

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kedai Arab Cilodong pada Bulan Maret 2023 sampai dengan Agustus 2023 sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal	■																							
2	Pengajuan izin		■																						
3	Persiapan			■	■	■	■																		
4	Pengumpulan data					■	■	■	■	■	■	■	■												
5	Pengolahan data													■	■										
6	Analisis & evaluasi															■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
7	Penulisan laporan																	■	■	■	■	■	■	■	■
8	Seminar hasil																								■

Sumber: Rencana Penelitian (2017)

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel di atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Menurut Sugiyono (2019: 16) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan dan menggunakan instrumen penelitian, analisis bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019: 126) populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Dalam hal ini populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek / subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasinya adalah orang yang sudah pernah membeli kue pancong di Kedai Arab.

3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019: 127) dalam penelitian kuantitatif, sampel adalah bagian dari jumlah 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 sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili). Bila sampel tidak representatif maka ibarat empat orang yang ditutup mata disuruh menyimpulkan karakteristik gajah.

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 Darwin (2020: 120) atau yang lebih dikenal sebagai Rumus Lemeshow, sebagai berikut:

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

Keterangan:

- n = Ukuran sampel yang dicari
- z^2 = Nilai standar
- p = Maksimal estimasi 50%=0,5
- d^2 = alpha (0.10) atau sampling error = 10%

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$1,96 \cdot 5 (1 - 0,5)$$

$$n = \frac{1,96 \cdot 5 (1 - 0,5)}{0,05} = 96,4 \text{ (dibulatkan menjadi 97 responden)}$$

Penulis akan menggunakan teknik *nonprobability sampling*, maka penulis akan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiono 2019: 133). Oleh sebab itu peneliti mengambil sumber data dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Responden adalah orang yang terbukti telah melakukan pembelian pancong di Kedai Arab Cilodong
2. Responden melakukan pembembelian karena keputusan sendiri (bukan disuruh orang lain)
3. Responden melakukan aktivitas pembelian seorang diri walaupun datang dengan orang lain.
4. Responden berusia diatas 17 tahun

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode atau cara yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan penelitian ini adalah kuesioner (angket), teknik pengumpulan data kuesioner menurut Darwin (2020: 158): Angket merupakan cara pengumpulan data dengan menyediakan daftar pertanyaan atau pernyataan dalam bentuk kuesioner untuk diisi oleh responden sesuai dengan kebutuhan dari masing-masing variabel penelitian. Pemberian kuesioner/angket biasanya pada responden dalam jumlah yang banyak dan diberikan kepada sumber penelitian yang dengan tingkat pemahaman yang memadai minimal bisa membaca dan menulis.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dengan demikian maka penulis akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator dalam sebuah kuesioner. Dalam penelitian

ini akan digunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*)

3.5.1 Variabel Bebas

Variabel ini adalah variabel yang mempengaruhi variabel *dependent* baik pengaruh positif atau pengaruh negatif. Variabel *independen* akan menjelaskan bagaimana masalah dalam penelitian dipecahkan. Disebut juga variabel predictor/eksogen/bebas. Variabel *independen* merupakan representasi dari fenomena yang digunakan untuk menjelaskan atau memprediksi variabel *dependen*. (Paramita 2021: 37). Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, predictor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (Sugiono 2019:69). Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas produk, harga, tempat, dan promosi yang penulis definisikan sebagai berikut:

1. Produk (X_1)

Menurut Sofyan dalam Indrasari (2019: 27) menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar dimiliki dan digunakan atau konsumsi guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan indikator menurut Benson dalam Indrasari (2019: 62) variabel produk memiliki beberapa indikator yang dapat mendukung, antara lain:

- a. Ukuran produk adalah sebuah cara untuk mengetahui setiap besar dan kecilnya dari produk tersebut
- b. Jenis produk adalah jenis suatu produk misalnya produk konsumsi makanan, minuman
- c. Bahan produk adalah bahan mentah yang digunakan untuk membuat produk tertentu
- d. Kualitas produk adalah kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya

2. Harga (X_2)

Menurut Indrasari (2019: 36) harga adalah nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Dalam keadaan lain harga sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Dengan indikator harga menurut Kotler dalam Indrasari (2019: 42) variabel harga memiliki indikator yang dapat mendukung, antara lain:

- a. Keterjangkauan harga; harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan
 - b. Kesesuaian harga dengan manfaat; konsumen akan merasakan puas setelah mengkonsumsi produk yang ditawarkan
 - c. Daya saing harga; harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata
 - d. Kesesuaian harga dengan kualitas produk; kualitas produk menentukan besarnya harga yang ditawarkan
3. Tempat (X_3)
- Menurut Hurriyati (2019: 55) lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai masalah dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan, yang paling penting adalah tipe dan tingkat interaksi terlibat. Dengan indikator tempat menurut Hurriyati (2020: 57) variabel tempat memiliki indikator yang dapat mendukung, antara lain:
- a. Akses; akses yang ditempuh untuk menuju lokasi cukup baik atau tidak
 - b. Visibilitas; keadaan dapat dilihat dan diamati misalnya terlihatnya produk atau banner toko
 - c. Tempat parkir; untuk memarkir kendaraan jika berkunjung ke toko
 - d. Lingkungan; lingkungan yang aman, nyaman dan bersih
4. Promosi (X_4)
- Menurut Hurriyati (2019: 57) promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi konsumen, maka konsumen tidak akan pernah membelinya. Dengan indikator menurut Hurriyati (2020: 62) variabel tempat memiliki indikator yang dapat mendukung, antara lain:
- a. Periklanan; penggunaan media berbayar untuk mengkomunikasikan informasi tentang produk
 - b. Promosi penjualan; usaha menawarkan produk maupun jasa kepada calon konsumen
 - c. Hubungan masyarakat; usaha mengirimkan pesan positif mengenai produk kepada individu, organisasi atau masyarakat

- d. Penjualan perorangan; penawaran yang dilakukan secara lisan untuk melakukan penawaran kepada calon konsumen

3.5.2 Variabel terikat

(Paramita 2021: 37). Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang mempengaruhi dan menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiono 2019: 69). Dalam penelitian ini digunakan variabel tetap yaitu keputusan pembelian yang didefinisikan sebagai berikut:

1. Keputusan pembelian

Menurut Peter dan Olson dalam Indrasari (2019: 70) keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya. Dengan indikator menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019: 74) variabel keputusan pembelian memiliki indikator yang dapat mendukung, antara lain:

- a. Pilihan produk; kebutuhan produk, keberagaman produk, kualitas produk
- b. Waktu pembelian; misalnya sebulan sekali, seminggu sekali, atau setiap hari
- c. Pilihan penyalur; misalnya kemudahan mendapatkan produk dan ketersediaan produk
- d. Jumlah pembelian; keputusan konsumen tentang seberapa banyak produk yang akan dibeli

Guna memahami lebih dalam tentang variabel, definisi variabel, indikator dan pengukuran atas indikator di atas maka dapat dilihat pada Tabel 3.2, di bawah ini.

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Produk (X_1)	Menurut Sofyan dalam Indrasari (2019: 27) menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar dimiliki dan digunakan atau konsumsi guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.	1. Ukuran produk 2. Jenis produk 3. Bahan Produk 4. Kualitas produk Benson dalam Indrasari (2022: 62)	Skala Likert

Harga (X_2)	Menurut Indrasari (2019: 36) harga adalah nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Dalam keadaan lain harga sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat Kotler dalam Indrasari (2019: 42)	Skala Likert
Tempat (X_3)	Menurut Hurriyati (2019: 55) lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai masalah dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan, yang paling penting adalah tipe dan tingkat interaksi terlibat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses 2. Visibilitas 3. Tempat parkir 4. Lingkungan Hurriyati (2020: 57)	Skala Likert
Promosi (X_4)	Menurut Hurriyati (2019: 57) promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk tersebut akan berguna bagi konsumen, maka konsumen tidak akan pernah membelinya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. Promosi penjualan 3. Hubungan masyarakat 4. Penjualan perorangan Hurriyati (2020: 62)	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Peter dan Olson dalam Indrasari (2019: 70) keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan produk 2. Waktu pembelian 3. Pilihan penyalur 4. Jumlah pembelian Tjijtono dalam Indrasari (2019: 74)	Skala Likert

3.6. Teknik Analisa 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.

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

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. 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 dikelompokkan 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, kemudian dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

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

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	Netral
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Hasil Penelitian, 2021 (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

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi sederhana yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi sederhana digunakan dalam membuat perkiraan atau *prediction* besarnya hubungan sebab-akibat antara satu independent variabel (IV) sebagai variabel “Predictor” yaitu variabel yang bebas (tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya) dan dinotasikan dengan variabel X, terhadap dependent variabel (DV) sebagai variabel “Respon” disebut juga variabel terikat yaitu variabel yang keberadaannya dipengaruhi atau terikat oleh variabel lainnya dan dinotasikan dengan variabel Y Setiawan (2020: 41). Guna menguji pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)
- a = Intersep (titik potong dengan suhu Y)
- b₁...b₄ = Koefisien regresi (konstanta) X₁, X₂, X₃, X₄
- X₁ = Produk
- X₂ = Harga
- X₃ = Tempat
- X₄ = Promosi
- e = Standar error

Sumber: Sugiyono (2021: 275)

Analisis regresi linier berganda digunakan jika variabel independen dan dependen menggunakan skala pengukuran yang sama, tetapi jika skala pengukuran variabel independen dan dependen berbeda maka harus menggunakan alat analisis yang lain, misalnya: regresi logistik atau diskriminan (Paramita 2021: 80)

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).

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

Uji kualitas data pertama yang harus dilakukan adalah uji validitas. Berkaitan dengan uji validitas ini Darwin (2020: 144) menyatakan bahwa:

Uji validitas atau kesalahan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan.

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

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat
- $\sum X$ = Jumlah skor item
- $\sum Y$ = 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 yang dilihat dari korelasi total skornya saja, dikatakan valid jika $r_{hitung} \geq t_{table}$ maka item dinyatakan valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < t_{table}$ maka item tidak valid (Gunawan 2019: 05)

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal-hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan akan menghasilkan data yang sama (Gunawan 2019: 24). Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel Reliability Statistic dengan Teknik Cronbach' Alpha, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal 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 reabel atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Reliability Statistics* hasil pengolahan data menggunakan SPSS. Jika nilai *Cronbach's Alpha* tersebut lebih kecil dari 0,6 bahwa dikatakan bahwa reliabilitas kurang baik, sebaliknya jika *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 dikatakan reliabilitas diterima (Gunawan 2019: 29)

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi linier 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 metode Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* metode ini digunakan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 0,05 (Gunawan 2019: 39)

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut dengan "Homoskedastisitas". Dan jika varians berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas, atau dengan kata lain model regresi yang baik adalah "Homokedastisitas (Gunawan 2019: 62)

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan yaitu dengan melihat pola gambar *Scatterplot* maupun dengan uji statistik misalnya uji glejser. Namun demikian dalam penelitian ini akan digunakan SPSS dengan pendekatan grafik yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* yang dihasilkan SPSS tersebut. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi (Gunawan 2019: 73)

3. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah terjadinya korelasi atau hubungan yang hampir sempurna diantara variabel independen. Pada model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Adanya multikolinieritas menyebabkan suatu model regresi memiliki varian yang besar sehingga sulit mendapatkan estimasi yang tepat. Multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat nilai VIF (*variance inflation factor*), dimana jika nilai VIF di bawah 10 maka bisa dikatakan multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya atau lolos dari uji multikolinieritas (Nugroho dalam Paramita, 2021: 85)

3.6.5. 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 (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. Dalam uji ini semua variabel bebas yang ada akan diuji serentak, sehingga antara variabel bebas yang satu dan lainnya tidak akan dipisahkan. 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

Sumber Sugiyono (2020: 284)

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:

$$\begin{aligned} H_0 : \beta_i &= 0 ; \text{ artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat} \\ H_a : \beta_i &\neq 0 ; \text{ artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat} \end{aligned}$$

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 harga, promosi secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kedai Arab Cilodong
- b. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa harga, promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kedai Arab Cilodong

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)

$$t_{hitung} = \frac{b}{se}$$

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 koefisien regresi X

Sumber: Sugiyono (2019: 275)

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. $H_a : \text{minimal satu } \beta_i \neq 0 \text{ dimana } i = 1,2,3$

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:

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa stimulus pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kedai Arab Cilodong

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa stimulus pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Kedai Arab Cilodong