

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Adapun waktu penelitian adalah jangka waktu kegiatan penelitian berlangsung. Penelitian ini dilakukan di Toko Produk Kerajinan Manik.Aiey di Kota Tangerang. Pelaksanaan penelitian ini berlangsung selama 6 (enam) bulan yang dimulai dengan kegiatan berupa observasi lapangan pada bulan Maret 2024, dilanjutkan dengan pengajuan izin penelitian, persiapan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, analisis data dan evaluasi, penulisan laporan serta seminar hasil penelitian yang dilaksanakan pada bulan Agustus 2024, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah 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: Penelitian (2024)

3.2. Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif. Penelitian kuantitatif, menurut Sujarweni (2020:39), adalah jenis penelitian yang menghasilkan temuan. Dalam hal pengertian, Sugiyono (2021:6) mengatakan bahwa metode survei digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber yang almah (bukan buatan), tetapi peneliti juga melakukan perlakuan pada data, seperti mengadakan wawancara terstruktur dengan pertanyaan terbuka dan tertutup, dan sebagainya.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Abubakar (2021:58) populasi penelitian ini adalah sekelompok orang, benda atau hal yang menjadi sumber pengambilan sampel sekumpulan yang memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi adalah seluruh subjek penelitian, dapat berupa orang maupun wilayah. Populasi atau *universi* ialah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Manik Aiey yang jumlahnya tidak diketahui.

3.3.2. Sampel

Populasi penelitian, Menurut Sugiyono (2021:127) jumlah populasi dan atributnya termasuk dalam sampel. Jadi, jika populasi besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua yang ada di dalamnya (misalnya, karena keterbatasan dana, tenaga, atau waktu), maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu untuk mempelajari semua yang ada di dalamnya. Ada kemungkinan bahwa kesimpulan yang diambil dari populasi dapat diterapkan pada populasi. Oleh karena itu, sampel dari populasi harus benar-benar representatif (mewakili). Dengan kata lain, karena sampel merupakan bagian dari populasi, sampel tersebut harus dapat dianggap sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Karena populasi yang tidak diketahui jumlahnya maka penulis menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, yaitu:

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

z = Nilai standar = 1,96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0,5

d = Alpha (0.10) atau sampling error = 10%

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{d^2} = 96,4 \text{ (dibulatkan menjadi 97 responden)}$$

Penulis menggunakan jenis *Non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018:136) *Non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel penelitian. Sedangkan teknik *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2018:138) adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti.

teknik pengambilan jenis ini umumnya digunakan oleh media ketika akan meminta pendapat dari publik mengenai suatu hal pertanyaan atau pernyataan. dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Responden membeli karena keputusan sendiri (bukan disuruh orang lain)
2. Responden pernah melakukan pembelian minimal 1 kali
3. Responden melakukan kegiatan pembelian produk seorang diri walaupun datang dengan orang lain.
4. Responden yang bersedia mengisi kuesioner peneliti.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data didefinisikan sebagai prosedur yang digunakan oleh seorang peneliti untuk mengumpulkan atau mengumpulkan informasi tentang sejumlah besar orang yang terlibat dalam penelitian (Jaya 2021:88). Tanpa memahami metode pengumpulan data yang tepat, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan, untuk mengumpulkan data.

penulis menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden penelitian. Jaya (2021:91) mengatakan bahwa kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memberi responden sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab. Oleh sebab itu penulis mengumpulkan sumber data dari data primer yaitu data

yang diperoleh dari responden melalui kuesioner atau juga data dari hasil wawancara peneliti dengan konsumen. Ini menjadi alat pengumpulan data yang efektif karena memungkinkan peneliti untuk menentukan variabel yang akan diukur dan memperkirakan hasil dari jawaban responden.

3.5. Devinisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022:39). Menurut Jaya (2021:65) mengatakan definisi operasional adalah variabel penelitian yang bertujuan untuk memahami makna setiap variabel penelitian sebelum melakukan analisis, memilih instrumen, dan mengetahui sumber pengukuran. Definisi operasional adalah bagian dari penelitian yang memberi kita arahan tentang cara mengukur variabel. Ini bukan hanya arahan untuk mengukur suatu variabel, tetapi juga berisi informasi ilmiah yang sangat membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel tersebut. Dua kategori variabel akan digunakan dalam penelitian ini: variabel bebas (variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependent).

3.5.1. Variabel Bebas

Variabel bebas (*independent variable*) atau variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas kualitas produk, harga, promosi dan lokasi yang penulis definisikan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X1)

Menurut Stanton dalam Saleh (2019:148) produk adalah kumpulan dari atribut- atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk didalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merek ditambah dengan jasa dan reputasi penjualan. Adapun indikator kualitas produk Menurut Indrasari dalam Kotler, (2019:42) sebagai berikut:

- a. Variasi merk produk : Perbedaan dalam merk yang dimiliki oleh produk-produk serupa yang diproduksi oleh perusahaan.
- b. Variasi kelengkapan produk : Beragamnya fitur dan kriteria
- c. variasi ukuran produk : Mencangkup dimensi fisik atau ukuran

d. Variasi kualitas produk : Mencangkup perbedaan dalam tingkat keandalan, daya tahan dan fitur- fitur lainnya.

2. Harga (X_2)

Menurut Samsul Ramli dalam Indrasari (2021:39) pengertian harga disebutkan sebagai nilai relatif dari produk atau jasa dan bukan indikator pasti dalam menunjukan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk atau jasa. Adapun indikator Harga Menurut Bannet dalam Abubakar (2022:47) sebagai berikut:

- a. Kesesuaian diskon : Mengacu pada relevansi atau kecocokan diskon dengan produk yang ditawarkan.
- b. Promo harga : Strategi pemasaran di mana harga produk diturunkan untuk periode waktu tertentu.
- c. Harga terjangkau : Harga sangat rendah sehingga dapat diakses oleh sebagian besar konsumen.
- d. Harga sangat sesuai kualitas : Mengacu pada harga yang sebanding dengan kualitas produk yang diberikan.
- e. Harga sangat murah : Harga yang sangat rendah atau sangat terjangkau bagi konsumen

3. Promosi (X_3)

Musfar (2020:17) mengatakan bahwa promosi merupakan komponen pemasaran yang sangat penting karena dapat meningkatkan *brand recognition* dan penjualan. Adapun indikator promosi menurut Kotler dan Keller (2019:272) sebagai berikut:

- a. Pesan promosi : Informasi atau pesan yang disampaikan kepada konsumen untuk mempromosikan produk tertentu
- b. Media promosi : Saluran atau sarana yang digunakan untuk menyebarkan pesan promosi kepada konsumen atau target pasar.
- c. Waktu promosi : periode waktu di mana aktivitas promosi dilakukan atau pesan promosi disampaikan kepada konsumen.

3.5.2. Variabel Terikat

Variabel ini sering disebut variabel output, kriteria dan konstan. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Dalam penelitian ini, keputusan pembelian

digunakan. Bahwa keputusan pembelian adalah proses memilih antara dua atau lebih opsi untuk menghasilkan keputusan untuk membeli sesuatu. Saat konsumen membuat keputusan, mereka harus memiliki opsi lain. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Arrofu (2019:3), berbagai jenis penelitian diperlukan untuk proses pengambilan keputusan seperti ini.

Adapun menurut Kotler dalam Indrasari (2019:75) telah mengemukakan bahwa indikator dari proses keputusan pembelian yaitu :

- a. Tujuan dalam membeli sebuah produk : Alasan atau motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan pembelian.
- b. Kemantapan pada sebuah produk : Kemampuan produk untuk tetap konsisten dan mempertahankan kualitas produk.
- c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain : Memberikan saran atau pandangan positif mengenai produk dan layanan kepada orang lain.
- d. Melakukan pembelian ulang : Tindakan membeli kembali produk atau layanan yang sudah pernah dibeli sebelumnya.

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
Kualitas Produk (X_1)	Menurut Stanton dalam Saleh (2019:148), produk adalah kumpulan dari atribut- atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk didalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merek ditambah dengan jasa dan reputasi penjualan.	1. Variasi merk produk 2. Variasi perlengkapan produk 3. variasi ukuran produk 4. Variasi kualitas produk	Skala Likert
Harga(X_2)	Menurut Samsul Ramli dalam Indrasari (2021:39) pengertian harga disebutkan sebagai nilai relatif dari produk atau jasa dan bukan indikator pasti dalam menunjukan besarnya sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk atau jasa	1. Kesesuaian diskon 2. Promo harga 3. Harga terjangkau 4. Harga sangat sesuai kualitas 5. Harga sangat murah	Skala Likert
Promosi (X_3)	Musfar (2020:17) mengatakan bahwa promosi merupakan komponen pemasaran yang sangat penting karena dapat meningkatkan <i>brand recognition</i> dan penjualan.	1. Pesan promosi 2. Media promosi 3. Waktu promosi	Skala Likert

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Keputusan Pembelian(Y)	menurut Schiffman dan Kanuk dalam Arrofu (2019:3) dalam penelitian ini digunakan keputusan pembelian. Menyebutkan bahwa keputusan pembelian adalah proses pemilihan antar dua pilihan alternatif atau lebih sehingga menghasilkan keputusan untuk membeli atau tidak membeli.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tujuan dalam membeli sebuah produk. 2. Kemantapan pada sebuah produk. 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain. 4. Melakukan pembelian ulang. 	Skala Likert

Sumber: Penulis (2024)

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Untuk menghasilkan kesimpulan yang sesuai dengan jenis uji yang digunakan, data yang telah dikumpulkan akan diproses. Pada akhir kesimpulan, kita akan mengetahui bagaimana variabel bebas (independen), yang meliputi kualitas produk, harga, dan promosi, berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen), yang meliputi keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini.

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang 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. Netral (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 yang 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-kelompokan 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 (5) dengan skor terendah (1) dibagi dengan jumlah skor (5) sehingga diperoleh interval penafsiran sebesar 0,80.

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	Ragu-ragu
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Hasil penelitian, 2024 (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 berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Pada analisis ini ada dua variabel yang digunakan yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Analisis regresi adalah jenis analisis yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana dua variabel atau lebih berhubungan satu sama lain, terutama variabel dengan sebab akibat. Uji heteroskedastisitas adalah salah satu uji asumsi klasik dalam analisis regresi linier

berganda yang digunakan untuk mengetahui apakah model regresi menunjukkan ketidaksamaan varians residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap. Kemudian Uji Normalitas, yang bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi, variabel terikat dan variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, (Sulistiyono dan Sulistiyawati, 2017:83). Guna menguji pengaruh variabel independen terhadap pengaruh dependen digunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)
 α = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
 b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi (konstanta) X_1, X_2, X_3
 X_1 = Kualitas produk
 X_2 = Harga
 X_3 = Promosi
 ϵ = Standar error

Sumber: Sulistiyono dan Sulistiyawati (2017:84)

Penulis melakukan penelitian mereka tanpa menggunakan persamaan tersebut secara manual. Sebaliknya, mereka menggunakan Statistical Product and Service Solutions, atau SPSS. Analisis data diperlukan sebelum melakukan analisis regresi linier berganda. Penulis menggunakan metode analisis data yang ada saat ini. Pertama, uji kualitas data terdiri dari uji reliabilitas dan validitas. Selanjutnya, uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinieritas. Ketiga, uji hipotesis terdiri dari uji simultan F, uji koefisien determinasi, dan uji parsial t.

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

Pertama, uji validitas harus dilakukan untuk menguji kualitas data. Data yang akurat atau tepat dianggap valid. Uji validitas, di sisi lain, adalah suatu pengukuran yang menunjukkan seberapa sah atau valid suatu instrumen penelitian. Instrumen yang sah atau valid memiliki validitas tinggi, sedangkan instrumen yang tidak valid memiliki validitas rendah. Instrumen yang valid memiliki kemampuan untuk mengukur apa yang diinginkan, dan mereka memiliki kemampuan untuk mengungkap data dari variabel yang diteliti secara akurat. Validitas instrumen yang tinggi atau rendah menunjukkan seberapa baik data yang dikumpul tidak menyimpang dari prediksi variabel yang dimaksud (Abubakar, 2021:129).

Alat ukur yang 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 :

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

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

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

2. Uji 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

Sumber : Sujarweni (2022:86)

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 *Reability Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Jika nilai *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini handal (*reliabel*) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

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.

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 dalam penelitian ini hanya digunakan 3 uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas (Sujarweni, 2021:232).

1. Uji Normalitas

Data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dibuat diuji dengan uji normalitas. Jika data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi hampir normal, persamaan regresi dianggap baik. Studi ini menggunakan program Statistical Product and Service Solutions (SPSS). Pendekatan histogram dan pendekatan Kolmogorv-Smirnov Test digunakan. Selama gambar histogram tidak miring ke kanan atau ke kiri, data variabel bebas dan variabel terikat dianggap berdistribusi normal. Abubakar, 2021:130 menyatakan Menilai signifikansi data digunakan untuk sampai pada kesimpulan apakah data mengikuti distribusi normal atau tidak. Jika signifikansi variabel lebih besar dari 0,05, maka variabel memiliki distribusi normal, dan jika signifikansi kurang dari 0,05, maka variabel tidak memiliki distribusi normal (Ghozali dalam Sujarweni, 202: 225).

2. Uji Multikolinieritas

Hubungan linear yang sempurna atau pasti ada di antara beberapa atau semua variabel yang independen dari model saat ini, menurut Ghozali dalam Sujarweni (2021:226). Multikolinieritas tersebut memiliki kesalahan standar yang tidak terhingga dan koefisien regresi yang tidak tertentu. Ini menimbulkan ketidakpastian dalam spesifikasi. Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk mengetahui apakah model regresi menemukan korelasi antar variabel bebas. Dalam model regresi yang baik, tidak seharusnya ada korelasi di antara variabel bebas. Toleransi nilai atau faktor variasi inflansi (VIF) dapat menunjukkan metode pengujian adanya multikolinieritas. Multikolinieritas tidak terjadi jika nilai tolerabilitas lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah ketika varians dan kesalahan pengganggu untuk semua variabel bebas tidak konstan. Dalam model regresi yang baik, heteroskedastisitas tidak terjadi. Uji Glejser, yang mengukur tingkat signifikansi heteroskedastisitas, dapat

digunakan untuk mengujinya. Dengan variabel x dianggap sebagai variabel independen dan nilai absolut residual regresi yang tidak distandardisasi digunakan sebagai variabel dependen, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui reaksinya. Jika hasil penelitian berada di atas level signifikan ($r > 0,05$), heteroskedastisitas tidak terjadi, dan jika hasilnya berada di bawah level signifikan ($r < 0,05$), heteroskedastisitas terjadi (Ghozali dalam Sujarweni, 2021:226).

3.6.5. Uji Hipotesis

Setelah uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya adalah uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini 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

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 variabel terikat

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 kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Kerajinan Manik.Aiey di Kota Tangerang

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Kerajinan Manik.Aiey di Kota Tangerang

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) yang dinotasikan dengan R^2 merupakan suatu ukuran penting dalam regresi. Determinasi (R^2) mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan analisis ini adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi variabel tidak bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen (Ghozali, 2005) dalam Sujarweni (2021:228). 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) terdapat pada kolom *Adjusted R Square* pada tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat secara individu (parsial). Adapun rumus yang digunakan, sebagai berikut:

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

Keterangan:

t_{hitung} = Nilai t

b = Koefisien regresi X

se = Standar error koefisien regresi X

Sumber: Arikunto dalam Unaradjan (2013:73)

Adapun bentuk pengujiannya adalah :

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

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

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

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% (α 0,05) dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Artinya variabel kualitas produk, harga dan promosi secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli Produk Kerajinan Manik.Aiey di Kota Tangerang

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

Artinya variabel kualitas produk, harga dan promosi secara individual (parsial) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Produk Kerajinan Manik.Aiey di Kota Tangerang.