BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kota Jakarta Timur khususnya generasi Z dengan alasan banyak generasi z yang menggunakan smartphone iphone dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian dilaksanakan dari januari hingga laporan tugas akhir selesai disusun, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan Penelitian	Jan	Feb	Mrt	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
1.	Pengajuan Judul								
2.	Izin penelitian								
3.	Penyusunan proposal								
4.	Instrumen penelitian								
5.	Seminar proposal								
6.	Pengumpulan data								
7.	Pengolahan data								
8.	Analisis hasil data								
9.	Seminar hasil								

Sumber: Rencana Penelitian (2024)

3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian metode pendekatan kuantitatif, dimana metode kuantitatif adalah jenis metode penelitian berupa angka yang kemudian di analisis menggunakan statistik untuk menguji sebuah hipotesis. metode penelitian kuantitatif didasarkan pada filsafat positivisme, umumnya digunakan saat meneliti suatu populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data. Analisis data

dilakukan secara kuantitatif statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Sugiyono (2019:16).

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Banyak ahli telah menjelaskan konsep populasi. Sebagai contoh, Sugiyono (2019:126) mengatakan bahwa: Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki jumlah dan ciri khas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji, dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi yang menjadi fokus penelitian ini adalah para generasi Z di Jakarta Timur yang telah menggunakan smartphone iPhone setidaknya sekali, baik saat ini maupun sebelumnya. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui atau dihitung secara pasti.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang akan diselidiki oleh peneliti, yang memiliki kualitas atau karakteristik tertentu yang akan digunakan untuk membuat kesimpulan (Mulyani, 2021: 59).

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Hal ini berarti bahwa sampel mewakili populasi. Dalam menentukan jumlah sampel. Penulis menggunakan Rumus Lemeshow karena populasi tidak diketahui secara pasti atau tak terbatas (infinite population). Berikut adalah rumus Lemeshow yang digunakan :

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Skor Z pada kepercayaan 95% atau (1,96)

p = Maksimal estimasi 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling error yang dipakai 10%

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak :

$$n = \frac{1,96 \cdot 0.5 (1 - 0.5)}{0.1^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0.25}{0.01}$$

$$n = 96.04$$

Sehingga didapatkan hasil sampel sebanyak 96,4 yang kemudian dibulatkan menjadi 100, dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 100 sampel yang cukup untuk mewakili populasi.

Untuk memperoleh sampel yang representatif yang dapat mencerminkan populasi penelitian tersebut, penulis akan menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu pada sampel (Sugiyono 2022:85). Peneliti menggunakan *purposive sampling* untuk memperoleh sampel yang dapat mewakili tujuan penelitian dan memenuhi kriteria yang diperlukan dalam memberikan informasi, kriteria tersebut antara lain :

1. Responden dalam penelitian ini adalah generasi Z Kota Jakarta Timur yang pernah atau sedang menggunakan smartphone iphone dalam kehidupan sehari-hari minimal 1 kali.
2. Responden berusia berkisar antara 10 – 26 tahun.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2020:104) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan elemen yang sangat penting dalam suatu penelitian. Data dapat dibedakan menjadi dua jenis berdasarkan asalnya, yaitu data primer dan data sekunder antara lain :

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2020:193) menjelaskan bahwa data primer adalah sumber data utama yang diperoleh secara langsung oleh pengumpul tanpa melalui perantara. Dalam hal ini data tersebut adalah data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner atau daftar pernyataan yang telah dibuat terlebih dahulu sebelum disebarluaskan ke generasi Z kota Jakarta Timur.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung data primer. Menurut Sugiyono (2019:193) data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data sekunder

merupakan bahan data tertulis atau bahan data pustaka, seperti buku, artikel, literatur, jurnal ilmiah, dan terbitan ilmiah yang membahas masalah yang relevan dengan penelitian.

Dalam penelitian ini, alat yang digunakan untuk menganalisis data primer adalah penggunaan survei. Dalam survei, informasi diperoleh dari responden dan dikumpulkan menggunakan kuesioner atau lembar pernyataan. *Google form* digunakan oleh peneliti sebagai sarana untuk mengumpulkan data yang dibagikan atau didistribusikan kepada responden secara *offline* maupun *online*. Di sisi lain, sumber data sekunder termasuk buku, artikel, jurnal, dan internet.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Untuk menentukan pentingnya variabel yang dipelajari di bidang pemasaran, pendekatan operasional diprioritaskan untuk mempromosikan dan mengarahkan analisis masalah. Menurut Sugiyono (2012) dalam jufrizen (2021:844), operasional mengacu pada penentuan kontrak atau sifat untuk dianalisis sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. terdapat 2 definisi operasional variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

3.5.1 Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2019: 69) variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atas perubahan atau munculnya variabel terikat (*dependent variable*). Dalam penelitian ini, variabel bebas (*independent variable*) yang digunakan adalah Gaya hidup (X1), Harga (X2) dan Kualitas Produk (X3).

3.5.2 Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2019: 69) variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi atau dihasilkan oleh keberadaan variabel bebas (*independent variable*). Dalam penelitian ini variabel terikat (*dependent variable*) yang digunakan adalah Keputusan Pembelian (Y).

Untuk dapat mengetahui lebih dalam pemahaman variabel, definisi, indikator dan ukuran yang diterapkan pada variabel yang disebutkan sebelumnya, dapat dilihat tabel di bawah ini:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Gaya hidup (X ₁)	Cara seseorang menjalani kehidupan, cara mengelola keuangan, dan cara mengatur waktu. Astuti & Hasbi (2020:129)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aktivitas (<i>activities</i>) 2. Minat (<i>interest</i>) 3. Opini (<i>opinion</i>) 	Skala Likert
Harga (X ₂)	Sejumlah uang yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan produk yang diinginkan Philip Kotler dalam Sari, Dasmadi & Puji (2020:50)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 5. Harga memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen 	Skala Likert
Kualitas Produk (X ₃)	Ciri khas dari barang dan jasa yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen, yang mencakup kekuatan, kehandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan dan atribut lainnya dari produk tersebut. Yunita (2021:60)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk (<i>form</i>) 2. Fitur (<i>feature</i>) 3. Penyesuaian (<i>customize</i>) 4. Kualitas kinerja (<i>performance Quality</i>) 5. Kualitas kesesuaian (<i>conformance quality</i>) 6. Ketahanan (<i>durability</i>) 7. Keandalan (<i>reability</i>) 8. Kemudahan perbaikan (<i>Repairability</i>) 9. Gaya (<i>style</i>) 10. Desain (<i>design</i>) 	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Suatu tindakan dari dua/lebih pilihan alternatif yang pada akhirnya menentukan pilihan merek dan melakukan pembelian. Schiffman dan Kanuk dalam Kumbara (2021:605)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan produk 2. Pemilihan merek 3. Evaluasi penyalur 4. Jumlah pembelian 5. Waktu pembelian 6. Metode pembayaran 	Skala Likert

Sumber: Peneliti (2024)

3.6. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik, setelah semua data dari responden atau sumber data terkumpul. Proses analisis data melibatkan pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, pembuatan tabel data berdasarkan variabel dari seluruh responden, presentasi data untuk setiap variabel yang diteliti, serta perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Menurut Sugiyono (2020:132) Analisis data adalah pencarian sistematis dan struktur data dari pengumpulan data. Pendekatan ini terdiri dari mengatur data dalam kategori yang berbeda, mengaturnya menjadi unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting untuk dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

3.6.1 Skala Pengukuran

Untuk mendapatkan data kuantitatif yang akurat diperlukan instrumen penelitian. Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan peneliti untuk mengukur, mengumpulkan, dan menganalisis data terkait subjek atau masalah penelitian. Instrumen penelitian bisa berupa survei, kuesioner, tes, timbangan, atau checklist. Setiap instrumen harus memiliki skala pengukuran sebagai acuan untuk menentukan interval dalam alat ukur agar menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian ini, digunakan skala pengukuran berupa skala *Likert*.

Skala Likert digunakan untuk mengukur respon dari responden terkait dengan gaya hidup, harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Skala Likert dapat dikelompokkan menjadi skala ordinal atau interval, yang merupakan model skala yang sering digunakan oleh peneliti untuk mengukur sikap, pendapat, atau fenomena sosial Riyanto & Hatmawan (2020:24) Skala interval memiliki tingkatan yang lebih tinggi daripada skala nominal dan ordinal, di mana interval antara data memiliki bobot nilai yang sama. Oleh karena itu, peneliti memilih untuk menggunakan skala likert dengan perbandingan skor interval sebagai berikut:

Tabel 3.3 Bobot Penilaian skala interval

No	Pernyataan	Nilai skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Dengan menggunakan skala Likert, variabel yang akan diukur dipecah menjadi indikator variabel. Kemudian, indikator tersebut dijadikan sebagai alat ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Nantinya, jawaban atas pertanyaan atau pernyataan tersebut akan diolah untuk mencapai kesimpulan.

Untuk menetapkan tingkat hasil jawaban responden, diperlukan angka interpretasi. Angka interpretasi ini digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang kemudian dikelompokkan, sehingga dapat diketahui tingkat persetujuan responden, mulai dari sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, hingga sangat tidak setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

3.6.2 Analisis Linier Berganda

Analisis regresi adalah teknik statistika yang digunakan untuk menyelidiki dan memodelkan hubungan antara variabel-variabel. Regresi berganda sering digunakan untuk menyelesaikan masalah dalam analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas secara bersamaan. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

- Y' = Nilai pengaruh yang diprediksikan
- a = Konstanta atau bilangan harga X = 0
- b = Koefisien regresi

X = Nilai variabel independen

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Gaya hidup, Harga dan Kualitas Produk sedangkan variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian. Metode analisis ini menggunakan program SPSS (Statistic Product and Service Solution). Adapun bentuk persamaannya yaitu :

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

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

a = Konstanta

b1 = Koefisien Gaya Hidup

b2 = Koefisien Harga

b3 = Koefisien Kualitas Produk

X1 = Variabel Gaya Hidup

X2 = Variabel Harga

X3 = Variabel Kualitas Produk

e = Standart Error

Sebelum melanjutkan analisis regresi linier berganda, perlu dilakukan analisis data terlebih dahulu. Dalam konteks ini, penulis akan menggunakan teknik analisis data yang telah tersedia. Langkah pertama adalah melakukan uji kualitas data melalui uji validitas dan reliabilitas. Langkah kedua adalah melakukan uji asumsi klasik, seperti uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Langkah terakhir adalah melakukan uji hipotesis, seperti uji F (Uji Simultan), koefisien determinasi, dan uji t (Uji Parsial).

3.6.3 Uji Kualitas Data

Adapun tujuan dari uji kualitas data adalah untuk menilai kestabilan dan keakuratan data yang telah terkumpul. Kualitas data yang berasal dari instrumen penelitian dapat dievaluasi melalui uji reliabilitas dan uji validitas.

1. Uji Validitas

Validitas mengacu pada sejauh mana suatu alat ukur dapat dianggap akurat dalam mengukur konsep yang sedang diteliti. Berkaitan dengan uji validitas ini Sugiyono (2019:176) menjelaskan bahwa validitas adalah kemampuan instrumen

untuk mengukur sejauh mana data yang diperoleh dari objek sesuai dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2019:127) suatu instrumen penelitian dianggap valid jika memenuhi syarat berikut:

- a. Jika nilai korelasi ($r \geq 0,3$), maka item-item pertanyaan dalam kuesioner dianggap valid.
- b. Jika nilai korelasi ($r < 0,3$), maka item-item pertanyaan dalam kuesioner dianggap tidak valid.

Untuk menghitung korelasi pada uji validitas menggunakan metode menurut Sugiyono (2019:183) rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi
 $\sum XY$ = Jumlah perkalian variabel x dan y
 $\sum X$ = Jumlah nilai variabel x
 $\sum Y$ = Jumlah nilai variabel y
 $\sum X^2$ = Jumlah pangkat dua nilai variabel x
 $\sum Y^2$ = Jumlah pangkat dua nilai variabel y
n = Banyaknya sampel.

Sumber: Sugiyono (2019:183)

Validitas diuji dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Untuk menentukan validitas setiap pernyataan dalam kuesioner, kolom yang diperhatikan adalah *Corrected Item-Total Correlation dalam tabel Item-Total Statistics* yang dihasilkan dari pengolahan data menggunakan SPSS. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > 0,3$ (Sugiyono, 2019:127).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana konsistensi pernyataan dalam kuesioner. Pernyataan dianggap reliabel atau konsisten jika jawaban responden tetap sama setiap kali pernyataan tersebut diajukan. Secara sederhana, uji reliabilitas berfokus pada konsistensi kuesioner saat digunakan. Pernyataan dalam kuesioner dianggap reliabel atau konsisten jika tetap konsisten saat digunakan berulang kali pada

waktu yang berbeda menurut Sugiyono (2019:121) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang saat digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan memberikan hasil data yang konsisten. Dalam menghitung korelasi pada uji reliabilitas, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} = Nilai reliabilitas
- $\sum S_i$ = Jumlah variabel skor setiap item
- S_t = Varians total
- k = Jumlah butir pertanyaan

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan rumus Cronbach alpha dengan bantuan SPSS. Suatu reliabilitas dianggap baik jika nilai alpha melebihi 0,6, sedangkan jika nilai alpha kurang dari 0,6, reliabilitas dianggap rendah.

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengevaluasi keakuratan parameter yang dihasilkan oleh model dalam penelitian ini. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini mencakup uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah variabel dependen dan variabel independen dalam model regresi memiliki distribusi yang normal. Menurut Ghozali (2017) dalam Farizka, Rofik dan Ernawati (2022:22) model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal.

Pengujian normalitas dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov. Terdapat dua tahap dalam uji normalitas data untuk mengevaluasi apakah residual tersebut berdistribusi normal, yaitu dengan menggunakan grafik dan pengujian Kolmogorov-Smirnov:

- a. Jika nilai signifikansi (Signya) < 0,05, maka instrumen dianggap tidak berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi (Signya) > 0,05, maka instrumen dianggap berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan dalam analisis regresi berganda yang melibatkan dua atau lebih variabel bebas. Jika terdapat korelasi antara variabel, maka disebut sebagai masalah multikolinieritas. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi keberadaan multikolinieritas, menurut Priyatna (2020:53) dapat dilihat dari nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance. Sebuah model regresi yang bebas dari multikolinieritas akan memiliki nilai tolerance mendekati 1. Sesuai dengan keputusan pedoman nilai tolerance yaitu :

- a. Jika nilai Tolerance $> 0,10$; tidak terjadi multikolinieritas
- b. Jika nilai Tolerance $< 0,10$; maka terjadi multikolinieritas

Adapun batas nilai VIF Sesuai dengan keputusan pedoman nilai Variance Inflation Factor (VIF) yaitu :

- a. Jika nilai VIF $< 10,00$; tidak terjadi multikolinieritas
- b. Jika nilai VIF $> 10,00$; maka terjadi multikolinieritas

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa apakah terdapat ketidakseragaman varians dari residual antar pengamatan dalam model regresi. Jika varians residual antar pengamatan tetap, disebut homoskedastisitas; sedangkan jika berbeda, disebut heteroskedastisitas. Uji Glejser dapat digunakan untuk memverifikasi keberadaan heteroskedastisitas. Jika nilai p-value melebihi tingkat signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas Duli (2019) dalam Maknunah (2023:867). Keputusan berdasarkan uji Glejser adalah :

- (1) Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka tidak terdapat heteroskedastisitas
- (2) Jika nilai signifikansi < 0.05 , maka terjadi heteroskedastisitas.

3.6.5 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis merupakan kesimpulan sementara terhadap suatu masalah yang masih dalam tahap dugaan sementara, yang perlu dibuktikan validitasnya. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk menilai apakah terdapat pengaruh Gaya Hidup (X1), Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y), baik secara bersamaan (simultan) maupun secara terpisah (parsial). Secara

prinsip, uji hipotesis adalah cara untuk membuat keputusan berdasarkan analisis data. Dalam penelitian ini, akan dilakukan uji hipotesis yang mencakup uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2), dan uji t (uji parsial).

1. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan dalam analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis tertentu. Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat.

Hasil uji F dapat ditemukan dalam tabel ANOVA pada kolom signifikansi (sig.) dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai probabilitas $< 0,05$, dapat disimpulkan adanya pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas dan variabel terikat.
- Jika nilai probabilitas $> 0,05$, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas dan variabel terikat.

Rumus yang digunakan dalam uji F adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Dalam penelitian ini, uji hipotesis dilakukan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Nilai F pada tabel ANOVA di SPSS digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis pertama, yaitu signifikansi regresi secara keseluruhan. Dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

$H_0 : \beta_i = 0$; berarti variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

$H_a : \beta_i \neq 0$; berarti variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan:

- $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa Gaya hidup, Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

- b. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh gaya hidup (X1), harga (X2), dan kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) dalam bentuk persentase (%). Rentang nilai koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square pada tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS. Kriteria-kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

- Jika R^2 mendekati (0), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan lemah.
- Jika R^2 mendekati (1), berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan kuat.

3. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis parsial dilakukan untuk menguji sejauh mana pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, serta apakah hubungan tersebut bersifat saling mempengaruhi. Uji t digunakan untuk menilai signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen.. Adapun rumus yang digunakan, sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b}{se}$$

Keterangan:

t_{hitung} = Nilai t

b = Koefisien regresi X

se = Standar error koefisien regresi X

Adapun bentuk pengujiannya adalah:

a. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$

Yang berarti variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

b. $H_a : \text{minimal satu } \beta_i \neq 0 \text{ dimana } i = 1,2,3$

Yang berarti variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

Uji t dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha 0,05$) dengan kriteria sebagai berikut:

a. $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Dapat disimpulkan variabel Gaya Hidup, Harga dan Kualitas produk secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

b. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Dapat disimpulkan variabel Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk secara individual (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.