

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Kebun Indah Jaya yang ada di Bogor tepatnya berapa di Jl. Pasir Tengah Rt.002/003 Desa Sukaharja Kec. Cijeruk, Kabupaten Bogor Jawa Barat. Pelaksanaan penelitian berlangsung selama 6 (enam) bulan yang dimulai dengan kegiatan berupa observasi lapangan pada Bulan Maret 2023, dilanjutkan dengan pengajuan ijin penelitian, persiapan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, analisis data dan evaluasi, penulisan laporan serta seminar hasil penelitian yang dilaksanakan pada bulan Agustus 2023. Sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Observasi Awal																								
Pengajuan Ijin Penelitian																								
Persiapan Instrument Penelitian																								
Pengumpulan Data																								
Pengolahan Data																								
Analisis dan Evaluasi																								
Penulisan Laporan																								
Seminar Hasil Penelitian																								

Sumber : Penelitian (2023)

3.2. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan salah satu hal yang penting dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan Pendidikan. Menurut Sujarweni (2020:8) Penelitian atau research berasal dari Bahasa Inggris dimana *re* yang berarti kembali dan *search* adalah mencari. Mencari kembali untuk mendapatkan sesuatu. Adapun pengertian penelitian Menurut Sujarweni dalam Kerlinger, (2020:8) penelitian adalah suatu penyelidikan yang sistematis, terkendali,

empiris, dan kritis mengenai fenomena-fenomena alam yang dibimbing oleh teori dan hipotesis mengenai hubungan-hubungan yang diduga ada diantara fenomena-fenomena tersebut. Hal tersebut berbeda dengan yang dikatakan oleh Sujarweni dalam Kepmendikbud (2020:8) penelitian merupakan kegiatan taat kaidah dalam upaya untuk menemukan kebenaran dan/atau menyelesaikan masalah dalam ilmu pengetahuan, teknologi dan/atau kesenian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif.

Menurut Sujarweni (2020:39) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Adapun pengertian penelitian kuantitatif yang dikatakan oleh Sujarweni dalam Kasiram (2020:39) adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Abubakar (2021:58) Populasi penelitian ini adalah sekelompok orang, benda atau hal yang menjadi sumber pengambilan sampel sekumpulan yang memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi adalah seluruh subjek penelitian, dapat berupa orang maupun wilayah. Populasi atau universe ialah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Jadi populasi dalam penelitian adalah keseluruhan sumber data atau subjek penelitian atau sumber-sumber yang menjadi tempat akan diperoleh data. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan CV. Kebun Indah Jaya di Kota Bogor yang jumlahnya tidak diketahui.

3.3.2. Sampel

Sejalan dengan pengertian populasi, banyak juga ahli yang mendefinisikan pengertian tentang sampel. Sugiyono (2021:127) mengatakan bahwa: "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus

betul-betul representatif (mewakili).”

Secara lebih singkatnya sampel adalah bagian dari populasi, sehingga sampel inilah yang akan mewakili seluruh populasi. Karena populasi yang tidak diketahui jumlahnya maka penulis menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, yaitu:

$$n_0 = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan:

n_0 = Jumlah sampel yang dicari

z^2 = Nilai standar = 1,96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = Alpha (0.10) atau sampling error = 10%

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{d^2} = 96,4 \text{ (dibulatkan menjadi 100 responden)} \cdot 0,10^2$$

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini juga menggunakan teknik *snowball sampling*. Peneliti menggunakan teknik *snowball sampling* karena memperhatikan pertimbangan tertentu yang kemungkinan akan dihadapi pada saat penelitian. Pertimbangan tersebut misalnya data yang didapatkan kurang dapat memenuhi kapasitas. Teknik *snowball sampling* yaitu teknik pengambilan sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit kemudian menjadi membesar, hal ini dikarenakan sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari informan lain yang digunakan sebagai sumber data (Sugiyono, 2017: 218-219).

Berikut kriteria responden pada penelitian ini adalah para pembeli dan calon pembeli CV. Kebun Indah Jaya:

1. Pelanggan yang memutuskan pembelian produk dalam kurun waktu 1 bulan terakhir dengan pembelian minimal sebanyak 1 kali.
2. Pelanggan memiliki dorongan untuk pembelian produk atas keputusan sendiri tanpa ada pengaruh dari orang lain.
3. Pelanggan melakukan kegiatan pembelian produk seorang diri walaupun datang

bersama orang lain.

4. Seseorang yang membeli untuk dipakai sendiri dan bisa memberikan pendapat

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data menurut Sujarweni (2020:93) merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menggiring informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian. Metode pengumpulan data ini disesuaikan dengan keadaan dan kondisi objek yang diteliti. Berikut ini ada beberapa teknik pengumpulan data penelitian yang biasa digunakan (Sugiyono, 2019:195) sebagai berikut:

1. Interview (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai Teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi. Wawancara ini dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon.

2. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

3. Observasi

Merupakan teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuisoner. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dengan demikian maka penulis akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator dalam sebuah kuesioner. Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

3.6.1 Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (Sujarweni, 2020:75). Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas harga, tempat dan promosi yang penulis definisikan sebagai berikut:

1. Kualitas produk (X1)

Menurut Firmansyah Dalam Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd Firmansyah (2019:15) apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Adapun Menurut Tjiptono (2019) indikator kualitas produk sebagai berikut:

- a) Variasi merk produk
- b) Variasi kelengkapan produk
- c) Variasi ukuran produk
- d) Variasi kualitas produk

2. Harga (X2)

Menurut Kotler dalam Sunyoto Danang (2019:131) pengertian harga adalah sejumlah uang yang di bebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Adapun Indikator Harga Menurut Bannet dalam Abubakar (2022:47) yang mengemukakan sebagai berikut:

6. Kesesuaian diskon
7. Promo harga
8. Harga sangat terjangkau

9. Harga sangat sesuai kualitas
10. Harga sangat murah

3. Promosi (X3)

Menurut Indriyo Gitosudarmo dalam Sunyoto Danang (2019:155) Promosi merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Adapun alat-alat yang dipergunakan untuk mempromosikan suatu produk dapat dipilih beberapa cara.

Adapun indikator promosi menurut Kotler dan Keller (2019:272)

- d) Pesan promosi
- e) Media promosi
- f) Waktu promosi

3.5.2 Variabel Terikat (Dependent Variable)

Menurut Suprpto (2020:37) Variabel dependen atau variabel terikat yaitu variabel yang menentukan atau variabel yang mempengaruhi variabel yang lainnya. Variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah penelitian. Abubakar dalam Schiffman dan Kanuk, (2018:88). Keputusan dalam arti umum adalah pemilihan satu aktivitas dari dua atau lebih pilihan. Dengan kata lain, bila seseorang akan mengambil keputusan, maka terdapat pemilihan alternatif-alternatif tersebut. Adapun indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Amstrong (2019:181) meliputi:

5. Tujuan dalam membeli sebuah produk
6. Kemantapan pada sebuah merek
7. Memberikan rekomendasi pada orang lain
8. Melakukan pembelian ulang

Untuk lebih memahami tentang variabel, definisi variabel, indikator dan pengukuran atas indikator di atas maka dapat dilihat pada rangkuman tabel 3.2 berikut.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Kualitas produk (X1)	Menurut Firmansyah Dalam Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd Firmansyah (2019:15) apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing.:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variasi merk produk 2. Variasi kelengkapan produk 3. Variasi ukuran produk 4. Variasi kualitas produk <p>Menurut Indrasari dalam Kotler, (2019:42)</p>	Skala likert
Harga (X2)	Menurut Kotler dalam Sunyoto Danang (2019:131) pengertian harga adalah sejumlah uang yang di bebaskan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Di dalam perusahaan kecil, harga sering kali ditetapkan oleh manajemen puncak. Di perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga biasanya ditangani oleh para manajer devisi atau manajer lini produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian diskon 2. Promo harga 3. Harga sangat terjangkau 4. Harga sangat sesuai kualitas 5. Harga sangat murah <p>Menurut Bannet dalam Abubakar (2022:47)</p>	Skala likert
Promosi (X3)	Menurut Indriyo Gitosudarmo dalam Sunyoto Danang (2019:155) Promosi merupakan kegiatan yang ditunjukan untuk memengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang di tawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesan promosi 2. Media prompsi 3. Waktu promosi <p>Menurut Kotler dan keller (2019:272)</p>	Skala likert
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Indrasari dalam petter dan olson, (2019:70) keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya kepuasan dan ketidakpuasan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tujuan dalam membeli sebuah produk 2. Kemantapan pada sebuah merek 3. Memberikan rekomendasi pada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang <p>Menurut Kotler dan Amstrong (2019:181)</p>	Skala likert

Sumber: Penulis 2023

3.5. Teknik Analisis Data

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Analisis data merupakan suatu langkah yang sangat penting dalam penelitian. Menurut Sujarweni

(2020:121) analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah. Adapun tujuan dari analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan data, biasanya dalam bentuk frekuensi, dibuat tabel, grafik, sehingga dapat dipahami karakteristik data. Dalam statistika, kegiatan mendeskripsikan data ini dibahas pada statistika deskriptif.
2. Membuat induksi atau menarik kesimpulan karakteristik populasi atau karakteristik populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel. Kesimpulan yang diambil ini biasanya dibuat berdasarkan dugaan atau estimasi dan pengujian hipotesis. Dalam statistika, kegiatan membuat induksi atau menarik kesimpulan tentang karakteristik populasi atau sampel ini dibahas pada statistika inferensial.

3.5.1. Skala dan Angka Penafsiran

Untuk mengetahui lebih rinci mengenai hasil penelitian, peneliti menyiapkan kuesioner yang nantinya akan diisi oleh calon responden. Adapun penilaiannya menggunakan Skala *Likert*, yang mana setiap jawaban instrumen dibuat menjadi 5 (lima) gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yakni dalam bentuk kata-kata sebagai 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, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan. Jawaban atas pernyataan yang diolah sampai menghasilkan kesimpulan. Untuk menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan diklasifikasikan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju dengan

apa yang tercantum dalam pernyataan-pernyataan. Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangi skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

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

Tabel 3.3 Angka Penafsiran

INTERVALPENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Setuju
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, 2023 (Data diolah)

3.5.2. Persamaan Regresi

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis Regresi berganda adalah meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependent* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *independent* sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel *independent-nya* minimal 2 atau lebih (X_1), (X_2), (X_3) (X_n) dengan satu variabel terikat (Sugiyono, 2008:277). Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Keputusan pembelian)

a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)

$b_1 \dots b_3$ = Koefisien regresi (konstanta) X_1, X_2, X_3

X_1 = Variabel *independent* 1 (kualitas Produk)

X2 = Variabel *independent* 2 (Harga)

X3 = Promosi Variabel *independent* 3 (promosi)

e = Standar error

Sumber: Sugiyono (2013:277)

Sebelum analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Pertama, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji-F (uji simultan), koefisien determinasi dan uji t (Uji parsial).

3.5.3. Uji Kualitas Data

Baik buruknya suatu penelitian tergantung dari benar tidaknya suatu data karena data merupakan gambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembuktian hipotesis.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji keabsahan yang ditunjukkan pada konsistensi antara data dengan kenyataan yang sebenarnya (Afifpudin dan Saebani, 2018:188). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali dalam Wicaksono, 2013:35). Perhitungan validitas item dilakukan dengan mengkorelasikan tiap butir dengan skor total. Interpretasi terhadap koefisien korelasi untuk menyatakan validitas sebuah item, jika koefisien korelasi menunjuk pada angka minimal 0,3. Semakin tinggi koefisien korelasinya semakin tinggi tingkat validitas sebuah item. Guna melihat valid atau tidaknya butir kuesioner maka dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* (Hamidi dalam Wicaksono, 2013:36).

2. Uji Reliabilitas

Pengujian realibilitas instrument menurut Sujarweni dalam Sugiyono, (2020:108) dapat dilakukan secara eksternal dan internal. Secara eksternal, pengujian dilakukan dengan test-retest (stability), equivalent, dan gabungan keduanya. Secara internal pengujian dilakukan dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik-teknik tertentu. Uji reabilitas dapat dilakukan secara Bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel.

3.5.4. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini untuk mengolah data dari hasil penelitian ini dengan menggunakan Analisis *Inferensial* (kuantitatif). Dimana dalam analisis tersebut dengan menggunakan paket program SPSS. Analisis data dilakukan dengan bantuan Metode Regresi Linear Berganda, tetapi sebelum melakukan analisis regresi linear berganda digunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Data yang berdistribusi normal artinya data yang mempunyai sebaran yang normal, dengan profil yang dapat dikatakan bisa mewakili populasi. Menurut Sujarweni (2020:120) uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Dalam uji normalitas ini terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak normal yaitu dengan analisis grafik dan statistik. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik dengan *Kolmogorov-Sminorv*.

Uji *Kolmogorov-Sminorv* merupakan pengujian normalitas yang banyak dipakai. Kelebihan dari uji ini adalah sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi diantara satu pengamat dengan pengamat lain, yang sering menggunakan uji normalitas dengan menggunakan grafik. Dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan *Kolmogorov-Sminorv Z (I-Sample K-S)* :

- a. Jika nilai *Asym. Sig (2-tailed)* < 0,05 maka H_0 ditolak. Hal ini berarti data residual tidak berdistribusi secara normal.
- b. Jika nilai *Asym. Sig (2-tailed)* > 0,05 maka H_0 diterima. Hal ini membuktikan bahwa data residual berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas (Ghozali dalam Indriyanto, 2013:40). Adapun dasar pengambilan keputusan analisis uji heteroskedastisitas adalah:

1. Jika terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola teratur

(bergelombang, melebar dan menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali dalam Wicaksono, 2013:44). Jika variabel *independent* saling berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independent* =0. Salah satu cara untuk mendeteksi kolinier dilakukan dengan mengkorelasikan antar variabel bebas dan apabila korelasinya signifikan antar variabel bebas tersebut maka terjadi multikolinieritas. Setelah model terbebas dari asumsi klasik regresi maka langkah selanjutnya dengan melakukan uji hipotesis.

Pengujian multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance Value* atau *Variance Inflation Factor (VIF)* sebagai berikut :

1. Jika nilai *tolerance* > 0,1 dan *VIF* < 10 maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.
2. Jika nilai *tolerance* < 0,1 dan *VIF* > 10 maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.

3.5.5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel *independent* (kualitas produk, harga, promosi) terhadap variabel *dependent* (keputusan pembelian) baik secara parsial maupun simultan. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2) dan uji t (uji parsial).

1. Uji Simultan (F)

Uji simultan merupakan pengujian terhadap signifikansi model secara simultan atau bersama-sama. Uji simultan digunakan untuk menguji besarnya pengaruh dari variabel *independent* secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat (Ghozali dalam Wicaksono, 2013:45). Uji F ini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai F kritis

(F_{tabel}) dengan F_{hitung} yang terdapat pada tabel *analysis of variance*.

Untuk menentukan nilai F_{tabel} , tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = (n-k)$ dan $(k-1)$ dimana n adalah jumlah sampel. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F , variannya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya secara statistik dapat diartikan bahwa variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.
- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a (hipotesis alternatif) diterima artinya secara simultan dapat dibuktikan bahwa semua variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

untuk mengetahui besarnya persentase dari model persamaan yang digunakan dalam penelitian ini apakah telah mampu menjelaskan informasi yang terkandung dalam data dengan cara menghitung besarnya pengaruh langsung dari tiap variabel *dependent*.

Kelemahan mendasar penggunaan determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel *independent* yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel *independent* maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R square* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted R square* dapat naik atau turun apabila satu variabel *independent* ditambahkan kedalam model.

Dalam kenyataan nilai *Adjusted R square* dapat bernilai negatif walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Menurut Ghazali dalam Wicaksono (2013:47) jika dalam uji empiris didapat nilai *Adjusted R square* negatif maka nilai *Adjusted R square* dianggap bernilai nol. Secara sistematis jika nilai $R^2 = 1$ maka *Adjusted R square* = R^2 . Sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka *Adjusted R square* = $(1-k) / (n-k)$. Jika $k > 1$, maka *Adjusted R square* akan bernilai negatif

2. Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk menentukan apakah variabel *independent* secara individu atau parsial berpengaruh dominan terhadap variabel *dependent*. Pengujian ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t_{hitung} masing-masing koefisien regresi dengan nilai t_{tabel} tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $df (n-k-1)$, dimana n adalah jumlah

sampel dan k adalah jumlah variabel. Kriteria yang digunakan adalah (Ghozali dalam Wicaksono, 2013:46) :

- a. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima artinya variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.
- b. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a artinya variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Variabel bebas (X_1 , X_2 dan X_3) terhadap variabel terikat (Y). Besarnya R^2 dihitung dengan rumus (Yuliara, 2016:4)

$$r^2 = \frac{(b_1 \sum x_1 y) + (b_2 \sum x_2 y)}{\sum y^2}$$

Jika $R=0$, maka variasi variabel variabel bebas (X_1 , X_2 , dan X_3) tidak sedikitpun dapat menjelaskan variasi variabel terikat (Y) dalam model persamaan regresi. Jika $R^2=1$, maka variasi variabel variabel bebas (X_1 , X_2 , dan X_3) dapat menjelaskan dengan sempurna variabel terikat (Y) dalam model persamaan regresi (Yuliara, 2016:4).

Adapun pada penelitian ini koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* pada table *Model Summary* hasil Perhitungan dengan menggunakan SPSS.