

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Citra Nusapala Parkir pada Bulan Februari 2024 sampai dengan Agustus 2024, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Table 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

KEGIATAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGT
	Minggu Ke -						
Pengajuan Judul							
Pengajuan Judul dan Dosen Pembimbing							
Pembagian Surat Permohonan Ijin Penelitian							
Penyusunan Proposal (Bab 1,2,3 DP + Kuesioner)							
Seminar Proposal							
Perbaikan Hasil Seminar Proposal							
Penelitian dan Penulisan Bab 4 & 5							
Penyerahan Working In Progres 2 (WP-2)							
Sidang Skripsi dan Uji Komprehensif							
Sidang Skripsi dan Uji Komprehensif (Susulan)							
Perbaikan Skripsi							

Sumber : Peneliti (2024)

3.2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2022:137) Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas data penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian terkait dengan validitas dan reliabilitas instrumen, sedangkan kualitas pengumpulan data berkaitan dengan ketepatan metode yang digunakan dalam mengumpulkan data. Oleh karena itu, meskipun instrumen telah terbukti valid dan reliabel, instrumen tersebut mungkin tidak menghasilkan data yang valid dan reliabel jika tidak digunakan dengan tepat dalam proses pengumpulannya.

Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dari sumber primer dan sekunder. Sumber primer adalah data yang diperoleh langsung oleh pengumpul data, sementara sumber sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, misalnya melalui orang lain atau dokumen. Sugiyono (2022: 137). Teknik pengumpulan data yang di gunakan meliputi:

1. Kuesioner (Angket)

Metode pengumpulan data ini melibatkan pembuatan pertanyaan atau kuesioner yang disebarakan kepada responden penelitian. Responden diminta untuk memilih jawaban yang tersedia dalam formulir kuesioner sebagai bagian dari proses pengumpulan informasi.

3.3. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode ini didasarkan pada filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sugiyono (2022:8)

Namun jenis yang digunakan dari metode kuantitatif yaitu penelitian survey merupakan penelitian yang dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Maksud penelitian survey untuk penjajagan (*exploratif*), deskriptif, penjelasan (*explicatif* atau *confirmatory*), evaluasi, prediksi atau peramalan, penelitian operasional dan pengembangan indikator-indikator sosial.

Metode survei digunakan untuk mengumpulkan data dari lingkungan yang alami (bukan buatan), di mana peneliti melakukan intervensi dalam proses pengumpulan data, seperti menyebarkan kuesioner terstruktur dan metode serupa lainnya. Sugiyono (2022:6)

3.4. Populasi dan Sample Penelitian

3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2022:80) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya. Dengan demikian, populasi tidak hanya mencakup orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam lainnya. Populasi tidak hanya terbatas pada jumlah objek atau subjek yang dipelajari, tetapi juga mencakup semua karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah penjualan mesin parkir 1 tahun terakhir 2023 PT. Citra Nusapala Parkir. Jumlah penjualan mesin parkir berdasarkan informasi dari pihak PT. Citra Nusapala Parkir berjumlah 148 penjualan mesin parkir

pada 1 tahun terakhir (2023). Oleh sebab itu dalam penelitian ini penulis menggunakan angka 148 sebagai populasi penelitian.

3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2022:81) Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang ada dalam suatu populasi. Jika populasi terlalu besar dan peneliti tidak dapat mempelajari seluruh populasinya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Hasil penelitian dari sampel ini kemudian diharapkan bisa diterapkan pada populasi secara keseluruhan. Oleh karena itu, sampel yang diambil harus benar-benar representatif (mewakili) populasi.

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan populasi yang menjadi fokus penelitian. Artinya, sampel berperan sebagai representasi dari populasi tersebut. Untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini, penulis memanfaatkan rumus pengambilan sampel yang dikenal sebagai Rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

e² = Tingkat kesalahan sampel 10% (0,1)

Dengan demikian maka jumlah sampel yang di ambil sebanyak:

$$n = \frac{148}{1 + 148 (0,1)^2} = 59,67 \text{ (di bulatkan menjadi 60 Responden)}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, sampel penelitian ini adalah 60 responden. Untuk memastikan sampel yang representatif, penelitian ini menggunakan teknik Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-Probability* sampling, yaitu *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive Sampling* adalah teknik dengan melakukan penentuan pertimbangan dan kriteria tertentu pada sampel. Sugiyono (2022:134).

3.5. Devinisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah elemen penelitian yang menjelaskan metode pengukuran variabel. Dengan demikian, penulis dapat mengetahui cara mengukur

variabel yang dibentuk dari suatu konsep melalui indikator dalam kuesioner. Dalam penelitian ini, ada dua jenis variabel., yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

3.5.1. Variabel Bebas

Variabel bebas, atau yang umumnya disebut sebagai variabel X, merujuk pada variabel yang memiliki pengaruh terhadap variabel terikat, atau sering disebut sebagai variabel Y. Dalam penelitian ini, variabel bebas termasuk kualitas pelayanan dan harga, Penulis definisikan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (X_1)

Kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan: “suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen” Tjiptono dalam Sunyoto (2019:240). Dengan Indikator kualitas pelayanan menurut Tjiptono dalam indrasari (2019:64) antara lain:

a. Keandalan (*Reability*)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang diberikan, mencakup ketepatan waktu, konsistensi dalam melayani semua pelanggan, sikap simpatik, dan tingkat akurasi yang tinggi dalam memenuhi harapan pelanggan.

b. Kesadaran (*Awareness*)

Kesadaran pegawai dalam membantu konsumen yang membutuhkan bantuan.

c. Perhatian (*Attention*)

Perhatian berupa informasi atau tindakan kepada konsumen agar membuat konsumen nyaman dalam pelayanan.

d. Ketepatan (*Acuracy*)

Ketepatan dalam memberi pelayanan yang baik kepada konsumen.

2. Harga (X_2)

Harga adalah jumlah uang yang di bayarkan untuk mendapatkan produk atau layanan, atau nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat, kepemilikan, atau penggunaan suatu produk atau jasa Kotler & Amstrong (2016:324). Adapun menurut Kotler dan Amstrong (2018:52) harga memiliki 4 indikator yaitu:

a. Keterjangkauan Harga

Konsumen dapat mencapai harga yang ditetapkan oleh perusahaan, dengan produk yang biasanya memiliki berbagai jenis dalam satu merek, serta rentang harga yang bervariasi dari yang paling terjangkau hingga yang paling mahal. Adanya harga yang terjangkau mendorong banyak konsumen untuk membeli produk tersebut.

b. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk

Banyak konsumen menganggap harga sebagai petunjuk kualitas. Seringkali, dalam memilih antara dua barang, orang cenderung memilih yang memiliki harga lebih tinggi karena mereka percaya ada perbedaan kualitas. Ketika harga lebih tinggi, umumnya dianggap bahwa kualitas produk juga lebih baik.

c. Kesesuaian Harga dengan Manfaat

Konsumen memilih untuk membeli produk ketika manfaat yang mereka peroleh dianggap sebanding atau lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan untuk membelinya. Sebaliknya, jika konsumen merasa manfaat yang diperoleh kurang sebanding dengan biaya yang dikeluarkan, mereka akan menganggap produk tersebut mahal dan cenderung ragu untuk membeli kembali.

d. Daya Saing Harga

Konsumen umumnya melakukan perbandingan harga antara suatu produk dengan produk lainnya, dan dalam konteks ini, aspek harga sangat mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

3.5.2. Variabel Terikat

Variabel *dependen* (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel *independen*. Variabel *dependen* penelitian ini adalah Keputusan Pembelian, Sujarweni (2019:174).

Menurut Peter dan Olson dalam Indrasari (2019:70), Keputusan pembelian merupakan suatu proses integrasi yang memanfaatkan pengetahuan untuk menilai dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu di antaranya.

Dimensi dan indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller dalam Indrasari (2019:74) menjelaskan nya bahwa keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk meliputi lima keputusan pembelian sebagai berikut:

a. Pilihan produk

Konsumen dapat memutuskan untuk menggunakan uang mereka untuk membeli produk atau untuk keperluan lainnya. Karena itu, perusahaan perlu memusatkan perhatian pada individu yang tertarik untuk membeli produk serta pertimbangan alternatif yang mereka miliki. Aspek-aspek seperti kebutuhan produk, variasi jenis produk, dan kualitas produk menjadi hal-hal yang penting dalam strategi perusahaan.

b. Pilihan merek

Pembeli perlu membuat keputusan mengenai pilihan merek yang akan mereka beli, karena setiap merek memiliki karakteristik uniknya. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen terkait dengan merek, seperti tingkat kepercayaan dan popularitas merek.

c. Pilihan penyalur

Pembeli perlu memilih penyalur yang akan mereka kunjungi, dan setiap pembeli memiliki pertimbangan yang beragam dalam menentukan pilihan penyalur. Faktor-faktor seperti lokasi yang terdekat, harga yang sesuai, ketersediaan stok barang, dan lain-lain dapat mempengaruhi keputusan pembeli. Sebagai contoh, kemudahan dalam mengakses produk dan ketersediaan barang menjadi faktor yang krusial dalam proses ini.

e. Waktu pembelian.

Keputusan konsumen dalam menentukan waktu pembelian dapat bervariasi, contohnya beberapa konsumen memilih untuk berbelanja setiap bulan, tiga bulan, enam bulan, atau bahkan setahun sekali.

f. Jumlah pembelian

Konsumen memiliki kebebasan untuk menentukan jumlah produk yang akan dibeli pada suatu waktu. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyediakan jumlah produk yang memadai untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang beragam dari para pembeli. Contohnya, kebutuhan terhadap produk menjadi pertimbangan utama dalam perencanaan persediaan perusahaan.

Guna memahami lebih dalam tentang variabel, definisi variabel, indikator dan pengukuran atas indikator di atas maka dapat dilihat pada rangkuman di bawah ini:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Kualita Pelayanan (X ₁)	Kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan: “suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen”. Tjjiptono dalam Sunyoto (2019:240)	1. Keandalan (<i>Reability</i>) 2. Kesadaran (<i>Awareness</i>) 3. Perhatian (<i>Attention</i>) 4. Ketetapan (<i>Acuracy</i>) Tjjiptono dalam indrasari (2019:64)	Skala Likert
Harga (X ₂)	Harga adalah jumlah uang yang di bayarkan untuk mendapatkan produk atau layanan, atau nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat, kepemilikan, atau penggunaan suatu produk atau jasa. Kotler & Amstrong (2016:324).	1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Daya saing harga Kotler dan Amstrong (2018:52)	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan suatu proses integrasi yang memanfaatkan pengetahuan untuk menilai dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu di antaranya. Peter dan Olson dalam indrasari (2019:70)	1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan Penyalur 4. Waktu Pembelian 5. Jumlah Pembelian Tjjiptono dalam Indrasari (2019:74)	Skala Likert

Sumber: Peneliti (2024)

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data memiliki tujuan untuk merespon pertanyaan penelitian atau hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Informasi yang telah terkumpul akan diproses untuk menghasilkan kesimpulan sesuai dengan metode pengujian yang akan

diterapkan. Hasil akhir kesimpulan akan mengungkapkan hubungan antara variabel *independen* dan variabel *dependen* yang terlibat dalam penelitian ini.

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pernyataan tertulis kepada responden untuk mereka respons. Untuk mengevaluasi sikap dan persepsi responden, penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala ini mengubah setiap jawaban pada kuesioner menjadi lima gradasi, dari sangat positif hingga sangat negatif, yang dapat dinyatakan dengan kata-kata, seperti berikut:

- a. Sangat Setuju (Skor 5)
- b. Setuju (Skor 4)
- c. Netral (Skor 3)
- d. Tidak Setuju (Skor 2)
- e. Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

Dengan menggunakan Skala Likert, variabel yang diukur dijelaskan melalui indikator-indikator variabel. Indikator-indikator ini kemudian menjadi dasar untuk merumuskan item-item instrumen, yang berupa pernyataan. Jawaban dari pernyataan-pernyataan tersebut akan diproses hingga menghasilkan kesimpulan.

Untuk menentukan gradasi hasil jawaban responden, diperlukan penggunaan angka penafsiran. Angka-angka ini berfungsi sebagai kriteria yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah. Data yang telah dikumpulkan kemudian akan dikelompokkan untuk menentukan hasil akhir dari tingkat persetujuan responden, apakah mereka sangat setuju, setuju, tidak setuju, atau sangat tidak setuju terhadap pernyataan yang diajukan.

Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

$$\begin{aligned}\text{Interval Angka Penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0,80\end{aligned}$$

Tabel 3.3. Angka Penafsiran

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Sejuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Hasil Penelitian, 2024 (Data diolah)

Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah:

$$M = \frac{\sum f(X)}{n}$$

Keterangan:

- M = Angka Penafsiran
- f = Frekuensi jawaban
- x = Skala nilai
- n = Jumlah seluruh jawaban

3.6.2. Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini analisis regresi berganda digunakan untuk menguji besarnya pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Analisis linier berganda merupakan alat analisis untuk memprediksi nilai dua atau lebih variabel bebas (X_1), (X_2),... (X_n) dan pengaruh variabel-variabel yang berkaitan Sujarweni (2019:140). Untuk menguji pengaruh beberapa variabel *independen* dan variabel *dependen*, Guna menguji pengaruh variabel *independen* dengan variabel *dependen* dapat menggunakan model matematika sebagai berikut:

$$Y = c + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)
- c = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
- b_1b_2 = Koefisien Regresi (konstata) X_1, X_2
- X_1 = Kualitas Pelayanan
- X_2 = Harga
- e = Standar error

Sumber : Sujarweni (2019:140)

Oleh karena itu, dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual menggunakan rumus di atas, melainkan menggunakan

program *statistical program for social science (SPSS)*. Sebelum melakukan regresi linier berganda, analisis data dilakukan terlebih dahulu. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang telah tersedia. Pertama, dilakukan pengujian kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, dilakukan pengujian asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, dilakukan pengujian hipotesis berupa uji F (uji simultan), uji t (uji parsial), dan uji koefisien determinasi (R^2).

3.6.3. Uji Kualitas Data

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mengukur variabel, dan membutuhkan evaluasi terhadap kualitas data yang terkumpul. Pengujian ini bertujuan untuk menilai validitas dan reliabilitas dari instrumen yang digunakan. Pengujian ini sangat penting karena keakuratan data yang diperoleh akan mempengaruhi kualitas keseluruhan hasil penelitian.

1. Uji Validitas

Uji kualitas data yang pertama adalah uji validitas, dengan uji validitas Sujarweni (2019:108) menyatakan bahwa validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat mengukur apa yang dimaksud untuk diukur. Dengan demikian, data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara yang dilaporkan oleh peneliti dan data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian.

Guna menguji validitas alat ukur, langkah awal cari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap elemen alat ukur dengan total skor yang merupakan jumlah dari skor elemen dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment*, yaitu:

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

Keterangan:

r_{hitung} = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

$\sum X_i$ = Jumlah skor item

$\sum Y_i$ = Jumlah skor total (sebuah item)

N = Responden

Sumber : Sujarweni (2019:108)

Namun dalam penelitian ini, uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas tetapi dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*. Untuk melihat valid tidaknya pernyataan kuesioner maka yang

dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada tabel *Item-Total Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika rhitung > 0,3.

2. Uji Reabilitas

Setelah memastikan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner dianggap valid, langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk mengevaluasi sejauh mana konsistensi pernyataan dalam kuesioner. Pernyataan dianggap reliabel atau dapat diandalkan jika respons responden terhadap pernyataan tersebut selalu konsisten. Dengan kata lain, uji reliabilitas bertujuan untuk menentukan sejauh mana kuesioner tetap konsisten dalam penggunaannya. Butir pernyataan kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Dalam uji reliabilitas digunakan teknik *Alpha Cronbach*, di mana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau *alpha* sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus *alpha*, sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum S_i^2$ = Jumlah variabel skor setiap item

S_t = Varians total

k = banyaknya butir pertanyaan

Sumber : Sujarweni (2019:110)

Namun dalam penelitian ini, uji reliabel tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas, melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Guna melihat reliabel atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Reability Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Jika nilai *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini handal (reliabel).

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketetapan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten.

Terdapat kemungkinan data actual tidak memenuhi semua asumsi klasik ini. Ada beberapa perbaikan, baik pengecekan kembali data *outline* maupun *Recollectteror* data dapat dilakukan. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang biasa digunakan ada 3 asumsi klasik yaitu:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada sebuah persamaan regresi yang dihasilkan. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau bahkan normal. Dalam penelitian ini akan digunakan program *Statistical Program for Social Science* (SPSS) dengan menggunakan pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan *Kolmogorov-Smirnov Test*. Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan histogram. Data variabel bebas dan variabel terikat dikatakan berdistribusi normal jika gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri. Ghazali dalam Sujarweni (2019:225).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui terdapatnya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *studentized delete residual* nilai tersebut. Prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup mempunyai varian yang sama diantara anggota grup tersebut. Jika varian sama, dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan ada homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas) dan ini yang seharusnya terjadi. Sedangkan jika varian tidak sama maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Ghazali dalam Sujarweni (2019:226).

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* maupun dengan uji statistik misalnya uji glejser ataupun uji park. Namun demikian dalam penelitian ini akan digunakan SPSS dengan pendekatan grafik yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* yang dihasilkan SPSS tersebut. Dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas, jika titik-titik yang ada menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y dan di kanan maupun kiri angka nol sumbu X.

3. Uji Multikolinieritas

Uji asumsi klasik multikolinieritas ini digunakan dalam analisis regresi linier berganda yang menggunakan dua variabel bebas dua atau lebih ($X_1, X_2, X_3, \dots X_n$) di mana akan diukur tingkat keeratan (asosiasi) pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). Dalam penelitian ini akan dilakukan uji multikolinieritas dengan cara melihat nilai tolerance dan VIF yang terdapat pada tabel *Coefficients* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Dikatakan terjadi multikolinieritas jika nilai tolerance $< 0,1$ atau VIF > 10 , namun di katakan normal atau tidak terjadi multikolinieritas nilai tolerance $> 0,1$ atau VIF < 10 . Ghozali dalam Sujarweni, (2019:227).

3.6.5. Uji Hepotesis

Setelah melaksanakan uji kualitas data dan uji asumsi klasik, langkah berikutnya adalah menjalankan uji hipotesis. Pada dasarnya, uji hipotesis adalah pendekatan pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji uji t (uji parsial), Koefisien Determinasi (R^2), dan F (uji simultan),

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat secara individu (parsial). 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

Sumber: Paramita, Rizal, Sulistyan (2021:87)

Adapun bentuk pengujiannya adalah:

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

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya

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

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf nyata 5% ($\alpha 0,05$) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
Artinya variabel kualitas pelayanan dan harga secara individual (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- b. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
Artinya variabel kualitas pelayanan dan harga secara individual (parsial) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel *independen* yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Sujarweni (2019:142) Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$) yang berarti bahwa bila $R^2 = 0$ berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* pada tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

3. Uji F (Uji Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Guna mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak dapat digunakan rumus:

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

Keterangan :

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Sumber: Paiman (2019:70)

Namun dalam penelitian ini, uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel Anova hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

$H_0 : \beta_i = 0$; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat
 $H_a : \beta_i \neq 0$; artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

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

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara 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 kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.