

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan distudio Paramount Foto Kota Bambu Raya Jakarta Barat selama 6 (enam) bulan yang dimulai pada bulan Maret 2022 sampai dengan bulan Agustus 2022. Adapun agenda kegiatan selama penelitian dapat dilihat pada tabel yang tertera di bawah ini

Tabel 3.1. Waktu 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	Persetujuan judul dan Dosen Pembimbing																								
2	Observasi awal																								
3	Pengajuan izin																								
4	Persiapan penelitian																								
5	Pengumpulan data																								
6	Pengolahan data																								
7	Analisis dan evaluasi																								
8	Penulisan laporan																								
9	Seminar hasil																								

Sumber : Rencana penelitian 2022

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

Menurut Sudjana dalam Roflin dkk, 2021:4) populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif maupun kualitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat-sifatnya.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan Paramount Foto. Jumlah pelanggan berdasarkan informasi dari pihak Paramount Foto tidak diketahui setiap bulannya.

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi. Kalimat ini memiliki dua makna, yaitu (1) semua unit populasi harus memiliki peluang untuk terambil sebagai unit sampel, (2) sampel dipandang sebagai penduga populasinya atau sebagai populasi dalam bentuk kecil (miniatur populasi). Artinya besar sampel harus mencukupi untuk menggambarkan populasinya (Roflin, 2021:11)

Dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui maka menurut widianto (2008:35) digunakan rumus :

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2}$$

n = jumlah sampel

Z = nilai Z dengan tingkat keyakinan 95% maka nilai

Z = 1,96 (tabel distribusi normal) .

Moe = margin of error atau kesalahan maksimum adalah 10 %.

Dengan menggunakan margin of error sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar : $n = 1,962 / 4 (0,10) n = 96,04$ yang dibulatkan menjadi 97

Agar penelitian ini lebih fit, maka dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 100 orang. Alasan sample dibulatkan ke 100 orang karena jika salah satu kuesioner terdapat data yg kurang valid maka bisa menggunakan isian kuesioner yg lebih tersebut. Jumlah

responden sebanyak 100 orang tersebut dianggap sudah representatif karena sudah lebih besar dari batas minimal sampel.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data bisa dilakukan dengan beberapa cara. Sugiyono (2008:193) mengatakan : terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian, dan kualitas pengumpulan data. Berkaitan dengan hal tersebut, teknik pengumpulan data merupakan salah satu topik yang penting untuk dikaji. Proses pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara misalnya dengan cara pengukuran, pendataan, dll.”

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti mengumpulkan data primer yaitu data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah riset secara khusus (Sunyoto, 2014:28). Adapun beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu :

Kuesioner (Angket)

Adalah teknik pengumpulan data dengan cara membuat pertanyaan atau kuesioner yang dibagikan kepada responden atau objek penelitian. Responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang sudah tertera pada lembaran kuesioner.

3.5. Devinisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberi informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dengan begitu peneliti dapat 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 bebas (*independent variable*) atau bisa disebut juga dengan variabel X adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) atau yang sering disebut dengan variabel Y. Penelitian ini menggunakan variabel bebas kualitas produk, pelayanan, dan promosi, yang peneliti definisikan sebagai berikut :

1) Kualitas Produk (X₁)

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Arfah, 2022:4, kualitas produk adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Menurut Mullins dalam Hernita, 2018:156 indikator mengenai kualitas produk yaitu sebagai berikut :

1. *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian pelanggan terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
3. *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari pelanggan atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan pelanggan terhadap produk.
5. *Reliabilty* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
7. *Perceived Quality* (kesan kualitas), sering dibilang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa pelanggan tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi pelanggan terhadap produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan Negara asal.

Dari pengertian diatas dapat diartikan kualitas produk adalah daya tarik tersendiri dari sebuah produk yang dibeli untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

2. Pelayanan (X₂)

Menurut HadiPranata dalam Moeljono, 2006:47, pelayanan adalah aktivitas tambahan diluar tugas pokok yang diberikan kepada pelanggan serta dirasakan baik sebagai penghargaan maupun penghormatan. Dalam pernyataan diatas dapat dimengerti pelayanan adalah suatu aktivitas diluar tugas pokok yang diberikan untuk pelanggan sebagai nilai tambah dari perusahaan. Menurut kotler dan keller dalam Khansa, 2020:5 Ada 5 indikator pelayanan :

1. keandalan (*reliability*)
2. Daya tanggap (*responsiveness*)
3. Jaminan (*assurance*)
4. Empati (*emphaty*)
5. Bukti fisik (*Physical evidence*)

Ketika kualitas pelayanan yang diberi selaras bersama cita ataupun pandangan pelanggan, hingga perusahaan secara tak langsung sudah memberi kepuasan untuk pelanggannya.

3.5.2. Variabel Terikat (*dependent variable*)

Adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, dalam hal ini variabel bebas (*independent variable*), dalam penelitian ini digunakan keputusan pembelian.

Menurut Assel dalam Muanas, 2014: 26 keputusan pembelian adalah proses menilai dan memilih dari beberapa alternatif sesuai dengan kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dirasa paling menguntungkan.

Dapat dikatakan keputusan pembelian adalah kegiatan memilih suatu produk yang dibutuhkan kan dengan melihat atau mempertimbangkan kualitas, manfaat, kelebihan, kekurangan atau berbagai keuntungan yang bisa didapat. Indikator keputusan pembelian menurut Kotler & Armstrong dalam Fatimah, 2017:17) mengemukakan keputusan pembelian memiliki dimensi sebagai berikut:

1. Pilihan produk Pelanggan dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan.
2. Pilihan merek Pelanggan harus mengambil keputusan tentang merek nama yang akan dibeli setiap merek memiliki perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana pelanggan memilih sebuah merek.
3. Pilihan penyalur Pelanggan harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap pelanggan berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan dalam belanja, keluasan tempat dan lain-lain.
4. Waktu pembelian Keputusan pelanggan dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda misalnya ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali dan lain sebagainya.
5. Jumlah pembelian Pelanggan dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelanjakan pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda.
6. Metode pembayaran.

Untuk memahami lebih dalam tentang variabel, definisi variabel, indikator dan pengukuran atas indikator diatas maka dapat dilihat pada rangkuman Tabel 3.2 dibawah ini.

Tabel 3.2 Rangkuman Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran
Kualitas Produk (X1)	Menurut Kotler dan Amstrong(2012) ,dalam Arfah 2022:17) daya tarik suatu produk yang menjadi nilai tambah yang menguntungkan bagi kebutuhan pelanggan	Kinerja Daya tahan Kesesuaian dengan spesifikasi Fitur, Reliabilitas Estetika Kesan kualitas	Skala likert
Pelayanan (X2)	Menurut Hadi Pranata (1980) aktivitas diluar tugas pokok yang diberikan untuk pelanggan sebagai nilai tambah dari perusahaan.	Keandalan Ke tanggapan Jaminan Empati, Berwujud	Skala likert
Keputusan pembelian (Y)	Menurut Assel (dalam Muanas, 2014: 26. kegiatan memilih suatu produk yang dibutuh kan dengan mempertimbangkan berbagai keuntungan yang bisa di dapat.	Pilihan produk, Pilihan merek Pilihan penyalur Waktu pembelian Jumlah pembelian Metode pembayaran	Skala likert

Sumber : Peneliti 2022

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 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. 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 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 tertera di bawah ini.

$$\begin{aligned}\text{Interval Angka Penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0,8\end{aligned}$$

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, 2014 (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. 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 (X_1), (X_2), (X_3)..... (X_n) dengan satu variabel terikat (Unaradjan, 2013:225). Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut :

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

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (keputusan membeli)
- A = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
- $b_1...b_3$ = Koefisien regresi (konstanta) X_1 , X_2 , X_3
- X_1 = Ekuitas merek
- X_2 = Diskon harga
- X_3 = Wiraniaga
- E = Standar error

Sumber : Arikunto dalam Unaradjan (2013:225)

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). Metode yang dapat digunakan adalah metode enter, stepwise, backward, serta forward (Situmorang, dkk, 2008:109-127). Khusus penelitian ini penulis akan menggunakan metode enter. 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

Uji kualitas data pertama yang harus dilakukan adalah uji validitas. Berkaitan dengan uji validitas ini Arikunto dalam Unaradjan (2013:164) menyatakan bahwa: "validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. 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

Sumber: Arikunto dalam Unaradjan (2013:164)

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 $r_{hitung} > 0,3$ (Situmorang, et.al, 2008:36).

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: Arikunto dalam Unaradjan (2013:186)

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 (Situmorang, et.al., 2008:43)

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi liner berganda khususnya yang berbasis *Ordinary Least Square (OLS)*. Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantara meliputi:

- (1) uji normalitas
- (2) uji multikolinieritas

- (3) uji heteroskedastisitas
- (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas

Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada sebuah persamaan regresi yang dihasilkan. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau bahkan normal. Dalam penelitian ini akan digunakan program *Statistical Program for Social Science (SPSS)* dengan menggunakan pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan *Kolmogorv-Smirnov Test*. Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan histogram. Data variabel bebas dan variabel terikat dikatakan ber distribusi normal jika gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri (Situmorang, et.al., 2008:56).

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui terdapatnya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *studentized delete residual* nilai 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 dikatakan terjadi heteroskedastisitas (Situmorang, et.al., 2007:63).

3. Multikolinieritas

Uji asumsi klasik multikolinieritas ini digunakan dalam analisis regresi linier berganda yang menggunakan dua variabel bebas dua atau lebih ($X_1, X_2, X_3, \dots X_n$) dimana akan diukur tingkat keeratan (asosiasi) pengaruh antar variabel bebas tersebut

melalui besaran koefisien korelasi (r). Dalam penelitian ini akan dilakukan uji multikolinieritas dengan cara melihat nilai *tolerance* dan VIF yang terdapat pada tabel *Coefficients* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Dikatakan terjadi multikolinieritas jika nilai *tolerance* $< 0,1$ atau VIF > 5 (Situmorang, et.al., 2008:101).

3.6.5. Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan 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 Simultan (Uji Statistik F) Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *dependen*/terikat. Pada pengujian ini juga menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. 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: Unaradjan (2013:207)

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 terikat berikut :

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

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variannya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf = 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, pelayanan dan promosi secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di percetakan Paramount Foto.
- b. $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas produk, pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di percetakan Paramount Foto.

2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Imam Ghazali, 2011: 97). Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* pada tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat secara individu (parsial). 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 Widayat (2008:73)

Adapun bentuk pengujiannya

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

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

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

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 variasi-variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas produk, pelayanan dan promosi secara sendiri-sendiri (*parsial*) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di percetakan Paramount Foto.

b. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas produk, pelayanan dan promosi secara sendiri-sendiri (*parsial*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di percetakan Paramount Foto.