

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Maxipro Group Indonesia. Jalan Pangeran Jayakarta Kompleks Kav 44, No 35, Mangga Dua, kota Jakarta pusat pada Bulan Februari 2023 sampai dengan Agustus 2023, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Table 3. 1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Feb	Mrt	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
		Bulan						
1	Pengajuan Judul							
2	Persetujuan Judul & Dosen Pembimbing							
3	Pembagian Surat Permohonan Izin Penelitian							
4	Penyusunan Proposal (Bab 1, 2, 3 DP + Kuesioner)							
5	Seminar Proposal							
6	Perbaikan Hasil Seminar Proposal							
7	Penelitian Dan Penulisan Bab 4 & 5							
8	Penyerahan Working in Progress 2 (WP-2)							
9	Sidang Skripsi dan Ujian Komprehensif							
10	Sidang Skripsi dan Ujian Komprehensif (Ulang/Susulan)							
11	Perbaikan Skripsi							
12	Persetujuan Dan Pengesahan Skripsi							

Sumber: Rencana Penelitian (2023)

3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2014:6).

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2022:80).

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian produk di PT. Maxipro Group Indonesia. Dimana konsumen-konsumen yang melakukan pembelian produk PT. Maxipro Group Indonesia yang berada di daerah jabodetabek sebanyak 198 konsumen.

3.3.2. Sample

Sample 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 sample yang di ambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sample itu, kesimpulannya dapat di berlakukan untuk populasi. Untuk itu sample yang di ambil dari populasi harus betul-betul *representatif* (mewakili). (Sugiyono, 2022:06)

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *accident sampling*, pengambilan sampel responden secara kebetulan ditemui oleh peneliti. Peneliti menggunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel minimal dari populasi, dan untuk sampel di dapat sebanyak 70 konsumen.

Adapun rumus slovin untuk menentukan minimal sampel adalah

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

Keterangan:

n = Sampel

N = Jumlah Populasi

e^2 = Margin of error

$$\begin{aligned} n &= 198 / (1 + (198 \times 0,1^2)) \\ &= 198 / (1 + (198 \times 0,01)) \\ &= 198 / (1 + 1,98) \\ &= 198 / 2,98 \\ &= 66,44 \text{ (dibulatkan) } 70 \end{aligned}$$

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan Langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data tanpa mengetahui Teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Sugiyono (2022:224).

Sumber dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden penelitian melalui wawancara dan kuesioner dilapangan. Teknik pengumpulan data metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2022:137) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self report*, atau setidak-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.

Sutrisno Hadi (1986) mengemukakan bahwa anggapan yang perlu di pegang oleh peneliti dalam menggunakan metode interview dan juga kuesioner (angket) adalah sebagai berikut:

- a. Bahwa subyek (responded) adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri.
- b. Bahwa apa yang dinyatakan oleh subyek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya.
- c. Bahwa interpretasi subyek tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti kepadanya adalah sama dengan apa yang dimaksudkan oleh peneliti.

2. Kuesioner

Sugiyono (2022:142) mengemukakan teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efesien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responded. Selain itu, Kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responded cukup besar dan tersebar diwilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responded secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

3.5. Devinisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2019:69) variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

3.5.1. Variable 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 Harga, kualitas produk dan After Sales Service, yang penulis defenisikan sebagai berikut:

1. Harga (X1)

Kotler dalam (Desy & Rahmat, 2017) memaparkan harga ialah ukuran uang tunai yang dipaku pada barang, jasa atau ukuran nilai uang tunai yang dibeli untuk beberapa kegunaan sejak dibelinya barang atau jasa tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong terjemahan Sabran (2012:52), didalam variabel harga ada beberapa unsur kegiatan utama harga yang meliputi daftar harga, diskon, potongan harga, dan periode pembayaran. Menurut Kotler dan Armstrong terjemahan Sabran (2012:278), ada empat indikator harga yaitu:

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat.

2. Kualitas Produk (X2)

Kotler dan Keller (2012: 143), menyatakan kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Indikator Kualitas Produk Berdasarkan pendapat David Garvin (2016:27), untuk menentukan dimensi kualitas produk dapat melalui delapan indikator yaitu

- a. Kinerja (*Performance*)
- b. Fitur produk (*features*)
- c. Keandalan (*reability*)
- d. Kesesuaian (*conformance*)
- e. Daya tahan (*durability*)
- f. Keindahan/estetika (*asthetics*)

3. After Sales Service (X3)

Menurut Kotler dan keller (2009: 63), pengertian Pelayanan purna jual adalah suatu layanan yang disediakan oleh produsen kepada konsumen setelah konsumen tersebut membeli produk dari perusahaan tersebut. Berdasrkan pengertian diatas dapat

disimpulkan bahwa pelayanan purna jual adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan setelah penyerahan produk kepada konsumen atas pembeliannya, yang berlaku selama konsumen ada ikatan pelayanan atau hubungan dalam berbagai kegiatan layanan.

Indikator layanan purna jual menurut (Simanjuntak, A. Iqbal, M. Alfisyahr 2018)

- a. Garansi
- b. Kemudahan dalam mendapatkan suku cadang
- c. Konsultasi lanjutan
- d. Jumlah layanan pusat

3.5.2. Variable 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 pembelian. Menurut Kotler (2012: 66) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar akan membeli. Berdasarkan tujuan pembelian, konsumen dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok, yaitu konsumen akhir (individual) dan konsumen organisasional (konsumen industrial, konsumen antara, konsumen bisnis). Adapun indikator penelitiannya meliputi:

- a. Pengenalan masalah
- b. Pencarian informasi
- c. Pemilihan produk
- d. Pemilihan merek
- e. Perilaku pasca pembeliann.

Table 3. 2 Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Harga (X ₁)	Kotler dalam (Desy & Rahmat, 2017) memaparkan harga ialah ukuran uang tunai yang dipaku pada barang, jasa atau ukuran nilai uang tunai yang dibeli untuk beberapa kegunaan sejak dibelinya barang atau jasa tersebut.	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat.	Skala Likert
Kualitas Produk (X ₂)	Kotler dan Keller (2012: 143), menyatakan kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.	a. Fitur produk (features), b. Keandalan (reability), c. Kesesuaian (conformance), d. Daya tahan (durability), e. Keindahan/estetika (asthetics), f. Kualitas yang dipersepsikan (perceived quality).	Skala Likert
<i>After Sales Service</i> (X ₃)	Menurut Kotler dan keller (2009: 63), pengertian Pelayanan purna jual adalah suatu layanan yang disediakan oleh produsen kepada konsumen setelah konsumen tersebut membeli produk dari perusahaan tersebut.	a. Garansi b. Kemudahan dalam mendapatkan suku cadang c. Konsultasi lanjutan d. Jumlah layanan pusat	Skala Likert
Keputusan pembelian(Y)	Menurut Kotler (2012: 66) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar akan membeli. Berdasarkan tujuan pembelian, konsumen dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok, yaitu konsumen akhir (individual) dan konsumen organisasional (konsumen industrial, konsumen antara, konsumen bisnis).	a. Pengenalan masalah atau kebutuhan b. Pencarian informasi c. Pemilihan produk d. Pemilihan merek e. Perilaku pasca pembelian	

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 akan digunakan nantinya. Pada akhir kesimpulan itulah nantinya akan diketahui bagaimana pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Uji Validitas

Untuk menguji yaitu dengan menggunakan teknik korelasi “product moment” yang menggunakan rumusnya sebagai berikut:

Rumus.

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

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	= Jumlah responden

2. Uji Reabilitas

Realibilitas adalah merupakan tingkat keadaan (kuesioner) dari pertanyaan yang akan disebar kepada responden. Untuk mengetahui realibilitas angket digunakan rumus Alpha Cronbach yaitu sebagai berikut (Arikunto, 2007: 165).

3.6.1. Skala *likert*

Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dalam penelitian, fenomena social ini telah di tetapkan secara spesifik oleh peneliti, yuang selanjutnya disebut sebagai variable penelitian. (Sugiyono 2022:93)

Jawaban setiap instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

- a. Sangat Setuju (Skor 5)
- b. Setuju (Skor 4)
- c. Ragu-Ragu (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 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.

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

Table 3. 3 Angka Penafsiran

INTERVAL 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

3.6.2. Persamaan Regresi

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Berikut untuk melihat analisis linier berganda menurut Sugiyono (2012).

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

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Keputusan pembelian)

a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)

b₁...b₃ = Koefisien regresi (konstanta) X₁, X₂, X₃

X₁ = Harga

X₂ = Kualitas Produk

X₂ = *After Sales Service*

e = Standar error

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).

3.6.3. 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

Menurut Sugiyono (2018;267) instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid yaitu R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} sebesar 0,3. Kevalidan yang rendah disebabkan oleh alat ukur yang kurang memadai. Guna menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara menyeluruh dengan cara mengkorelasi setiap butir alat ukur dengan total skor yang merupakan jumlah setiap skor butir dengan rumus *Pearson Product Moment* adalah:

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

Keterangan:

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

$\sum X_1$ = 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 kuesiner 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 $r_{hitung} > 0,3$.

2. Uji Reliabilitas

Ghozali (2016:47) Reliabilitas menunjukan sejauh mana alat ukur suatu kuisioner dan hasil pengukuran indikator dari variabel atau konstruk. Reliabilitas adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur indikator yang sama atau reliable, akan menghasilkan data yang sama atau reliable. Uji Reliabilitas dalam penelitian ini juga sama dengan uji validitas menggunakan dengan bantuan program SPSS dengan cara one shot atau pengukuran sekali saja dengan kriteria bahwa variabel dikatakan reliabel jika memeberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Ghozali, 2016:48)., 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 reliable tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Guna melihat reliable atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Reliability Statistics* hasil pengelolaan data dengan menggunakan SPSS.

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

Menurut Ghozali (2016:154) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.” Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Kolmogorov-Smirnov dengan hipotesis sebagai berikut (Ghozali. 2016:158).

H₀: Jika nilai signifikansi > 0,50 data residual berdistribusi normal

H_a: Jika nilai signifikansi < 0,50 data residual tidak berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Widodo, 2018:80). Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar scatterplot maupun dengan uji statistik misalnya uji glejser. Pada penelitian ini menggunakan uji gletser yaitu dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya.

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 dan uji glejser.

Menurut Ghozali (2018:138) Dasar analisisnya adalah sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:82), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas adalah sebagai berikut: 1. Besarnya variabel Inflation Factor/VIF pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolinieritas yaitu nilai $VIF < 10$. 2. Besarnya Tolerance pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolinieritas yaitu nilai $Tolerance < 0,1$.

3.6.5. Uji Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2019:99) merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam sebuah penelitian. 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 (R^2) 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:

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R^2 = 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:

$$H_0 : \beta_i = 0; \text{ artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel}$$

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,01$ dengan ketentuan:

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa harga, kualitas produk dan *after sales service* secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Maxipro Group Indonesia.

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa harga, kualitas produk dan *after sales service* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Maxipro Group Indonesia.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada nilai Adjusted R Square yang menunjukkan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Dalam pengujian hipotesis pada output SPSS, nilai koefisien determinasi terletak pada Model Summary pada kolom Adjusted R Square untuk mengetahui seberapa besar variabel independen, yaitu stres kerja, tunjangan dan lingkungan kerja mempengaruhi kinerja karyawan. Besarnya nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu atau $0 \leq R^2 \leq 1$ (Ghozali, 2018:97). Jika semakin tinggi nilai Adjusted R Square maka semakin baik model regresi yang digunakan karena menandakan bahwa kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen juga semakin besar, demikian pula apabila yang terjadi sebaliknya. Nilai Adjusted R Square dapat naik atau turun ketika satu variabel independen (bebas) ditambah ke dalam model.

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:

t_{hitung} = Nilai t
 b = Koefisien regresi X
 se = Standar error koefisien regresi X

Adapun bentuk pengujiannya adalah:

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

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% ($\alpha = 0,05$) dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Artinya harga, kualitas produk dan *after sales service* bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Maxipro Group Indonesia.

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

Artinya variabel harga, kualitas produk dan *after sales service* secara individual (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Maxipro Group Indonesia.