

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Caffe Nutrisi Fit Bugar Club pada bulan Februari 2024 sampai dengan Agustus 2024, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

NO	Kegiatan	Feb	Mar		Apr		Mei		Juni		Juli		Ags
		2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1
1	Observasi Awal	■											
2	Pengajuan izin penelitian		■										
3	Acc Judul Penelitian			■	■								
4	Pengumpulan data					■	■	■					
5	Pengolahan data								■				
6	Analisis dan evaluasi									■			
7	Penulisan laporan										■	■	
8	Seminar hasil Penelitian												■

Sumber : Rencana Penelitian (2024)

3.2 Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono dalam bukunya Diana Sylvia (2021:85) .Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei, yaitu pengumpulan data dari suatu sampel populasi untuk mewakili keseluruhan populasi. Tujuan penelitian survei adalah penelitian eksploratif, deskriptif, eksplanatori atau konfirmatori, pengkajian, prediksi atau ramalan, penelitian operasional dan pengembangan indikator sosial. Metode survei digunakan untuk memperoleh data pada tempat-tempat tertentu yang alami (bukan buatan), namunpeneliti melakukan prosedur pengumpulan data seperti melalui penyebaran angket, tes, wawancara terstruktur, dan lain-lain.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono dalam bukunya Diana Sylvia (2021:104), populasi adalah keseluruhan luas suatu wilayah umum yang terdiri dari benda-benda atau kesatuan yang mempunyai jumlah, sifat, dan sifat yang ditentukan oleh peneliti yang digunakan untuk menyusun interpretasi. dan data penelitian yang mengarah pada kesimpulan tentang topik kegiatan.

Adapun populasi dalam penelitian ini ialah para pengunjung Caffe Nutrisi Fit Bugar Club cabang Tambun. Jumlah pengunjung berdasarkan informasi dari owner Caffe Nutrisi Fit Bugar Club setiap hari rata-rata pengunjung dihitung rata-rata perbulannya berjumlah 208 orang untuk acuan 26 hari kerja dalam sebulan karena Caffe Nutrisi Fit Bugar Club tutup tiap hari minggu. Oleh sebab itu dalam penelitian ini kami menggunakan angka 208 sebagai populasi penelitian.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono dalam buku Diana Sylvia (2021:106) 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)."

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Hal ini berarti bahwa sampel mewakili populasi. Guna menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang lebih dikenal dengan istilah Rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

d 2 = Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

$$= \frac{208}{(208 \times 0.1)^2 + 1} = 67,5 \text{ (di bulatkan menjadi 68 responden)}$$

Guna mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi penelitian di atas, maka penulis akan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Oleh sebab itu peneliti tidak menentukan siapa yang akan dijadikan responden, melainkan sampel diambil secara acak yang dipandang sesuai untuk digunakan sebagai sumber data serta memenuhi 4 dari 7 kriteria sebagai berikut:

1. Terlihat antusias saat memilih produk yang akan dibeli.
2. Saat seorang pelayan menawarkan produk lain, ia tetap tertarik dengan produk yang sudah akan ia pilih.
3. Tidak terlihat bingung saat memilih produk.
4. Pelanggan terlihat melakukan aktifitas pembelian seorang diri walaupun ia datang dengan beberapa orang lain.
5. Pelanggan yang melakukan pembelian khusus produk yang bestseller.
6. Pelanggan yang membeli produk memang untuk dirinya sendiri bukan orang lain.
7. Minimal pembelian sebesar Rp. 100.000,- (seratus ribu rupiah) untuk satu kali transaksi di kasir

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono dalam buku Diana Sylvia (2021:150) menyatakan: “Kualitas data penelitian dipengaruhi oleh dua unsur utama, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data.” Kualitas instrumen penelitian menyangkut validitas dan reliabilitas instrumen, sedangkan kualitas instrumen penelitian menyangkut validitas dan reliabilitas instrumen. kualitas pengumpulan data menyangkut Keakuratan metode yang digunakan untuk mengumpulkan data. “Oleh karena itu, instrumen yang diuji validitas dan reliabilitasnya belum tentu dapat memberikan data yang valid dan reliabel jika instrumen tersebut tidak digunakan dengan baik untuk mengumpulkan data.

Selanjutnya perlu penulis sampaikan bahwa dalam melakukan penelitian ini penulis juga mengumpulkan data sebagai berikut :

a. Data primer

merupakan jenis data yang dikumpulkan dengan cara diperolehnya secara langsung dari subyek/obyek penelitian atau narasumber dalam penelitian. Cara peneliti mengumpulkan data secara langsung dengan menggunakan instrumen penelitian. Contohnya menggunakan kuesioner, angket, pedoman wawancara terstruktur, notulen focus group discussion(FGD) dan kegiatan survei langsung pada objek penelitian dengan cara melakukan pengukuran atau pengamatan.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan jenis data yang dikumpulkan dengan cara diperolehnya secara tidak langsung. Dimana data sekunder telah disiapkan oleh pihak-pihak tertentu, institusi/lembaga terkait, ataupun hasil dari penelitian sebelumnya. Data tersebut biasanya merupakan hasil pelaporan atau pencatatan tertentu dalam bentuk tabel, grafik, diagram, kurva dan lain sebagainya yang telah disiapkan dalam bentuk softcopy maupun hardcopy.

Dalam bukunya Diana Sylvia (2021:40) Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

a. Observasi

Hal ini dilakukan dengan cara mengamati berbagai obyek tanpa melakukan komunikasi secara langsung. Teknik ini penulis gunakan saat penulis hendak mengetahui tentang perilaku responden, proses kerja, gejala yang muncul atas perilaku responden dan lain sebagainya.

b. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membuat pertanyaan atau kuesioner yang akan dibagikan kepada responden yang menjadi objek penelitian. Responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang telah dipersiapkan pada lembaran kuisisioner.

c. Riset perpustakaan

Dilakukan untuk memperoleh bahan yang diperlukan melalui buku yang membahas tentang penelitian

3.5 Devinisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana variabel diukur. Dengan cara ini penulis mengetahui bagaimana mengukur variabel-variabel yang dikonstruksikan berdasarkan konsep dalam bentuk indikator-indikator dalam kuesioner. Ada dua jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

3.5.1 Variabel Bebas

Variabel bebas (independent variable) atau yang biasa disebut dengan variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (dependent variable) atau yang sering disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas diskon harga yang penulis defenisikan sebagai berikut:

Harga (X) Menurut Kotler dan Armstrong dalam bukunya Syarifuddin (2021: 106) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. indikator harga sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga, dimana konsumen dapat menjangkau harga yang ditetapkan oleh perusahaan.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, harga sering dijadikan indikator kualitas oleh konsumen.
3. Daya saing harga, dimana konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat, Pembelian oleh konsumen suatu produk jika manfaat yang diperoleh lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan mendapatkannya.

Promosi (X2) William J. Stanton dalam Syarifuddin (2021: 92) Promosi adalah elemen bauran pemasaran organisasi yang berfungsi untuk menginformasikan, membujuk dan

mengingatkan pasar tentang suatu produk dan/atau organisasi yang menjualnya, dengan harapan dapat memengaruhi perasaan, keyakinan, atau perilaku penerima. Indikator promosi terdiri dari:

1. *Advertising* (Periklanan)
2. *Public Relations* (Hubungan Masyarakat)
3. *Personal Selling* (Penjualan Pribadi)

3.5.2 Variabel Terikat

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam hal ini variabel bebas (*independent variable*). Dalam penelitian ini digunakan keputusan membeli.

Menurut Kotler & Armstrong dalam bukunya Miah Said (2022:17), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Menurut Schiffman dan Kanuk bukunya Miah Said (2022:17), “keputusan pembelian didefinisikan sebagai sebuah pilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan, keputusan pembelian adalah “sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi

secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian”.

Indikator keputusan pembelian terdiri dari:

1. Ketertarikan untuk mencari informasi tentang produk.
2. Mempertimbangkan untuk membeli.
3. Tertarik untuk mencoba.
4. Ingin mengetahui produk.
5. Keinginan memiliki produk

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Harga (X1)	Menurut Kotler dan Armstrong dalam bukunya Syarifuddin (2021: 106) Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga, 2. Kesesuaian harga 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat, 	Skala Likert
Promosi (X2)	William J. Stanton dalam Syarifuddin (2021: 92) Promosi adalah elemen bauran pemasaran organisasi yang berfungsi untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan pasar tentang suatu produk dan/atau organisasi yang menjualnya, dengan harapan dapat memengaruhi perasaan, keyakinan, atau perilaku penerima.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adversiting (Periklanan) 2. Public Relations (Hubungan Masyarakat) 3. Personal Selling (Penjualan Pribadi) 	Skala Likert
Keputusan pembelian (Y)	Menurut Kotler & Amstrong dalam bukunya Miah Said (2022:17), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketertarikan untuk mencari informasi tentang produk. 2. Mempertimbangkan untuk membeli. 3. Tertarik untuk mencoba. 4. Ingin mengetahui produk. 5. Keinginan memiliki produk 	Skala Likert

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data-data yang telah dikumpulkan akan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang Penulisan singkat padat dan jelas. Pada akhir kesimpulan itulah nantinya akan diketahui bagaimana pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

Skala Likert

Seperti telah disampaikan sebelumnya, bahwa dalam penelitian ini nanti akan digunakan kuesioner. Adapun penilaiannya dengan menggunakan Skala Likert, dimana setiap jawaban instrumen dibuat menjadi 5 (lima) gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, seperti:

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

Dengan menggunakan skala likert, variabel-variabel yang ingin diukur dijabarkan menjadi variabel-variabel indikator. Selain itu, indikator-indikator ini juga menjadi titik awal penyusunan item-item alat, yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan tersebut kemudian diolah untuk ditarik kesimpulan. Data interpretasi diperlukan untuk mengetahui gradasi tanggapan responden. Angka interpretasi ini digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang dikelompokkan sedemikian rupa sehingga kita dapat melihat hasil akhir dari kemunduran jawaban responden apakah responden sangat setuju, setuju, tidak yakin, tidak setuju atau saya Sebenarnya saya sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

3.6.1 Angka Penafsiran Kuesioner

Rentang interpretasi ditentukan dengan mengurangkan skor tertinggi dari skor terendah dan membaginya dengan total skor sehingga diperoleh rentang interpretasi, seperti terlihat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

$$\begin{aligned} \text{Rentang interpretasi numerik} &= (\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}) / n \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0,80 \end{aligned}$$

Tabel 3.3 Angka Penafsiran

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

Sumber: Hasil penelitian (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

Regresi merupakan suatu alat ukur yang juga digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antar variabelnya. Istilah regresi itu sendiri berarti ramalan atau taksiran. Persamaan yang digunakan untuk mendapatkan garis regresi pada data diagram pencar disebut persamaan regresi.

Bentuk persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y=a+bx$$

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b(\sum x)}{n}$$

Keterangan :

X : Variabel Bebas

Y : Variabel Tergantung

a: Nilai Konstanta

b: Koefisien arah regresi

n: Jumlah Periode Observasi

3.6.3 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji kualitas data pertama yang harus dilakukan adalah uji validitas. Berkaitan dengan uji validitas ini Arikunto dalam buku Budi Prasetyo (2021:142) menyatakan bahwa: "validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Guna menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga 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:

$$r = \frac{[n\sum x_1x_2 - (\sum x_1)(\sum x_2)]}{\sqrt{[n\sum x_1^2 - (\sum x_1)^2][n\sum x_2^2 - (\sum x_2)^2]}}$$

Keterangan:

r hitung = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

$\sum X_1$ = Jumlah skor item

Y_i = Jumlah skor total (sebuah item)

N = Jumlah responden

Namun pada penelitian ini uji validitasnya tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas, melainkan menggunakan Statistical Program for the Social Sciences (SPSS). Untuk memeriksa valid atau tidaknya item yang dimasukkan dalam kuesioner, kolom yang akan ditampilkan adalah kolom Korelasi Fitted Item dan Nilai Total pada tabel Item Total Statistics hasil pengolahan data menggunakan SPSS. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > 0,3$.

2. Reliabilitas

Setelah semua butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data kedua yaitu uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi butir pernyataan. Butir pernyataan dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan selalu konsisten. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya konsistensi kuesioner 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, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus alpha, sebagai berikut :

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

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah variabel skor setiap item

S_t = Varians total

k = banyaknya butir pertanyaan

Namun demikian 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 Reliability 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

3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi liner berganda khususnya yang berbasis Ordinary Least Square (OLS). Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantara meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

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 Kolmogorv-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 (Antonius Adolf 2021:166).

2. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residu antara periode pengamatan yang satu dengan periode pengamatan yang lain, atau untuk menggambarkan hubungan antara nilai prediksi dengan residu penghapusan Studentized. Prinsipnya adalah memeriksa apakah suatu kelompok

mempunyai varian yang sama di antara anggotanya. Apabila variansnya sama dan hal ini terjadi maka disebut homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas) dan memang seharusnya demikian. Namun jika variannya tidak sama maka disebut heteroskedastisitas ((Antonius Adolf 2021:166).

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 .

3.6.5 Uji Hipotesis

Setelah menguji kualitas data dan hipotesis klasik, langkah selanjutnya adalah menguji hipotesis. Pengujian hipotesis pada hakikatnya adalah metode pengambilan keputusan berdasarkan analisis data. Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis yang terdiri dari uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2) dan uji T (parsial).

1.Uji Serempak/Simultant (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara berama-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

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 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

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya 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 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). Dengan rumus 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:

1. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$ Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya
2. 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 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 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.