa sampling purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, yaitu konsumen yang sudah berumur 17 tahun keatas karena dianggap sudah mampu mengisi angket atau kuesioner yang dibagikan dengan baik.

Teknik ini dipilih karena tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi sampel. Sampel dalam penelitian ini dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu, yaitu Masyarakat Kota Bogor yang pernah mengkonsumsi produk Mie Instan Sarimi minimal 1 kali. Berikut ini merupakan data penduduk di Kota Bogor.

Tabel 3

Populasi Perkecamatan di Kota Bogor

Wilayah Kecamatan	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Presentase
Bogor Selatan	223.403	19,53%
Bogor Timur	109.976	9,61%
Bogor Utara	207.357	18,13%
Bogor Tengah	109.404	9,56%
Bogor Barat	258.188	22,56%
Tanah Sereal	235.780	20,61%
Jumlah	1.144.108	100%

Sumber:(Pemerintah Kota Bogor,2024. Diperbaharui 14 Mei 2025)

Berdasarkan populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh penduduk Kota Bogor yang merupakan konsumen produk Mie Instan Sarimi. Menurut data dari Pemerintah Kota Bogor jumlah penduduk di wilayah ini mencapai 1.144.108 jiwa yang tersebar di 6 kecamatan, yang terdiri dari, Kecamatan Bogor Selatan, Bogor Timur, Bogor Utara, Bogor Tengah, Bogor Barat, dan Tanah Sareal Namun, jumlah pasti konsumen Mie Instan Sarimi di antara penduduk tersebut tidak teridentifikasi.

Dalam penelitian ini dikarenakan populasinya tidak diketahui secara pasti menurut Riduwan (2021:155) untuk menentukan jumlah sampel dalam populasi yang tidak diketahui maka penelitian ini ditetapkan berdasarkan perhitungan melalui rumus Cochran, yaitu:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel yang diperlukan

Z = nilai Tingkat kepercayaan

P = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*)

Penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel (*sampling error*) maksimum sebesar 5%. Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dihitung jumlahnya melalui perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = 384,16$$

Pengambilan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada masyarakat Kota Bogor yang terdiri dari 6 kecamatan, sesuai dengan data dari Pemerintah Kota Bogor. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Cochran, dengan hasil perhitungan sebesar 384,16 yang kemudian dibulatkan menjadi 385 responden yang dimaksudkan agar nilai error atas tingkat toleransi kesalahan dipastikan dibawah 5%.

Dalam penelitian ini, penyebaran kuesioner dilakukan secara online dengan menggunakan media sosial seperti Instagram dan aplikasi WhatsApp. Cara ini dipilih karena lebih praktis, cepat, serta dapat menjangkau lebih banyak orang tanpa harus bertemu langsung. Sebelum kuesioner diisi, peneliti menambahkan beberapa pertanyaan penyaring (screening questions) di awal untuk memastikan responden benar-benar sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.

Pertanyaan ini digunakan untuk memastikan bahwa responden tinggal di wilayah Kota Bogor, khususnya di 6 kecamatan, yaitu Bogor Selatan, Bogor Timur, Bogor Utara, Bogor Tengah, Bogor Barat, dan Tanah Sareal, serta pernah membeli dan mengonsumsi mi instan Sarimi minimal 1 kali. Kuesioner dibagikan melalui Instagram stories dan juga

dikirim lewat pesan pribadi atau grup WhatsApp dengan ajakan yang dibuat sopan dan menarik. Peneliti juga menjelaskan bahwa hanya responden yang sesuai kriteria yang boleh mengisi kuesioner, dan mengimbau agar mereka menjawab jujur berdasarkan pengalaman pribadi agar data yang dikumpulkan bisa lebih akurat.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Data dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama, Audi (2021:163). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden dengan metode kuesioner.

1) Kuesioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Menurut Sanjaya (2022:6) kuisioner adalah daftar pertanyaan atau pernyataan yang akan diisi oleh responden dengan petunjuk pengisianya. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian.

b. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung melalui sebuah perantara Arviyanda et al.,(2023:6). Data sekunder digunakan untuk melengkapi data primer dan diperoleh dari referensi

seperti buku, jurnal, dan artikel yang relevan dengan topik penelitian untuk mendukung penelitian tersebut. Data-data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

- a) Jumlah konsumsi Mie Instan 2024 yang bersumber dari *World Instant Noodles Association*
- b) Data top brand index sub-kategori Mie Instan dalam kemasan bag yang bersumber dari Top Brand Award
- c) Jumlah penduduk perkecamatan di Kota Bogor yang bersumber dari Badan Pusat Statistik 2024
- d) Jumlah penduduk Kota Bogor yang bersumber dari bogorkota.bps.go.id

E. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:296) Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Tujuan dari teknik pengumpulan data adalah untuk mendapatkan data yang valid, akurat dan terpercaya sehingga kesimpulan penelitian tidak akan diragukan kebenarannya. Dalam penelitian ini, teknik pengukuran data yang digunakan adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2021:93), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu fenomena sosial. Teknik ini dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk

dijawab sesuai dengan tingkat persetujuannya. Umumnya, penilaian dalam skala Likert terdiri dari lima kategori penilaian sebagai berikut:

Tabel 4

Skala Likert

Pernyataan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2021: 93)

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Marnilin et al., (2022:3) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau benar sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau benar mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Tujuan uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu instrumen dalam hal ini adalah kuesioner.

Alat ukur suatu penelitian untuk menguji validitas, peneliti menggunakan software SPSS dan uji korelasi *product moment pearson's* dengan cara menghitung korelasi dari masing-masing pernyataan. Rumus uji validitas yang digunakan untuk uji validitas dengan teknik korelasi *product moment pearson's*, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x^2)) (n\sum y^2 - (\sum y^2))}}$$

Sumber: Sugiyono (2021:690)

Keterangan:

R_{XY} = Koefisien korelasi

X = Nilai data variabel X

Y = Nilai data variabel Y

N = Banyaknya data

Untuk mengetahui nilai validitas instrumen, maka bandingkan nilai p-value (Signifikansi) dengan nilai α yang besarnya 0,05 (tingkat kesalahan 5%). Kriteria validitasnya adalah:

- 1) Jika nilai r-hitung > r-tabel (0,361), maka item pernyataan dalam instrumen dinyatakan valid.
- 2) Jika nilai r-hitung < r-tabel (0,361), maka item pernyataan dalam instrumen dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk menguji apakah suatu item atau instrumen pertanyaan kuesioner merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Menurut Sugiyono (2021:690) uji reliabilitas merupakan alat uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana instrumen dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila pengukuran dilakukan dengan berulang-ulang.

Tujuan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*". sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono (2021:169)

Keterangan:

r_{11} = Koefisien reliabilitas

K = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum a_{bt}^2$ = Jumlah variabel butir

a_{bt}^2 = Varians total

Rentang nilai Cronbach Alpha:

- 1) $\alpha < 0,50$ maka reliabilitas rendah
- 2) $0,50 < \alpha < 0,70$ maka reliabilitas moderat
- 3) $\alpha > 0,70$ maka reliabilitas mencukupi standar ukuran
- 4) $\alpha > 0,80$ maka reliabilitas kuat
- 5) $\alpha > 0,90$ maka reliabilitas sempurna

Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus alpha apabila

- 1) Apabila hasil koefisien Cronbach Alpha > taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliable.

- 2) Apabila hasil koefisien Cronbach Alpha < taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliable.

2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Masiaga et al., (2022:903) Uji asumsi klasik adalah tahap awal yang digunakan sebelum analisis regresi linear. Uji asumsi klasik dilakukan sebelum pengujian hipotesis, untuk memastikan apakah persamaan pada model regresi dapat diterima secara ekonometrika. Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas

a. Uji Normalitas

Menurut Asfihan (2022:3) uji normalitas adalah digunakan untuk mencari tahu apakah suatu nilai residu tersebar secara normal atau tidak normal. Model regresi tepat ialah mempunyai residu yang tersebar secara biasa. Data ini dikatakan tepat apabila data terdistribusi secara biasa. Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov Smirnov. Dasar dari pengambilan keputusan pada uji ini yaitu :

- 1) Bila nilai signifikansi lebih besar > 0.05 maka H_0 diterima, sehingga data tersebut terdistribusi normal.
- 2) Tapi jika yang terjadi kebalikannya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari < 0.05 maka H_0 ditolak, sehingga data tersebut tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas adalah dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi yang tinggi antar variabel bebas dalam model regresi linear berganda. Dalam model yang ideal, variabel-variabel bebas seharusnya tidak saling berkorelasi. Jika terdapat korelasi di antara variabel bebas, maka variabel-variabel tersebut tidak bersifat ortogonal atau tidak berdiri sendiri.

Menurut Bagana (2022:145) Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Jika berdasarkan hasil uji multikolinearitas didapat nilai Tolerance > 0,01 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10 maka model regresi terbebas dari gejala multikolinearitas. dilakukan secara manual dengan memakai rumus sebagai berikut :

$$VIF = \frac{1}{1 - R^2_j}$$

Keterangan:

$VIF = Variance\ Inflation\ Factor$

R^2_j = Koefisien determinasi variabel bebas ke- j dengan variabel lain

J = Jumlah sampel

Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai tolerance value $> 0,10$ dan VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika nilai tolerance value $< 0,10$ dan VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Purba et al., (2021:206) Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan atau ketidakkonsistenan pada nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dilakukan uji heteroskedastisitas. Jika variance tersebut tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian heterokedastisitas dilakukan dengan korelasi Spearman, dengan langkah yang harus dilakukan dengan menguji ada tidaknya masalah heterokedastisitas dalam hasil regresi dengan menggunakan korelasi Spearman adalah dengan formula sebagai berikut :

$$t = \frac{rs\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(rs^2)}}$$

Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan yaitu untuk melihat dari angka probabilitas dengan ketentuan-ketentuan, sebagai berikut :

- 1) Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka hipotesis diterima karena data tersebut tidak ada heterokedastisitas.
- 2) Apabila nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka hipotesis ditolak karena data ada heterokedastisitas.

d. Uji Linearitas

Linearitas adalah sifat hubungan yang linear antar variabel, artinya setiap perubahan yang terjadi pada satu variabel akan diikuti perubahan dengan besaran yang sejajar pada variabel lainnya. Menurut Lestari et al., (2023:88) Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel atau lebih yang diuji mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu:

- 1) jika signifikan yang diperoleh $> 0,05$, maka hubungan antar variabel linier
- 2) jika signifikan yang diperoleh $< 0,05$ maka hubungan antar variabel tidak linier.

3. Analisis Deskriptif

Menurut Sholikhah (2023:164). Analisis deskripstif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini juga dilengkapi dengan analisis tabulasi silang (crosstabulation). Tabulasi silang setidaknya melibatkan dua variabel atau kategori, dan penyajiannya dapat dilakukan dalam bentuk frekuensi maupun persentase. Melalui analisis ini, masing-masing variabel akan ditampilkan dalam bentuk tabel yang bertujuan untuk:

- a. Menganalisis hubungan antar variabel yang terjadi.
- b. Melihat bagaimana kedua atau beberapa variabel berhubungan.
- c. Mengatur data untuk keperluan analisis statistik.
- d. Mengadakan control terhadap variabel tertentu, sehingga dapat dianalisis tentang ada tidaknya hubungan palsu (spurious relations).
- e. Melihat apakah terdapat kesalahan-kesalahan dalam kode ataupun jawaban dari daftar pertanyaan.

Dalam membuat tabel untuk analisis silang, penting untuk mengelompokkan data ke dalam kategori yang tepat agar hasilnya akurat. Tabel silang tidak hanya menunjukkan berapa kali suatu kejadian muncul (frekuensi), tapi juga menampilkan persentasenya. Penyajian dalam bentuk persentase membantu pembaca lebih mudah memahami isi tabel, karena bisa melihat perbandingan antar data dengan lebih jelas. Dengan begitu, pembaca tidak hanya melihat jumlahnya saja, tetapi juga bisa mengetahui seberapa besar proporsi dari setiap kategori yang ditampilkan.

Cara menghitung persentase akan menentukan cara untuk menginterpretasikan data. Apabila persentase dihitung “ke samping”, maka

interpretasi dilakukan “ke bawah”, dan berlaku sebaliknya (Imam Machali, 2021:208:209). Berikut contoh tabel silang (*crosstabs*):

Tabel 5

Crosstabs Arah Persentase dan Interpretasi ke samping

		100 persentase
	100 persentase	
	↓	↓
Interpretasi		Interpretasi

Sumber : Imam Machali (2021:210)

Pada analisis ini menggunakan metode perhitungan rata-rata tertimbang. Rumus dari rata-rata tertimbang yang digunakan pada penelitian ini ialah sebagai berikut.

$$W = \frac{\sum WiXi}{n}$$

Keterangan:

W = Rata-rata Tertimbang

Wi = Nilai Bobot

Xi = Frekuensi

N = Jumlah Responden

Distribusi frekuensi adalah pengelompokan data ke dalam daftar berdasarkan interval kelas atau kategori tertentu. Proses distribusi frekuensi memerlukan penentuan persentase frekuensi setiap item pernyataan dalam kuesioner. Tujuannya adalah untuk mengkategorikan setiap variabel dalam analisis atau menganalisis data yang telah dimasukkan sebelumnya. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan interval kelas adalah sebagai berikut.

$$Rs = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Skala}}$$

Keterangan:

Rs = Rentang Skala

Skor Tertinggi = 5 (skor dalam instrumen penelitian kuesioner)

Skor Terendah = 1 (skor dalam instrumen penilaian kuesioner)

Jumlah Skala = 5

Interval kelas yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 6

Pengukuran Skor

Nilai	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik
2,61 – 3,40	Normal
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Sumber : Suharto & Hariadi (2021:116)

4. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Analisis korelasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel independen (X) secara bersamaan terhadap variabel dependen (Y). Adapun rumus yang digunakan dalam analisis korelasi ganda adalah sebagai berikut:

$$RX1.X2.Y = \sqrt{\frac{r_{x1.y}^2 + r_{x2.y}^2 - 2(r_{x1.y})(r_{x2.y})(r_{x1.x2})}{1 - r_{x1.x2}^2}}$$

Keterangan:

r_{x1x2y} = Korelasi antara variabel X1 dengan X2 secara bersama sama dengan variabel Y

r_{x1y} = Korelasi Product Moment antara X1 dengan Y

r_{x2y} = Korelasi Product Moment antara X2 dengan Y

r_{x1x2} = Korelasi Product Moment antara X1 dengan X2

Untuk menguji apakah terdapat hubungan yang erat antara kualitas produk dan harga dengan keputusan pembelian Mie Instan Sarimi di kota Bogor, penulis menggunakan tabel intrepretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel 7

Intrepretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Mustafa (2023:573)

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Gozali (2018:6) Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Dalam penelitian ini, digunakan analisis linear berganda yaitu metode analisis yang terdiri lebih dari dua variabel yaitu dua/lebih variabel independen dan satu variabel dependen. Dalam konteks ini, variabel independen terdiri dari Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2), sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y). Rumus persamaan regresi berganda dapat dijabarkan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Sumber : Marnilin et al., (2022:7)

Keterangan :

Y = Variabel dependen

α = Nilai Konstanta

X_1, X_2 = Variabel independen

α = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

e = Kesalahan pengganggu (*Error Term*)

6. Uji Hipotesis

Menurut Sari Anita et al., (2023:78) hipotesis adalah sebuah simpulan yang belum final karena harus diuji kebenarannya atau bisa disebut juga

sebagai jawaban sementara terhadap masalah yang sedang diteliti. Hipotesis bisa juga dipahami sebagai teori sementara (jawaban tentatif) yang dijadikan pedoman oleh peneliti sebagai petunjuk sementara ke arah pemecahan masalah. Teori sementara atau hipotesis ini diperoleh dari deduksi teori yang kemudian diturunkan sebagai hipotesis. Hipotesis inilah yang harus diuji kebenarannya melalui pengumpulan bukti empirik (data). Jika kemudian data yang terkumpul memperlihatkan bahwa hipotesis itu benar, maka hipotesis itu berubah kedudukannya menjadi tesa (kesimpulan pendapat yang diperoleh dari pengamatan empiris melalui proses dan kerja metodologis tertentu). Hipotesis umumnya diuji secara simultan atau keseluruhan dan dengan cara parsial atau satu persatu, dengan hipotesis sebagai berikut :

a. Uji Hipotesis Parsial (uji t)

Menurut Ghazali (2021:148), Uji t digunakan untuk menguji signifikansi koefisien secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Jika hasil uji t didapat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai tingkat signifikansi ($Sig \leq 0,05$), maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut :

- 1) $H_0: \beta_1 = 0$, yang berarti tidak ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sarimi di Kota Bogor.
- 2) $H_a: \beta_1 \neq 0$, yang berarti terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sarimi di Kota Bogor.

3) $H_0: \beta_2 = 0$, yang berarti tidak ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sarimi di Kota Bogor.

4) $H_a: \beta_2 \neq 0$, yang berarti terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sarimi di Kota Bogor.

Dalam melakukan uji parsial (uji t) terdapat kriteria pengujian sebagai berikut:

1) Jika signifikansi $< 0,05$. H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

2) Jika signifikansi $> 0,05$. H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

b. Uji Hipotesis Silmutan (uji F)

Menurut Sugiyono (2023:72) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang kemudian dimasukkan dalam model yang mempunyai pengaruh secara bersama-sama (silmutan) variabel dependen atau variabel terikat. Pembuktian dicoba dengan metode menyamakan angka F hitung dengan F hitung dengan F tabel pada tingkat kepercayaan 5% dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$ di mana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah :

- 1) $H_0: \beta_1, \beta_2 = 0$: yang berarti bahwa Kualitas Produk dan Promosi tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sarimi di Kota Bogor.
- 2) $H_a: \beta_1, \beta_2 \neq 0$: yang berarti bahwa Kualitas Produk dan Promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap Kepuatan Pembelian Mie Instan Sarimi di Kota Bogor.

Dengan pengujian :

- 1) Jika signifikansinya $< 0,05$ H_0 ditolak, artinya variabel independent secara bersamaan mempengaruhi variabel dependent secara signifikan.
- 2) Jika signifikansinya $> 0,05$ H_0 diterima, artinya variabel independent secara bersamaan tidak mempengaruhi variabel dependent secara signifikan.

7. Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Menurut Vidiansari & Wahyuni (2020:9) Koefisien determinasi R Square (R^2) merupakan alat ukur untuk melihat berapa persen besarnya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dimana nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$).

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk menilai seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen. Adapun rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = Nilai koefisien determinasi

R^2 = Nilai koefisien korelasi .

Tabel 8

Rentang Nilai Koefisien Determinasi

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1.	0 – 0,199	Sangat lemah
2.	0,20 – 0,399	lemah
3.	0,40 – 0,599	Moderat
4.	0,60 – 0,799	Kuat
5.	0,80 – 1,00	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2019)