# BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di gerai Mixue yang berada di Kota Depok pada Bulan Januari 2023 sampai dengan April 2023, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

# Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| NO | KEGIATAN | BULAN |
| JANUARI 2023 | FEBRUARI 2023 | MARET 2023 | APRIL 2023 |
| 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 |
| 1. | Observasi Awal |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2. | Pengajuan izin penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3. | Persisapan instrumen penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4. | Pengumpulan Data |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5. | Pengolahan Data |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 6. | Analisis dan Evaluasi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 7. | Penulisan laporan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 8. | Seminar hasil penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Sumber: Rencana Penelitian (2023)

### Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu dengan penelitian survey. Menurut Sugiyono (2018) penelitian survey adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosialogi dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu teknikpengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cendrung untuk di generasikan.

### Populasi dan Sampel

* + 1. **Populasi**

Menurut Handayani (2020), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. Elemen populasi adalah keseluruhan subyekyang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti.

Populasi dalam wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang dipelajari dan kemudia ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang mengkonsumsi Produk Mixue ice cream and tea di Kota Depok dimana jumlah dari populasi ini 15.000 sebagai angka populasi penelitian.

### Sampel

Sejalan dengan pengertian populasi, banyak juga ahli yang mendefinisikan pengertian tentang sampel. Menurut Sugiyono (2019:17) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotetsis yang telah ditetapkan.

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel N = Populasi

d2=Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%) Jadi, sampel pada penelitian ini 100 Responden yang diambil secara acak (*Incindental sampling).* (Sugiyono, 2019:17).

n = 15.000 15.000x 0.12 + 1

n = 15.000

 15.000 x 0.01

= \_ 15.000 150 + 1

= \_15.000 = (Dibulatkan menjadi 100 )

151

= 99.337

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan dalam penelitian merupakan tahapan yang memerlukan waktu dan biaya yang banyak. Menurut Suliyanto (2018:154) bahwa data merupakan bahan mentah dari informasi, sedangkan informasi merupakan hasil pengolahan dari data yang menambah pengetahuan bagi penerimanya. Selanjutnya perlu peneliti sampaikan bahwa dalam melakukan penelitian ini peneliti mengumpulkan data primer yaitu data yang dikumpulkan peneliti dari sumber pertama (Suliyanto, 2018:156). Juga data sekunder yaitu data yang peneliti peroleh secara tidak langsung dari subjek penelitiannya. Adapun beberapa Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi :

1. Kuesioner (Angket)

Pengumpulan data yang dilakukan secara tidak langsung yaitu peneliti tidak langsung bertanya-jawab dengan responden alat pengumpulan datanya yaitu sebuah daftar pertanyaan lengkap mengenai banyak hal yang diperlukan oleh peneliti untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan peneliti.

1. Observasi (Pengamatan)

Adalah teknik pengumpulan data yang dilakukaan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau prilaku objek sasaraneknik observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis fenomena yang diselidiki. Dalam arti yang luas, observasi sebenarnya tidak hanya terbatas pada pengamatan yang dilaksanakan baik secara langsung maupun tidak langsung.

1. Interview (Wawancara)

Dalam melakukan penelitian untuk mendapatkan informasi lebih jelas dari narasumber wawancara dilakukan dengan mencatat , merekam dengan audio visual dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan dari variabel dan indikator penelitian guna mendapatkan jawaban terkait.

### Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep. Dengan demikian 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 variable bebas (*independent variable*) dan variable terikat (*dependent variable*).

### 3.5.1. Varaibel Bebas

Variabel bebas *(idependent variabel)* atau yang biasanya disebut dengan variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat *(dependent variabel)* atau yang sering disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas Lokasi, Harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang penulis definisikan sebagai berikut.

1. Lokasi (X1)

Lokasi untuk usaha pabrik dan jasa sangat penting sekali artinya karena berkaitan langsung dengan efisiensi dan efektivitas bisnis. Oleh karena itu, lokasi yang dipilih harus mempu menjamin bahwa keluaran yang dihasilkan akan mudah mencapai pasar

atau dicapai oleh pelanggannya dan pada saat yang sama, murah biaya penyerahannya. Dengan keadaan demikian, lokasi menjadi salah satu faktor keunggulan bersaing dari perusahaan sehingga lokasi dimaksud memmilki nilai strategis dan menjadi bagian dari kebijakan jangka panjang perusahaan. (Haming & Nurnajumuddin, 198:2022)

Dengan indikator sebagai berikut:

1. Keamanan

Keamanan merupakan faktor yang sangat dipertimbangkan oleh pengusaha dalam

pemilihan lokasi. Tanpa keamanan, usahawan akan ragu-ragu menanamkan modalnya di daerah yang bersangkutan.

1. Penerimaan masyarakat

Penerimaan masyarakat lokal terhadap kehadiran industri atau perusahaan di suatu daerah juga penting untuk diperhatikan. Aspek sosial, Budaya, Keyakinan, Tata Nilai Masyarakat, dan Adat Istiadat setempat harus diperhatikan.

1. Insentif pemerintah lokal ,

Intervensi Pemerintah lokal atau daerah juga sering dijumpai, yaitu untuk melokalisasikan industri disuatu area agar memudahkan mengatur kegiatan indutri di daerahnya.

1. Ketersediaan air

Dibutuhkan sebagai bahan baku produksi atau penunjang kegiatan perusahaan.

1. Ketersediaan listrik/energi

Energi dibutuhkan untuk menggerakan kegiatan produksi perusahaan.

1. Ketersediaan infrastruktur

Perusahaan industri ataupun jasa sangat memerlukan dukungan berbagai macam prasaran, seperti jalan raya, rel kereta api hubungan udara, pasokan listrik, air , sarana telekomunikasi.

1. Harga (X2)

Harga merupakan sesuatu yang sangat berarti bagi konsumen dan penjual. Bagi konsumen, harga merupakan biaya atas sesuatu. Sedangkan bagi penjual, harga

merupakan salah satu dari sumber pendapatan atau keuntungan. Menurut Kotler dan Amstrong (2009) dalam Tonce dan Rangga (2022) Indikator harga, yaitu:

1. Keterjangkauan harga yaitu harga yang terjangkau adalah harapan semua konsumen sebelum mereka melakukan pembelian.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk Untuk produk tertentu, konsumen biasanya tidak peduli jika harus berbelanja dengan harga yang relatif mahal, asalkan kualitasnya bagus.
3. Daya saing harga yaitu perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produknya dapat bersaing pesat dipasaran.
4. Kesesuaian harga dengan manfaatnya. Konsumen terkadang mengabaikan harga suatu produk, namun lebih mementingkan manfaat dari suatu produk yang akan dibelinya.
5. Kualitas Produk (X3)

Menurut (Miguna dan Nurhafifah, 2020) kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat kita tawarkan oleh produsen yang untuk diperhatikan, dapat digunakan, dibeli dan juga dapat dikonsumsi oleh konsumen maupun produsen sesuai dengan kebutuhan konsumen tertentu. Menurut Santoso (2019), indikator kualitas produk adalah sebagai berikut :

1. Kinerja (Perfomance) berkaitan dengan aspek fungsional dari barang itu dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen ketika membeli suatu barang.
2. Tampilan (Features) adalah ciri keistimewaan karakteristik sekunder atau pelengkap dari kinerja.
3. Kesesuaian (Conformance) berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi

yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen.

1. Daya tahan (Durability) berkaitan erat dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
2. Keindahan (Aesthetics) adalah daya tarik produk terhadap panca indera.
3. Kualitas yang dipersepsikan (Perceived Quality) merupakan citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

###

### 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 Pembelian.

1. Keputusan Pembelian (Y1)

Wardana (2018) Menuturkan keputusan pembelian adalah cara membuat keputusan atas dua atau lebih alternatif yang diambil dari pola kepribadian konsumen dalam memilih sebuah produk guna memenuhi kebutuhan kebutuhan konsumen. Menurut

Tjiptono dalam (Effendi dan Chandra, 2020) terdapat lima indikator keputusan pembelian sebagai berikut:

* Pemilihan Produk
* Pemilihan Merek
* Pilihan tempat penyalur
* Jumlah Pembelian atau Kuantitas
* Waktu Pembelian.

### Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **VARIABEL** | **DEFINISI** | **INDIKATOR** | **UKURAN** |
| Lokasi (X1) | Lokasi untuk usaha pabrik atau jasa sangat penting sekali artinya karena berkaitan langsung dengan efisisensi dan efektivitas bisnis. Oleh karenaitu, lokasi yang | 1. keamanan
2. Penerimaaan masyarakat 3.Insentif Pemerintah Lokal
3. Ketersediaan Air
4. Ketersediaan
 | Skala Likert |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | dipilih harus mempu | Listrik dan |  |
| menjamin bahwa | Energi |
| keluaran yang | 6. Ketersediaan |
| dihasilkan akan | Insfrastruktur |
| mudah mencapai |  |
| pasar atau dicapai |  |
| oleh pelanggannya |  |
| pada saat yang |  |
| sama. (Haming & |  |
| Nurnajumuddin |  |
| 198:2022) |  |
| Harga (X2) | Harga merupakan | 1. | Skala Likert |
| sesuatu yang sangat | Keterjangkauan |
| berarti bagi | Harga |
| konsumen dan | 2. Kesesuaian |
| penjual. Bagi | Harga |
| konsumen, harga | 3. Daya Saing |
| merupakan biaya | Harga |
| atas sesuatu. Bagi | 4. Kesesuaian |
| penjual, harga | Harga Dengan |
| merupakan sumber | Manfaatnya |
| pemasukan atau |  |
| keuntungan. (Kotler |  |
| & Amstrong , 2009) |  |
| dalam (Tonce & |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kualitas Produk (X3) | Kualitas Produkadalah segala | 1. Kinerja(Performance) | Skala Likert |
| sesuatu yang dapat | 2. Tampilan |
| kita tawarkan oleh | (Features) |
| produsen untuk | 3. Keseuaian |
| diperhatikan, dapat | (Conformance) |
| digunakan, dibeli | 4. Daya Tahan |
| dan juga dapat di | (Durability) |
| konsumsi oleh | 5. Keindahan |
| konsumen maupun | (Aesthetics) |
| produsen sesuai | 6. Kualitas |
| dengan kebutuhan | Yang |
| konsumen tertentu. | Dipersepsikan |
| (Miguna & | (Perceived |
| Nurhafifah, 2020) | Quality) |
| Keputusan pembelian (Y1) | Keputusan Pembelian adalah | 1. Pemilihan Produk
2. Pemilihan Merek
3. Pemilihan Tempat
 | Skala Likert |
| cara membuat | Penyalur |
| keputusan atas dua | 4. Jumlah Pembelian |
| atau lebih alternatif yang diambil dari | atau Kuantitas5. Waktu Pembelian |
| konsumen dalam memilih sebuah produk gunamemenuhi |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | kebutuhankonsumen.(Wardana, 2018). |  |  |

Sumber: Peneliti (2023)

### 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.

### Skala dan Angka Penafsiran

Menurut Sugiyono (2017:157), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Seperti telah disampaikan sebelumnya, bahwa dalam penelitian ini nanti akan digunakan kuesioner. Adapun penilaiannya dengan menggunakan Skala Likert, dimana setiap jawaban instrumen dibuat menjadi 4 (empat) gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata.

Dalam mengumpulkan data angket atau kuesioner, yang digunakan untuk

memperoleh informasi dari responden. Angket yang digunakan tipe angket pilihan yang meminta responden untuk memilih jawaban, satu jawaban yang sudah ditentukan. Untuk altenatif jawaban dalam angket ini ditetapkan skor yang diberikan untuk masing- masing pilihan dengan menggunakan modifikasi skala likert.

Dengan demikian dalam penelitian ini responden dalam menjawab pertanyaan hanya ada 5 kategori diantaranya Sangat Setuju (SS), Setuju (S),Ragu-Ragu (RR), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS), dari jawaban di atas memiliki bobot skor dengan rincian sebagai berikut :

* + - 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 menyususn 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 penyataan 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 3.4. 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)

∑f(X

M

n

Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah: Keterangan:

M = Angka penafsiran

f = Frekuensi jawaban

x = Skala nilai

n = Jumlah seluruh jawaban

(Kuntoto 2020:140)

### Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi 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), (X3)……. (Xn) . (Efendi et al., 2020:3) Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut :

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

X1 = Lokasi

X2 = Harga

X3 = Kualitas Produk

e = Standar error

(Efendi *et al*, 2020:3)

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)

Regresi Linear Berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

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 determisasi dan uji t (Uji Parsial).

### 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 Validitas adalah suatu alat yang digunakan menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2021:175) “Pengujian validitas adalah suatu teknik untuk mengukur ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti”. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.Dengan demikian data yang valid adalah (data yang tidak berbeda ) antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek peneliti. Dengan Rumus:

Keterangan:

Rhitung = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat ΣX1 = Jumlah skor item

Σyi = Jumlah

skor total (sebuah

item) N = Jumlah responden (Ovan dan saputra, 2020:26)

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *StatisticalProgram 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 rhitung> 0,3.

1. Uji Reliabilitas Setelah semua butir

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 penyataan. Butir pernyataan dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap penyataan yang diajukan selalu konsisten. Dengan kata lain dapat dikatakan bawa 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, Menurut (Situmorang, et.al. dalam Widayat 2017:35). reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,6 dapat diterima, Dengan menggunkan rumus alpha sebagai berikut:



Keterangan:

r11 = Nilai reliabilitas

ΣSi = Jumlah variabel skor setiap item

*St = Varianstotal*

K = banyaknya butir pertanyan

(Hidayat, 2021:12)

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 Alphayang tertera pada tabel ReabilityStatistics hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS.Jika nilai Cronbach’s Alphatersebut 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 (Situmorang, et.al. dalam Widayat 2017:35).

### 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 digunaka 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan ujiheteroskedastisitas.

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 berditribusi mendekati normal atau bahkan normal. Dalam penelitian ini akan digunakan programStatistical Product and Social Science (SPSS) dengan menggunakan pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan Kolmogorv-Smirnov Test dengan nilai signifikan Asymp. Sig. (2-tailed) di atas 0.05 , dan 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 (Situmorang, et al., dalam Widayat 2017:35).

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui terdapatnya perbedaan variance residualsuatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi denganstudentized delete residualnilai 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 terdapat heteroskedastisitas (Sugiyono dan Susanto 2015:336).

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambarscatterplot 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 gambarscatterplotyang dihasilkan SPSS tersebut. Dikatakantidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik yng 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.

1. Uji Multikolinieritas

Menurut Iqbal et el (2015:32) Uji multikolinieritas bertujuan untuk menemukan adanya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik, yang tidak adanya korelasi diantara variabel bebas. Uji multikolinealitas i untuk menguji apakah model regresi terbentuk adanya korelasi tinggi atau sempurna antar variable bebas ( independent). (Hermanto, 2022).

Dalam mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi dengan melihat nilai tolerance dan lawannya (Variance inflation factor). Jadi nilaitoleranceyang rendah disamakan dengan nilai VIF yang tinggi. Sehingga nilai ujitolerance> 0,10 , atau sama dengan nilai VIF < 10 maka uji tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

### Uji Hipotesis

Mufarikkoh,(2019:81) 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 (ujiparsial).

1. Uji Serempak/*Simultant* (UjiF)

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:



Keterangan :

Fhitung = Nilai F yang dihitung

## R2 = Nilai koefisien korelasi ganda

##  K = Jumah variabel bebas

##  n = Jumlah sampel (Sumber:Sugiyono, 2015:297)

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:

H0 : βi = 0 ; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

Ha : βi ¹ 0 ; artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh denganmembandingkan Fhitung dengan Ftabelpada taraf

=

1. F hitung< Ftabel, maka H0 diterima dan Ha ditolak 0,05 dengan ketentuan:

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

1. F hitung≥ Ftabel, maka H0 ditolak dan Ha diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Koefisien Determinasi (R2)

Pengujian koefisien determinasi (R2) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu (0 ≤ R2≤ 1) yang berarti bahwa bila R2= 0 berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap

variabel terikat, dan bila R2mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R2) dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square pada tabel Model Summaryhasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

1. 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:

Keterangan:

t hitung = Nilai t

b = Koefisien regresi X

se = Standar error koefisein regresi X

(Liberty *et al*., 2023:99)

Adapun bentuk pengujiannya adalah :

1. H0: β1, β2= 0

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

1. Ha : minimal satu βi ¹ 0 dimana i = 1,2,3

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

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan thitungdengan ttabelpada taraf nyata 5% (a 0,05) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. thitung < t tabel maka H0 diterima dan Haditolak

Artinya variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga secara bersama- sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

1. thitung ≥ t tabel maka H0 ditolak dan Ha diterima

Artinya variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga secara individual (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.