



## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Umkm Bakso Kedai Suchay Kota Bekasi pada bulan Februari sampai dengan Agustus 2023. Sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel dibawah ini.

**Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian**

NO	KEGIATAN	Feb-23				Mar-23				Apr-23				Mei 23				Jun-23				Jul-23			
		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 Penelitian																								
3	Persiapan Instrumen Penelitian																								
4	Pengumpulan Data																								
5	Pengolahan Data																								
6	Analisis dan Evaluasi																								
7	Penulisan Laporan																								
8	Seminar Hasil Penelitian																								

Sumber : Penelitian (2023)

#### 3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi korelasi-asosiasi dan studi kuantitatif. Menurut Muslich Nandhita (2021:3) sebanyak penelitian asosiasi dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau variabel lainnya. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan teori yang dapat menjelaskan, memprediksi, dan mengelola gejala. Dan penelitian kuantitatif disebut metode positivis karena didasarkan pada filosofi *positivisme*. Metode ini dianggap sebagai metode ilmiah karena sesuai dengan prinsip-prinsip ilmiah, yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional dan sistematis. Disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka dan analisis statistik (Sugiyono Nandhita, 2021:3-35).

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Arikunto (2021:5) mengatakan bahwa, “Populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.”

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan Bakso Kedai Suchay Kota Bekasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

#### 3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi. Terkait pengambilan sampel, seorang peneliti tidak mungkin mengambil semua responden untuk diteliti, karena terbatasnya dana, tenaga, dan waktu. Oleh sebab itu peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Hal ini berarti bahwa sampel mewakili populasi. Guna menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus *Lemeshow* yang mana rumus tersebut menggunakan standar tingkat kesalahan 10% dan 5%, peneliti menggunakan tingkat kesalahan 10%. Peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti yang dapat disebabkan karena bertambah atau berkurangnya pelanggan bakso kedai suchay setiap harinya. Adapun syarat orang yang dapat dijadikan sumber data adalah sebagai berikut :

1. Masyarakat kota Bekasi
2. Perempuan & Laki-laki usia 13-50 Tahun
3. Konsumen Bakso Kedai Suchay dan mempunyai kupon/member

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{d^2}$$

keterangan:

n = Ukuran/Jumlah sampel yang diperlukan

Z = Skor Z pada kepercayaan 95% atau (1,96)

p = Maksimal Estimasi 0,5

d = Alpha (0,10) atau sampling error yang dipakai 10%

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{(0,10)^2} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04 \text{ (Dibulatkan menjadi 97 responden).}$$

Dalam hal ini peneliti membulatkan jumlah sampel tersebut menjadi 97 responden. Guna mendapatkan sampel yang *representatif* yaitu dapat mewakili populasi penelitian diatas, maka penulis akan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *accidental sampling*, penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di Bakso Kedai Suchay dan cocok sebagai sumber data maka dapat digunakan sebagai sampel.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan oleh seorang meneliti untuk mengungkap atau menjanging informasi kuantitatif dari reponden sesuai lingkup penelitian. Pengumpulan data merupakan sarana untuk memperoleh data penelitian yang valid dan reliabel dari subyek atau responden penelitian. Untuk itu instrument baru harus disusun sedemikian rupa sehingga mudah dipahami dan dijawab oleh responden yang akan mengisinya. Pada kuisioner yang berbentuk skala sikap, perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen.

Berikut ini beberapa teknik pengumpulan data penelitian yang digunakan:

#### 1. Kuesioner atau angket

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang efisien,

responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang telah dipersiapkan pada lembaran kuisioner.

## 2. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Teknik ini penulis gunakan saat penulis hendak mengetahui tentang perilaku responden, proses kerja, gejala yang muncul atas perilaku responden dan lain sebagainya.

### 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 digunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

#### 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 produk, harga dan promosi yang penulis definisikan sebagai berikut :

##### 1. Harga ( $X_2$ )

Harga merupakan alat tukar untuk mengukur suatu nilai uang yang terkandung dalam suatu barang atau jasa, sedangkan yang dipakai sebagai alat pengukur adalah uang (Firman, 2020:50). Dengan indikator pernyataan sebagai berikut:

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

## 2. Kualitas Produk ( $X_1$ )

Menurut Kotler dan Amstrong (2018:11) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Produk merupakan pandangan utama bagi para konsumen sebelum membeli sebuah barang. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Dengan indikator pernyataan sebagai berikut:

- a. *Performance* (kinerja)
- b. *Features* (fitur)
- c. *Conformance* (kesesuaian)
- d. *Durability* (daya tahan)
- e. *Aesthetics* (estetika)

## 3. Promosi ( $X_3$ )

Promosi merupakan kegiatan terpenting, yang berperan aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan, dan mengingatkan kembali manfaat suatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut. Untuk mengadakan promosi, setiap perusahaan harus dapat menentukan dengan tepat alat promosi manakah yang dipergunakan agar dapat mencapai keberhasilan dalam penjualan. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:78), "Promosi adalah kegiatan yang menyampaikan keunggulan suatu produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membeli. Dengan indikator pernyataan sebagai berikut :

- a. *Coupons* (kupon)
- b. *Rebates* (potongan harga)
- c. Sampel
- d. *Continuity programs*

### 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 membeli. Menurut Menurut Kotler & Armstrong (2018:177), Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, inspirasi ataupun pengalaman buat memuaskan kebutuhan serta kemauan mereka. Dengan indikator pernyataan sebagai berikut :

- a. Tujuan dalam membeli sebuah produk.
- b. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek.
- c. Kemantapan pada sebuah produk.
- d. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.
- e. Melakukan pembelian ulang.

**Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel**

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Harga (X1)	suatu nilai uang yang terkandung dalam suatu barang atau jasa, sedangkan yang dipakai sebagai alat pengukur adalah uang (Firman, 2020:50).	Menurut Kloter (2017:663). 1. keterjangkauan harga 2. kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. daya saing harga 4. kesesuaian harga dengan manfaat	Skala Likert
Kualitas Produk (X2)	Menurut Kotler dan Amstrong (2018:11) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing.	Menurut Garvin (2018:14). 1. <i>Performance</i> (kinerja) 2. <i>Features</i> (fitur) 3. <i>Conformance</i> (kesesuaian) 4. <i>Durability</i> (daya tahan) 5. <i>Aesthetics</i> (estetika)	Skala Likert

Promosi (X3)	Menurut Kotler dan Armstrong (2018:78), “Promosi adalah kegiatan yang menyampaikan keunggulan suatu produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membeli	Menurut Kloter dan Keller (2018:520). 1. <i>Coupons</i> (kupon) 2. <i>Rebates</i> (potongan harga) 3. Sampel 4. <i>Continuity programs</i>	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Menurut Kotler & Armstrong (2018:177), Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, inspirasi ataupun pengalaman buat memuaskan kebutuhan serta kemauan mereka.	Menurut Kotler dan Armstrong (2018:78). 1. Tujuan dalam membeli sebuah produk. 2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek. 3. Kemantapan pada sebuah produk. 4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain. 5. Melakukan pembelian ulang.	Skala Likert

sumber : Peneliti (2023)

### 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 diolah sehingga bisa diambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang digunakan. Pada akhir simpulan diketahui bagaimana pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

#### 3.6.1 Skala Angka Penafsiran

Dalam penelitian ini 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 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 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 dikelompok-kelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada dalam pernyataan tersebut.

Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

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

**Tabel 3.3 Angka Penafsiran**

<b>INTERVAL PENAFSIRAN</b>	<b>KATEGORI</b>
1,00 - 1,80	SANGAT TIDAK SETUJU
1,81 - 2,60	TIDAK SETUJU
2,61 - 3,40	RAGU-RAGU
3,41 - 4,20	SETUJU
4,20 - 5,00	SANGAT SETUJU

Sumber : Hasil Penelitian, 2023 (Data Diolah)

Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah :

$$M = \frac{\sum f(X)}{n}$$

Keterangan :

M = Angka Penafsiran

F = Frekuensi Jawaban

X =Skala Nilai

N = Jumlah Seluruh Jawaban

### 3.6.2 Persamaan Regresi

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 (Sujarweni 2018:140). Guna menguji beberapa pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Kinerja)

a = Intersep (titik potong sumbu Y)

$b_1...b_3$  = Koefisien regresi (konstanta)

$X_1$  = Harga

$X_2$  = Kualitas Produk

$X_3$  = Promosi

e = Standar eror

Sumber : Sujarweni (2018:227)

### 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 Sugiono (2021:267) menyatakan bahwa: “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur yang secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir, dengan rumus Pearson *product Moment*”, adalah:

$$r_{hitung} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X) \cdot (\Sigma Y)}{\sqrt{\{n \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \cdot \{n \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan :

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

$\Sigma X_1$  = Jumlah skor item  $\Sigma$

$\Sigma Y_1$  = Jumlah skor total (seluruh item)

N = Jumlah responden

dalam penelitian ini uji validitas menggunakan *Statiscal Program for Social Sciense* (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  $r_{hitung} > 0,3$  (Situmorang dalam Citra, 2021:35).

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:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  = Nilai reliabilitas  $\Sigma$

$\sum S_i^2$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item

$S_t$  = Varians total K

K = Jumlah item

Sumber : Sujarweni (2018:110)

dalam penelitian ini uji reliabel menggunakan *Statistical Program for Social Sciense* (SPSS). Guna melihat reliabel atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel Reability Stastistic 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 dalam Citra, 2021:36).

### 3.6.4 Uji Asumsi Klasik

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, (5) uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini 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, maupun pendekatan *Kolmogorof-Smirnov Test*. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan histogram. Data variabel bebas dan variabel terikat dikatakan berdistribusi normal jika gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri (Situmorang dalam Citra, 2021:37).

#### 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 grup mempunyai varian yang sama diantara anggota grup tersebut. Jika varian 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.

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar scatterplot yang dihasilkan SPSS tersebut. Dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik yang ada menyebar secara acak dan tidak

membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y dan di kanan maupun kiri angka nol sumbu X (Situmorang dalam Citra, 2021:37).

### 3. Uji Multikolinieritas

Uji asumsi klasik multikolinieritas ini digunakan dalam analisis regresi linier berganda yang menggunakan dua variabel bebas dua variabel atau lebih ( $X_1, X_2, \dots$ ) dimana akar diukur tingkat keeratan (asosiasi) pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi ( $r$ ).

Dalam penelitian akan dilakukan uji multikolinieritas dengan cara melihat nilai tolerance dan VIF yang terdapat pada tabel *Coefficient* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Dikatakan terjadi multikolinieritas jika nilai tolerance  $< 0,1$  atau VIF  $> 5$  (Situmorang dalam Citra, 2021:38).

### 3.6.5 Uji Hipotesis

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 serempak), koefisien determinasi dan uji t (Uji Parsial).

1. Uji Serempak/Simultant (Uji F) Uji F bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Guna mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak dapat digunakan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

$F_{hitung}$  = Nilai F yang dihitung

$R^2$  = Nilai koefisien korelasi ganda

$k$  = Jumlah variabel bebas (Independent)

$n$  = Jumlah sampel

Sumber : Unaradjan dalam Citra (2021:38).

Dalam penelitian ini semua uji hipotesis menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada 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 dengan pada taraf  $\alpha = 0,05$  dengan ketentuan:

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa produk, harga dan promosi secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa produk, harga dan promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### 1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independent yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ) yang berarti bahwa  $R^2 = 0$  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<sup>2</sup>) dapat dilihat pada kolom Adjusted R square pada tabel *Model Summary* hasil hitung perhitungan dengan menggunakan SPSS.

## 2. 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:

$$T \text{ hitung} = \frac{b}{se}$$

Keterangan :

$t_{hitung}$  = Nilai t yang dihitung

$b$  = koefisien regresi

$se$  = standar error koefisien regresi X

Sumber: Arikunto dalam Nandhita (2021:50)

Adapun bentuk pengujiannya adalah :

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

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

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

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 :

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

Artinya variabel produk, harga dan promosi secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

b.  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_o$  ditolak  $H_a$  diterima

Artinya produk, harga dan promosi secara individual (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.