

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

1.1. Tempat dan waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Toko Emas King Hokki Bogor pada bulan 1 Februari sampai dengan Agustus 2023, Sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. 1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Februari				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	1	2	3	4
1	Persetujuan judul																												
2	Observasi Awal																												
3	Pengajuan izin penelitian																												
4	Persiapan Instrumen																												
5	Pengumpulan Data																												
6	Pengolahan Data																												
7	Analisis dan evaluasi																												
8	Penulisan Laporan																												
9	Seminar Hasil Penelitian																												

Sumber: Rencana Penelitian 2023

1.2. Jenis Penelitian

Menurut Sugiono (2019:02) metode penelitian merupakan proses kegiatan dalam bentuk pengumpulan data, analisis dan interpretasi yang terkait dengan tujuan penelitian. Untuk mencapai tujuan yang diperlukan dibutuhkan metode yang relevan untuk mencapai

tujuan yang diinginkan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiono (2019:16) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sample atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sample yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel, sosiologi maupun psikologi. (Abubakar, 2021:5)

1.3. Populasi dan Sampel

1.3.1. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang, benda atau hal yang menjadi sumber pengambilan sample sekumpulan yang memengaruhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian (Abubakar, 2021:58). Populasi adalah keseluruhan 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 data konsumen yang berbelanja di toko pada bulan Oktober sampai dengan Mei 2023 sebanyak 1.800 konsumen. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah data konsumen yang berbelanja di Toko Emas King Hokki Bogor. Dengan jumlah 1.800 populasi.

1.3.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi penelitian atau contoh dari keseluruhan populasi penelitian. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. (Abubakar, 2021:59). Guna menentukan jumlah sample dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus pengambilan sample menurut Taro Yamane atau lebih dikenal dengan istilah Rumus Slovin dalam Nalendra, dkk (2021:28) sebagai berikut:

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

$$1 + Na_2$$

Keterangan:

n = Ukuran sample

N = Ukuran populasi

A₂ = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan penarikan sample yang masih dapat ditolerir atau di inginkan (dalam penelitian ini ditetapkan 10%)

Dengan demikian maka jumlah sample yang diambil untuk penelitian sebanyak:

$$n = \frac{1.800}{1 + 0,1 + 1} = 94,73 = 95 \text{ (dibulatkan menjadi 95 responden)}$$

$$1.800 + 0,1 + 1$$

Guna mendapatkan sample yang representatif atau mewakili populasi penelitian, maka penulis menggunakan rumus *Nonprobability Sampling*. Yaitu *Proposive Sampling*, *Nonprobability Sampling* merupakan teknik yang tidak memberi kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sample. *Nonprobability Sampling* yaitu teknik penentuan sample dari sejumlah populasi berdasarkan ciri-ciri atau sifat tertentu dari populasi. Penentuan sample ini berdasarkan pada tujuan penelitian.

Oleh sebab itu, peneliti akan menentukan siapa yang menjadi responden. Adapun kriteria responden, sebagai berikut:

1. Responden berusia minimal 20 tahun saat kuesioner berlangsung.
2. Responden merupakan konsumen dari produk Toko Emas King Hokki Bogor.
3. Responden adalah orang yang pernah melakukan pembelian produk di Toko Emas King Hokki Bogor selama 3 tahun terakhir.
4. Responden adalah orang yang melakukan pembelian produk atas keputusan sendiri, bukan keputusan orang lain.

1.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses yang penting dalam mendapatkan data pada penelitian. Abubakar (2021:67) mengatakan bahwa teknik pengumpulupulan data adalah cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian. Dengab teknik yang sudah diatur, maka peneliti dapat dengan mudah melakukan penelitian.

Adapun teknik pengumpulan data adalah kuesioner (angket) yaitu teknik penumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data

yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari para responden. Oleh sebab itu responden melalui kuesioner atau juga data hasil wawancara peneliti dengan konsumen. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

1.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional yaitu untuk memberikan informasi atau alat ukur suatu variabel pada sebuah aspek penelitian. 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*).

3.5.1 Variabel Bebas

Variabel bebas (Independent Variable) atau variabel X yaitu yang mempengaruhi variabel terikat (dependent variable) atau yang sering disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas pelayanan dan harga yang penulis definisikan sebagai berikut:

1. Pelayanan (X1)

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009:182) dalam Indrasari (2019:63), Terdapat beberapa dimensi atau atribut yang perlu diperhatikan di dalam kualitas layanan yaitu :

- a) Berwujud (*tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- b) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Keinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- c) Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

- d) Jaminan dan Kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
- e) Empati (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan.

2. Harga (X₂)

Menurut Kotler dalam Indrasari (2019:42), terdapat empat indikator yang mencirikan harga. Keempat Indikator tersebut adalah:

- a. Keterjangkauan harga
Harga yang dijangkau oleh semua kalangan sesuai dengan target segmen pasar
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
Kualitas produk menentukan besarnya harga yang akan ditawarkan kepada konsumen.
- c. Daya saing harga
Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata – rata dari pesaing.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat
Konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang dikeluarkan.

3.5.2 Variabel Terikat

Variabel terikat (Dependen) merupakan suatu variabel yang tidak bebas, terikat dan juga mempengaruhi tiap – tiap variabel bebas atau juga variabel independen.

1. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Tjiptono (2008) “proses keputusan pembelian konsumen adalah pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif”, dengan indikator menurut Kotler dan Armstrong (2008) sebagai berikut:

- a. Kemantapan pada sebuah produk.
- b. Kebiasaan dalam membeli produk.
- c. Melakukan pembelian ulang.

d. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.

Guna lebih memahami variabel, definisi variabel, indikator dan pengukuran atas indikator di atas maka dapat dilihat pada rangkuman Tabel 3.2. dibawah ini:

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran
1. Pelayanan (X1)	Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009:182) dalam Indrasari (2019:63), Terdapat dimensi atau atribut yang perlu diperhatikan di dalam kualitas layanan	a. <i>Tangibles</i> b. <i>Reliability</i> c. <i>Responsiveness</i> d. <i>assurance</i> e. <i>Emphaty</i>	Skala Likert
2. Harga (X2)	Kotler dan Amstrong (2019:36) mengatakan bahwa sejumlah uang yang diminta untuk mendapatkan sesuatu produk atau jasa	a. Keterjangkauan harga b. Daya saing harga c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk d. Kesesuaian harga dengan manfaat	Skala Likert
3. Keputusan Pembelian (Y)	Kotler (2019:70) mengatakan bahwa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk	a. Pengenalan kebutuhan b. Pencarian informasi c. Penilaian alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku pasca pembelian	Skala Likert

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (data diolah)

1.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data – data yang telah dikumpulkan kemudian diolah sehingga bisa diambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang akan digunakan. Pada simpulan itulah akan diketahui bagaimana pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

1.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

Penelitian ini akan mengumpulkan Data dengan menggunakan kuesioner dan menggunakan alat pengukuran data skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu (Siregar,

2013:25) adapun setiap jawaban di hubungangkan dengan bentuk pertanyaan atau pernyataan, dimana setiap jawaban instrumen dibuat menjadi 5 gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif seperti:

- | | |
|------------------------|----------|
| 1. Sangat Setuju | (Skor 5) |
| 2. Setuju | (Skor 4) |
| 3. Ragu - Ragu | (Skor 3) |
| 4. Tidak Setuju | (Skor 2) |
| 5. 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 pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompok-kelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada dalam pernyataan tersebut.

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. Interval Angka Penafsiran = (Skor Tertinggi – Skor Terendah) / n

$$= (5-1)/5$$

$$= 0.80$$

Tabel 3. 3. Angka Penafsiran

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

Sumber: Hasil penelitian, 2023 (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

1.6.2. Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisisregresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X1), (X2)..... (Xn) dengan satu variabel terikat (Unaradjan, 2013:225). Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (keputusan pembeli)
 a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
 b1...b = Koefisien Regresi (Konstanta) X1, X2, X3
 X1 = Pelayanan
 X2 = Harga
 E = Standar Error

Sumber: Arikunto dalam Unaradjan (2013:225)

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak Dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan Statistical Program for Social Science (SPSS). Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini penulis akan menggunakan teknik analisis data yang sudah tersedia selama ini. Pertama, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji F (Uji Simultan), koefisien determinasi dan uji t (Uji Parsial).

2.6.3 Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

1. Uji Validitas

Uji kualitas data pertama yang harus dilakukan adalah uji validitas. Berkaitan dengan uji validitas. Data yang digunakan adalah data akurat atau data yang tepat. Sementara itu, uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen penelitian. Instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid memiliki validitas rendah. Instrumen yang valid dapat mengukur apa yang di inginkan, yang dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi atau rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. (Abubakar, 2021:129)

Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Guna menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan total skor yang merupakan jumlah tiap skor butir dengan rumus Pearson Product Moment, adalah:

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

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 = Jumlah responden

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada tabel *Item-Total Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > 0,3$ (Situmorang, et.al, 2008:36).

2. Uji Reliabilitas

Setelah semua butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data kedua yaitu uji reliabilitas. Reabilitas adalah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik terhindar dari sifat tendensius yang mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabelnya akan menghasilkan data yang dapat dipercaya, artinya datanya memang benar (Abubakar, (2021:129)

Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya kuesioner dalam penggunaannya. Dalam uji reliabilitas digunakan teknik *Alpha Cronbach*, dimana data suatu instrumen dapat dikatakan handal (*reliabel*) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

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

Keterangan:

r_{11} = Nilai Realibilitas

$\sum S_i$ = Jumlah Skor Variabel setiap Item

St = Stariat Total

k = Banyaknya Butir Pertanyaan

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliabel tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus diatas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program Of Social Science (SPSS)*. Guna melihat reliabel atau tidaknya butir pertanyaan 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) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

1.6.4. Uji asumsi Klasik

Sebelum tahap pengujian analisis regresi linear berganda dilakukan terhadap hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah sebagai berikut:

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. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov Test yang terdapat di program SPSS. Distribusi data dapat dikatakan normal apabila signifikansi $>0,05$ (Ghozali, 2018:166-167). 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. (Abubkar, 2021:130). Dikatakan juga bahwa tujuannya untuk mengetahui apakah sebaran data itu normal atau tidak. Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada sebuah persamaan regresi yang dihasilkan. Namun, ada solusi lain jika data tidak berdistribusi normal, yaitu dengan menambah lebih jumlah sample (Abubakar, 2021:130).

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 varians yang sama diantara anggota grup tersebut. Jika varians 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. 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 ($X_1, X_2, X_3, \dots X_n$) dimana 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 > 5 (Narendra, 2021:10).

Penggunaan uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya satu atau lebih variabel bebas mempunyai hubungan dengan variabel bebas lainnya. Ada rules of thumb bahwa suatu model mengandung masalah multikolinieritas apabila model tersebut memiliki R2 tinggi (misalnya diatas 0,8), tetapi tingkat signifikan variabel-variabel penjelasannya berdasarkan uji t statistik sangat sedikit.

1.6.5. Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R2) dan uji t (uji parsial).

1. Uji Serempak/*Simultant* (Uji F)

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 :

Fhitung = Nilai F yang dihitung
R2 = Nilai koefisien korelasi ganda
k = Jumlah variabel bebas
n = Jumlah sampel

Sumber: Unaradjan (2013:207)

Namun demikian dalam penelitian ini semua 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

$H_0 : \beta_i = 0$; 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, variansnya dapat diperoleh regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut: dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf = 0,05 dengan ketentuan:

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa ekuitas merek, diskon harga dan Wiraniaga secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa ekuitas merek, diskon harga dan Wiraniaga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. 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 Parsial (Uji t)

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:

Thitung = Nilai t

b = Koefisien Regresi X

se = Standar error koefisien regresi X

Sumber: Arikunto dalam Widayat (2008:73)

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 : minimal satu $\beta_i \neq 0$ dimana $i = 1, 2, 3$

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% (0,05) dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Artinya variabel ekuitas merek, diskon harga dan wiraniaga secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli.

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

Artinya variabel ekuitas merek, diskon harga dan wiraniaga secara individual (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli.