

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Ghidza Club Cibinong pada Bulan Januari 2023 - April 2023, berikut jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

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

Sumber: Rencana Penelitian (2023)

3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan penelitian berupa strategi asosiatif. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan strategi asosiatif, yang merupakan startegi penelitian yang melakukan pendekatan mengenai hubungan pada dua variabel atau lebih. Dimana dari hasil studi tersebut diharapkan dapat dibangun sebuah wawasan yang dapat memberikan penjelasan, peramalan, dan pengendalian atau kontrol terhadap suatu kejadian.

Penelitian asosiatif yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Harga (X_3) dengan variabel Y (variabel terikat) yaitu Keputusan Pembelian (Y).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Handayani (2020), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. Elemen populasi adalah seluruh objek lengkap yang ingin diukur, atau satuan yang diteliti. Populasi di wilayah generalisasi adalah item atau individu yang dipilih peneliti untuk dipelajari dan dari mana kesimpulan dapat diambil. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengkonsumsi produk *Herbalife Nutrition* di Ghidza Club Cibinong pada bulan Januari – April 2023 yang berjumlah 105 orang.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019:17) penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. "Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Hal ini berarti bahwa sampel mewakili populasi". Di dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang lebih dikenal dengan istilah Rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

d2= Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{105}{1 + (105 \cdot 0.1^2)} = 50,24 \text{ (dibulatkan menjadi 50)}$$

Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 50 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

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

1. Angket (*Kuesioner*) merupakan pengumpulan data seperti peneliti tidak bertanya dan menerima jawaban langsung dari responden, maka pengumpulan data dilakukan secara tidak langsung. Serangkaian pertanyaan komprehensif yang berkaitan dengan banyak aspek yang perlu dipelajari peneliti untuk menjawab pertanyaan peneliti berfungsi sebagai instrumen pengumpulan data.
2. Pengamatan (*Observasi*) adalah proses pengumpulan data melibatkan melakukan observasi dan mencatat perilaku atau objek sasaran. Pengamatan metodi dan dokumentasi kejadian yang diselidiki dianggap sebagai teknik observasi. Observasi aktual dalam arti luas mengacu pada lebih dari sekedar observasi yang dilakukan secara langsung atau tidak langsung.
3. Wawancara (*Interview*). Selain menggunakan kuesioner, penulis juga menggunakan teknik wawancara. Hal inilah yang penulis lakukan untuk melakukan penelitian pendahuluan, misalnya untuk mengidentifikasi permasalahan yang akan diteliti, mendapatkan informasi lebih lanjut dari responden secara lebih rinci, dan sebagainya. Wawancara dilakukan dalam format terbuka, artinya penulis tidak membatasi tanggapan yang mungkin diberikan oleh responden.

3.5 Definisi Oprasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep. Dengan demikian, penulis akan dapat memahami bagaimana penggunaan indikator-indikator dalam kuesioner untuk menilai variabel-variabel yang didasarkan pada suatu konsep.

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

3.5.1 Variabel Bebas

Variabel bebas (*independent variabel*) atau yang biasanya disebut dengan variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variabel*) atau yang sering disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga, yang penulis definisikan sebagai berikut.

1. Kualitas Produk (X_1)

Menurut (Sinulingga, 2021) kualitas produk adalah sebuah adanya elemen usaha yang dapat kita perlu perhatikan oleh konsumen atau pelanggan, namun ada khususnya bagi konsumen atau pelanggan yang ingin mempertahankan kualitas produk kita yang ingin kita pasarkan. Menurut Edwin Azis Santoso (2019), indikator kualitas produk adalah sebagai berikut :

- a. Kinerja (*Perfomance*) berkaitan dengan aspek fungsional dari barang itu dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen ketika membeli suatu barang.
- b. Tampilan (*Features*) adalah ciri keistimewaan karakteristik sekunder atau pelengkap dari kinerja.
- c. Kesesuaian (*Conformance*) berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen.
- d. Daya tahan (*Durability*) berkaitan erat dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- e. Keindahan (*Aesthetics*) adalah daya tarik produk terhadap pasca indera.
- f. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*) merupakan citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

2. Kualitas Pelayanan (X_2)

Menurut (Jeany, Mauli Siagian 2020) kualitas pelayanan merupakan sebuah perilaku yang dapat mewujudkan perubahan yang akan diperlukan oleh nasabah

sehingga seorang nasabah dapat juga melakukan sebuah evaluasi terhadap bagaimana pelayanan, kualitas pelayanan dapat disebut sebagai takaran yang menyatakan bahwa seberapa tingkat kualitas layanan yang dapat dihaturkan untuk mencukupi oleh keputusan pembelian. Menurut (Jeany dan Mauli Siagian 2020) terdapat beberapa indikator kualitas pelayanan sebagai berikut:

- a. *Tangible*/fakta adalah sebuah adanya kualitas pelayanan yang dapat berupa sarana fisik dalam pekantoran, komputerisasi sebuah administrasi, ruang tunggu, tempat informasi.
- b. *Realibility*/keandalan adalah adanya sebuah kemampuan dan keandalan yang dapat untuk menyediakan sebuah pelayanan yang dapat terpercaya.
- c. *Responsiveness*/ kemampuan tanggapan adalah kesanggupan yang dapat untuk membantu dan juga menyediakan sebuah pelayanan dengan baik dan tepat dan serta adanya tanggap terhadap keinginan konsumen.
- d. *Assurance*/tanggungan adalah terhadap sebuah kemampuan dan keramahan serta sopan dalam santun pegawai dapat meyakinkan bahwa kepercayaan terhadap konsumen.
- e. *Empathy*/empati adalah sikap yang tegas akan tetapi sebuah perhatian dari seorang pegawai terhadap konsumen.

3. Harga (X_3)

Menurut Nasution et al. (2020) harga merupakan sesuatu yang sangat berarti bagi konsumen dan penjual. Bagi konsumen, harga merupakan biaya atas sesuatu. Sedangkan bagi penjual, harga merupakan salah satu dari sumber pendapatan atau keuntungan. Menurut Kotler dan Armstrong (2019:52) Indikator harga, yaitu:

- a. Keterjangkauan harga yaitu harga yang terjangkau adalah harapan semua konsumen sebelum mereka melakukan pembelian.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk Untuk produk tertentu, konsumen biasanya tidak peduli jika harus berbelanja dengan harga yang relatif mahal, asalkan kualitasnya bagus.

- c. Daya saing harga yaitu perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produknya dapat bersaing pesat dipasaran.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaatnya. Konsumen terkadang mengabaikan harga suatu produk, namun lebih mementingkan manfaat dari suatu produk yang akan dibelinya.

3.5.2 Variabel Terikat

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam hal ini variabel bebas (*independent variable*). Dalam penelitian ini digunakan Keputusan Pembelian.

Menurut Firmansyah (2019) keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambil keputusan. Indikator untuk menentukan keputusan pembelian yang diambil dari (Kotler 2018:70), yaitu:

- a. Kemantapan pada sebuah produk
- b. Kebiasaan dalam membeli produk
- c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
- d. Melakukan pembelian ulang

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Kualitas Produk (X1)	Menurut (Sinulingga, 2021) kualitas produk adalah sebuah adanya elemen usaha yang dapat kita perlu perhatikan oleh konsumen atau pelanggan, namun ada khususnya bagi konsumen atau pelanggan yang ingin mempertahankan kualitas	1. Kinerja (<i>performace</i>) 2. Tampilan (<i>features</i>) 3. Kesesuaian (<i>conformance</i>) 4. Daya tahan (<i>durability</i>) 5. Keindahan (<i>aesthetics</i>) 6. Kualitas yang dipersepsikan	Skala Likert

	produk kita yang ingin kita pasarkan.		
Kualitas Pelayanan (X2)	Menurut (Jeany, Mauli Siagian 2020) kualitas pelayanan merupakan sebuah perilaku yang dapat mewujudkan perubahan yang akan diperlukan oleh nasabah sehingga seorang nasabah dapat juga melakukan sebuah evaluasi terhadap bagaimana pelayanan, kualitas pelayanan dapat disebut sebagai takaran yang menyatakan bahwa seberapa tingkat kualitas layanan yang dapat dihaturkan untuk mencukupi oleh keputusan pembelian.	1. <i>Tangible</i>/fakta 2. <i>Realibility</i>/keandalan 3. <i>Responsiveness</i>/kemampuan tanggapan 4. <i>Assurance</i>/tanggungan 5. <i>Empathy</i>/empati	Skala Likert
Harga (X3)	Menurut Nasution et al. (2020) harga merupakan sesuatu yang sangat berarti bagi konsumen dan penjual. Bagi konsumen, harga merupakan biaya atas sesuatu. Sedangkan bagi penjual, harga merupakan salah satu dari sumber pendapatan atau keuntungan.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Firmansyah (2019) keputusan pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua	1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian	Skala Likert

	alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.	ulang	
--	---	-------	--

Sumber: Penelitian (2023).

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data berupaya untuk mengatasi rumusan masalah dan hipotesis penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Data yang diperoleh akan dianalisis sehingga dapat diambil kesimpulan berdasarkan jenis uji yang akan digunakan nantinya. Pengaruh faktor independen dan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini akan diketahui pada akhir kesimpulan.

3.6.1 Skala dan Angka Penafsiran

Menurut Sugiyono (2017:157), skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Seperti telah disampaikan sebelumnya, bahwa dalam penelitian ini nanti akan digunakan kuesioner. Adapun penilaiannya dengan menggunakan Skala Likert, dimana setiap jawaban instrumen dibuat menjadi 5 (lima) gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata.

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

Dengan demikian dalam penelitian ini responden dalam menjawab pertanyaan hanya ada 5 kategori diantaranya sangat setuju (SS), setuju (S), ragu – ragu (RR), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS), dari jawaban di atas memiliki bobot skor dengan rincian sebagai berikut :

- a. SangatSetuju (Skor 5)

- b. Setuju (Skor 4)
- c. Ragu – Ragu (Skor 3)
- d. Tidak Setuju (Skor 2)
- e. Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

Variabel yang akan diukur diubah menjadi indikator variabel dengan menggunakan skala likert. Lebih jauh lagi, indikator-indikator ini berfungsi sebagai titik awal untuk mengembangkan item-item instrumen, yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau keterangan yang akan dianalisis untuk mengembangkan kesimpulan.

Angka interpretasi diperlukan untuk menentukan gradasi jawaban responden. Angka interpretasi ini digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi dari jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, ragu, tidak setuju, atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang dinyatakan.

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

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Ragu – Ragu
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Hasil penelitian, 2023 (Data diolah)

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 Linear Berganda

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X1), (X2), (X3)..... (Xn). Maka persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut (Sugiyono, 2017:275) :

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

Keterangan:

Y	= Variabel terikat (Keputusan Pembelian)
a	= Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
b1...b 3	= Koefisien Regresi (Konstanta) X1,
X1	= Kualitas Produk
X2	= Kualitas Pelayanan
X3	= Harga
e	= Standar <i>error</i>

Namun dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda dilakukan secara tidak manual melainkan dengan menggunakan teknik *Statistical Program for Social Science* (SPSS).

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

Kualitas data yang diperoleh dari penelitian yang menggunakan instrumen kuesioner harus dievaluasi. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui valid atau tidaknya instrumen yang digunakan. Sebab keakuratan data yang diperoleh mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kualitas hasil penelitian.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat yang digunakan menunjukkan derajat ketepatan dan kesesuaian antara objek dengan data yang telah dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2017:175) “Pengujian validitas adalah suatu teknik untuk mengukur ketepatan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti”. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Dengan demikian data yang valid adalah (data yang tidak berbeda) antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek peneliti. Dengan Rumus:

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

Keterangan:

Rhitung = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat
 $\sum X$ = Jumlah skor item

Σy_i = Jumlah skor total
 (sebuah item) N = Jumlah responden

Sumber : Sugiyono, (2017).

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). Hasil perhitungan yang diperoleh harus dibandingkan dengan standar nilai korelasi validitas. Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesiner maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada table *Item-Total Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > 0,3$.

2. Uji Reliabilitas

Setelah seluruh item pernyataan kuesioner dianggap valid, langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Tingkat konsistensi butir-butir pernyataan ditentukan oleh uji reliabilitas. Item pernyataan dianggap dapat diandalkan jika tanggapan terhadap pernyataan yang diberikan responden selalu konsisten. Dengan kata lain, uji reliabilitas berupaya menilai apakah kuesioner tersebut digunakan secara konsisten atau tidak. Item-item pernyataan kuesioner dianggap dapat diandalkan jika konsisten ketika digunakan berulang kali atau pada berbagai periode. Dalam uji reliabilitas digunakan teknik *Alpha Cronbach*, Menurut (Situmorang, et.al. dalam Widayat 2017:35). reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,6 dapat diterima, Dengan 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

ΣS_i = Jumlah variabel skor setiap item

S_t = *Varianstotal*

K = banyaknya butir pertanyaan

Sumber : Situmorang, et.al. dalam Widayat, (2017:35)

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 *Reliability 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 (*reliable*) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya (Situmorang, et.al. dalam Widayat 2017:35).

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 Product and Social Science* (SPSS) dengan menggunakan pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan Kolmogorov-Smirnov Test dengan nilai signifikan Asymp. Sig. (2-tailed) di atas 0.005 , dan Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan histogram. Data variabel bebas dan variabel terikat dikatakan berdistribusi normal jika gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri (Situmorang, et.al.dalam Widayat 2017:35).

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 terdapat heteroskedastisitas (Sugiyono 2017).

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* maupun dengan uji statistik misalnya uji glejser ataupun uji park. Namun demikian dalam penelitian ini akan digunakan SPSS dengan pendekatan grafik yaitu dengan melihat pola 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 di bawah angka nol pada sumbu Y dan di kanan maupun kiri angka nol sumbu X.

3. Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas adalah hubungan linier antar variabel bebas. Ghazali (2018:71) menyatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi diantara variabel. Bila ada korelasi yang tinggi diantara variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu. Dalam mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas pada model regresi dengan melihat nilai *tolerance* dan lawannya VIF (*Variance inflation factor*). Jadi nilai *tolerance* yang rendah disamakan dengan nilai VIF yang tinggi. Sehingga nilai uji *tolerance* $> 0,10$, atau sama dengan nilai VIF < 10 maka uji tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

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 (ujiparsial).

1. Uji Serempak/*Simultant* (UjiF)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar 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 :

Fhitung = Nilai F yang dihitung
R² = Nilai koefisien korelasi ganda
K = Jumlah variabel bebas
n = Jumlah sampel

Sumber : Ghozali, (2018)

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 Fhitung dengan Ftabel 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 bahwa Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga 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 Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

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)

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 : Ghazali, (2018).

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 : minimal satu $\beta_i \neq 0$ 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_0 diterima dan H_a ditolak

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

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

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