

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kopi Esensi Kabupaten Bogor tepatnya berada di Jl. K. H. Halimi, Wr. Menteng, Kec Cijeruk, kabupaten Bogor. Penelitian ini berlangsung selama 6 (enam) bulan. Yang dimulai pada bulan Maret 2023 sampai dengan bulan Agustus 2023. Sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian**

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
Observasi Awal																								
Pengajuan Ijin Penelitian																								
Persiapan Instrument Penelitian																								
Pengumpulan Data																								
Pengolahan Data																								
Analisis dan Evaluasi																								
Penulisan Laporan																								
Seminar Hasil Penelitian																								

Sumber : Penelitian (2023)

### 3.2. Jenis Penelitian

penelitian merupakan salah satu hal yang penting dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan Pendidikan. Menurut Sujarweni (2020:8) Penelitian atau *research* berasal dari Bahasa Inggris di mana *re* yang berarti kembali dan *search* adalah mencari. Mencari kembali untuk mendapatkan sesuatu. Adapun pengertian penelitian Menurut Sujarweni dalam Kerlinger (2020:8) penelitian adalah suatu penyelidikan yang sistematis, terkendali, empiris, dan kritis mengenai fenomena-fenomena alam yang dibimbing oleh teori dan hipotesis mengenai hubungan-hubungan yang diduga ada diantara fenomena-fenomena tersebut. Hal tersebut berbeda dengan yang dikatakan oleh Sujarweni dalam Kepmendikbud (2020:8) penelitian merupakan kegiatan taat kaidah dalam upaya untuk

menemukan kebenaran dan/atau menyelesaikan masalah dalam ilmu pengetahuan, teknologi dan/atau kesenian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif.

Menurut Sujarweni (2020:39) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Adapun pengertian penelitian kuantitatif yang dikatakan oleh Sujarweni dalam Kasiram (2020:39) adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi**

Menurut Sujarweni (2020:80) Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para pengunjung atau pun pelanggan Kopi Esensi, Kabupaten Bogor yang tidak diketahui jumlahnya.

#### **3.3.2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang diinginkan untuk penelitian. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian karena terbatasnya dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel harus betul-betul mewakili dan harus valid, yaitu bisa mengukur sesuatu yang seharusnya diukur. Sujarweni (2020:81). Populasi pembeli di Kopi Esensi Kabupaten Bogor tidak diketahui jumlahnya, maka rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui jumlah sampel adalah menggunakan rumus Lemeshow (dalam Riduwan & Akdon, 2010), yaitu:

$$n = \frac{Za^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z<sub>α</sub> = Nilai standar dari distribusi sesuaikan nilai α=5% =1.96

P = Prevalensi *outcome*, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

Q = 1 – P

L = Tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus, maka  $n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}{(0.1)^2} = 96.04$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu. Sujarweni (2020:88). Misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi sosial yang diteliti. Dalam penelitian ini responden yang diambil dibatasi pada pembeli produk Kopi Esensi.

Berikut kriteria responden pada penelitian ini adalah para pembeli dan calon pembeli produk Kopi Esensi Bogor:

1. Pelanggan sudah pernah pembelian produk dalam kurun waktu 1 bulan terakhir dengan pembelian minimal sebanyak 2 kali.
2. Pelanggan memiliki dorongan untuk pembelian produk atas keinginan sendiri tanpa ada pengaruh dari orang lain.
3. Pelanggan melakukan kegiatan pembelian produk seorang diri walaupun datang bersama orang lain.
4. Seseorang yang memutuskan untuk di konsumsi sendiri dan bisa memberikan pendapat

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Proses pengumpulan data menurut Sujarweni (2020:93) merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menggiring informasi kuantitatif dari responden

sesuai lingkup penelitian. Metode pengumpulan data ini disesuaikan dengan keadaan dan kondisi objek yang diteliti. Berikut ini ada beberapa tehnik pengumpulan data penelitian yang biasa digunakan (Sugiyono, 2019:195) sebagai berikut:

1. *Interview* (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai Teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi. Wawancara ini dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon.

2. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Sekaran (1992) mengemukakan beberapa prinsip dalam penulisan angket sebagai teknik pengumpulan data yaitu: prinsip penulisan, pengukuran, dan pemanfaatan fisik.

### **3.5. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dengan demikian maka penulis akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator dalam sebuah kuesioner. Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

1. **Variabel Bebas (*Independent Variabel*)**

Variabel independen merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (Sujarweni, 2020:75). Dalam

penelitian ini digunakan variabel bebas harga, tempat dan promosi yang penulis definisikan sebagai berikut:

### 1. Harga ( $X_1$ )

Indrasari dalam Ginting (2019:38) harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk.

Adapun beberapa indikator harga menurut (Indrasari dalam Kotler, 2019:42);

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

### 2. Tempat ( $X_2$ )

Menurut Abubakar (2018:60) tempat merupakan letak dimana sebuah perusahaan atau industri berada yang dianggap memiliki nilai penting yang berpengaruh pada penjualan dan pencarian laba baik secara jangka pendek dan panjang.

- a) Lokasi dipilih tepi jalan
- b) Dapat dijangkau oleh semua kalangan
- c) Keleluasaan lahan parkir
- d) Suasana ruangan tunggu yang nyaman

### 3. Promosi ( $X_3$ )

Menurut Ardian (2019:143) Promosi ialah suatu bentuk komunikasi pemasaran atau aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, memengaruhi atau membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan serta produk agar konsumen bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang kita tawarkan. Adapun beberapa indikator promosi menurut (Abubakar dalam Fandy, 2018:50) sebagai berikut;

- a) Menginformasikan (*informing*) dapat berupa menginformasikan pasar mengenai keberadaan produk baru, memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari sebuah produk. Menyampaikan perubahan harga kepada pasar. Serta menyediakan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan.
- b) Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk membujuk pilihan merek. Mengalihkan pemilihan ke merek tertentu. Mengubah persepsi pelanggan terhadap

atribut produk. Mendorong pembeli belanja saat itu juga. Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga (*salesman*)

- c) Mengingatkan (*reminding*) untuk mengingatkan pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat. Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye. Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh kepada produk perusahaan.

## 2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Suprpto (2020:37) Variabel dependen atau variabel terikat yaitu variabel yang menentukan atau variabel yang mempengaruhi variabel yang lainnya. Variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah penelitian. Menurut Abubakar dalam Schiffman dan Kanuk (2018:88). Keputusan dalam arti umum adalah pemilihan satu aktivitas dari dua atau lebih pilihan. Dengan kata lain, bila seseorang akan mengambil keputusan, maka terdapat pemilihan alternatif-alternatif tersebut. Adapun indikatornya menurut (Hery, 2022:192) meliputi;

1. Pengenalan kebutuhan. Proses pembelian dimulai ketika konsumen mengenali adanya suatu kebutuhan.
2. Pencarian informasi. Dari hasil pencarian informasi tersebut, konsumen mengembangkan suatu kesimpulan produk yang dipertimbangkan untuk dibeli,
3. Evaluasi alternatif. Konsumen mengevaluasi alternatif dengan cara menganalisis atribut produk (harga, prestis, dan kualitas) dari berbagai kumpulan pertimbangan yang ada. Dalam hal ini, konsumen membandingkan beragam produk sebelum akhirnya memutuskan suatu produk yang memenuhi kebutuhannya.
4. Keputusan pembelian. Keputusan pembelian didasarkan motif rasional, motif emosional, atau keduanya. Motif rasional mencakup evaluasi logis atas sejumlah atribut produk, yaitu harga, kualitas dan kegunaannya. Sedangkan motif emosional mencakup faktor-faktor non objektif, seperti misalnya meniru orang lain agar dapat bersosialisasi dalam suatu kelompok.
5. Evaluasi pasca pembelian. Konsumen melakukan evaluasi atas produk yang dibelinya tersebut. Karena konsumen tidak ingin menjalani proses pengambilan keputusan yang rumit setiap melakukan pembelian, mereka sering membeli kembali produk yang telah mereka gunakan dan sukai. Namun, tidak seluruh konsumen puas atas pembelian yang

telah dilakukannya.

Untuk lebih memahami tentang variabel, definisi variabel, indikator dan pengukuran atas indikator di atas maka dapat dilihat pada rangkuman tabel 3. Berikut.

**Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel**

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Harga (X <sub>1</sub> )	harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Jadi harga adalah nilai tukar yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari sebuah produk atau jasa (Ardian, 2019:142)	1. Keterjangkauan harga 2. kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. daya saing harga 4. kesesuaian harga dengan manfaat  (Indrasari dalam kotler, 2019:42)	Skala likert
Tempat (X <sub>2</sub> )	tempat merupakan letak dimana sebuah perusahaan atau industri berada yang dianggap memiliki nilai penting yang berpengaruh pada penjualan dan pencarian laba baik secara jangka pendek dan panjang (Abubakar, 2018:60)	1. lokasi di pilih tepi jalan 2. dapat dijangkau oleh semua kalangan 3. keluasan lahan parkir 4. suasana ruang tunggu yang nyaman  (Abubakar dalam Huriyati, 2018,25)	Skala likert
Promosi (X <sub>3</sub> )	Promosi ialah suatu bentuk komunikasi pemasaran atau aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, memengaruhi atau membujuk, atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan serta produk agar konsumen bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang kita tawarkan (ardian, 2019:143)	1. menginformasikan ( <i>informing</i> ) 2. membujuk pelanggan ( <i>persuading</i> ) 3. memngingatkan ( <i>reminding</i> )  (Abubakar dalam Fandy, 2018:50)	Skala likert
Keputusan Pembelian (Y)	keputusan dalam arti umum adalah pemilihan satu aktivitas dari dua atau lebih pilihan. Dengan kata lain, bila seseorang akan mengambil keputusan, maka terdapat pemilihan alternatif-alternatif tersebut (Abubakar dalam Sciffman dan Aknuk, 2018:88)	1. pengenalan kebutuhan 2. pencarian informasi 3. evaluasi alternatif 4. keputusan pembelian 5. evaluasi pasca pembelian  (Hary, 2022:192)	Skala likert

Sumber: Peneliti (2023)

### 3.6. Teknik Analisis Data

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Analisis data merupakan suatu langkah yang sangat penting dalam penelitian. Menurut Sujarweni

(2020:121). Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah. Adapun tujuan dari analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan data, biasanya dalam bentuk frekuensi, dibuat tabel, grafik, sehingga dapat dipahami karakteristik datannya. Dalam statistika, kegiatan mendeskripsikan data ini dibahas pada statistika deskriptif.
2. Membuat induksi atau menarik kesimpulan tentang karakteristik populasi atau karakteristik populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel. Kesimpulan yang diambil ini biasanya dibuat berdasarkan dugaan atau estimasi dan pengujian hipotesis. Dalam statistika, kegiatan membuat induksi atau menarik kesimpulan tentang karakteristik populasi atau sampel ini dibahas pada statistika inferensial.

### **3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran**

Untuk mengetahui lebih rinci mengenai hasil penelitian, peneliti menyiapkan kuesioner yang nantinya akan diisi oleh calon responden. Adapun penilaiannya menggunakan Skala *Likert*, setiap jawaban instrumen dibuat menjadi 5 (lima) alternatif dari sangat positif dengan skor 5 dan sampai negatif dengan skor 1, yakni dalam bentuk kata-kata sebagai berikut.

- 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 pernyataan yang diolah sampai menghasilkan kesimpulan. Untuk menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan diklasifikasikan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju atau bahkan

sangat tidak setuju dengan apa yang tercantum dalam pernyataan-pernyataan. Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangi skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

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

**Tabel 3.3 Angka Penafsiran**

<b>INTERVALPENAFSIRAN</b>	<b>KATEGORI</b>
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

**Sumber: Hasil penelitian, 2023 (Data diolah)**

### 3.6.2. Persamaan Regresi

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis Regresi berganda adalah meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependent* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *independent* sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel *independent-nya* minimal 2 atau lebih ( $X_1$ ), ( $X_2$ ), ( $X_3$ ) ... ( $X_n$ ) dengan satu variabel terikat (Sugiyono, 2008:277). Guna menguji pengaruh beberapa 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 (Keputusan pembelian)

a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)

$b_1 \dots b_3$  = Koefisien regresi (konstanta)  $X_1, X_2, X_3$   $X_1$  = Variabel *independent* 1 (Produk)

$X_2$  = Variabel *independent* 2 (Harga)

$X_3$  = Lokasi Variabel *independent* 3 (Lokasi) e = Standar error

Sumber: (Sugiyono 2013:277)

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Pertama, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji-F (uji simultan), koefisien determinasi dan uji t (Uji parsial).

### 3.6.3. Uji Kualitas Data

Baik buruknya suatu penelitian tergantung dari benar tidaknya suatu data karena data merupakan gambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai pembuktian hipotesis.

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji keabsahan yang ditunjukkan pada konsistensi antara data dengan kenyataan yang sebenarnya (Afifpudin dan Saebani, 2018:188). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali dalam Wicaksono, 2013:35). Perhitungan validitas item dilakukan dengan mengkorelasikan tiap butir dengan skor total. Interpretasi terhadap koefisien korelasi untuk menyatakan validitas sebuah item, jika koefisien korelasi menunjuk pada angka minimal: 0,3 semakin tinggi koefisien korelasinya semakin tinggi tingkat validitas sebuah item. Guna melihat valid atau tidaknya butir kuesioner maka dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* (Hamidi dalam Wicaksono, 2013:36).

#### 2. Uji Reliabilitas

Pengujian realibilitas instrument menurut Sujarweni dalam Sugiyono (2020:108) dapat dilakukan secara eksternal dan internal. Secara eksternal, pengujian dilakukan dengan *test-retest (stability)*, *equivalent*, dan gabungan keduanya. Secara internal pengujian dilakukan dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik-teknik tertentu. Uji reabilitas dapat dilakukan secara Bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan. Jika nilai  $\alpha > 0,60$  maka reliabel.

### 3.6.4. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini untuk mengolah data dari hasil penelitian ini dengan menggunakan Analisis *Inferensial* (kuantitatif). Dimana dalam analisis tersebut dengan menggunakan paket program SPSS. Analisis data dilakukan dengan bantuan Metode Regresi Linear Berganda, tetapi sebelum melakukan analisis regresi linear berganda digunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

#### 1. Uji Normalitas

Data yang berdistribusi normal artinya data yang mempunyai sebaran yang normal, dengan profil yang dapat dikatakan bisa mewakili populasi. Menurut Sujarweni (2020:120) uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Dalam uji normalitas ini terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak normal yaitu dengan analisis grafik dan statistik. Alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik dengan *Kolmogorov-Sminorv*.

Uji *Kolmogorov-Sminorv* merupakan pengujian normalitas yang banyak dipakai. Kelebihan dari uji ini adalah sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi diantara satu pengamat dengan pengamat lain, yang sering menggunakan uji normalitas dengan menggunakan grafik. Dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan *Kolmogorov-Sminorv Z (I-Sample K-S)* :

- a. Jika nilai *Asym. Sig (2-tailed)*  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti data residual tidak berdistribusi secara normal.
- b. Jika nilai *Asym. Sig (2-tailed)*  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima. Hal ini membuktikan bahwa data residual berdistribusi normal.

#### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang

baik adalah homoskedastisitas (Ghozali dalam Indriyanto, 2013:40). Adapun dasar pengambilan keputusan analisis uji heteroskedastisitas adalah:

- a. Jika terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola teratur (bergelombang, melebar dan menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali dalam Wicaksono, 2013:44). Jika variabel *independent* saling berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independent* =0. Salah satu cara untuk mendeteksi kolinier dilakukan dengan mengkorelasikan antar variabel bebas dan apabila korelasinya signifikan antar variabel bebas tersebut maka terjadi multikolinieritas. Setelah model terbebas dari asumsi klasik regresi maka langkah selanjutnya dengan melakukan uji hipotesis.

Pengujian multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance Value* atau *Variance Inflation Factor (VIF)* sebagai berikut :

1. Jika nilai *tolerance* > 0,1 dan *VIF* < 10 maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.
2. Jika nilai *tolerance* < 0,1 dan *VIF* > 10 maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.

#### 3.6.5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel *independent* (produk, harga, lokasi) terhadap variabel *dependent* (keputusan pembelian) baik secara parsial maupun simultan. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji t (uji parsial)

### 3. Uji Simultan (F)

Uji simultan merupakan pengujian terhadap signifikansi model secara simultan atau bersama-sama. Uji simultan digunakan untuk menguji besarnya pengaruh dari variabel *independent* secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat (Ghozali dalam Wicaksono, 2013:45). Uji F ini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai F kritis ( $F_{tabel}$ ) dengan  $F_{hitung}$  yang terdapat pada tabel *analysis of variance*.

Untuk menentukan nilai  $F_{tabel}$ , tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*)  $df = (n-k)$  dan  $(k-1)$  dimana  $n$  adalah jumlah sampel. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variannya dapat diperoleh dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada taraf  $\alpha = 0,05$  dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima artinya secara statistik dapat diartikan bahwa variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.
- b. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  (hipotesis alternatif) diterima artinya secara simultan dapat dibuktikan bahwa semua variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

Untuk mengetahui besarnya persentase dari model persamaan yang digunakan dalam penelitian ini apakah telah mampu menjelaskan informasi yang terkandung dalam data dengan cara menghitung besarnya pengaruh langsung dari tiap variabel *dependent*.

Kelemahan mendasar penggunaan determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel *independent* yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel *independent* maka  $R$  square pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R square* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti  $R$  square, nilai *Adjusted R square* dapat naik atau turun apabila satu variabel *independent* ditambahkan ke dalam model.

Dalam kenyataan nilai *Adjusted R square* dapat bernilai negatif walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Menurut Ghozali dalam Wicaksono (2013:47) jika dalam uji empiris didapat nilai *Adjusted R square* negatif maka nilai *Adjusted R square* dianggap bernilai nol. Secara sistematis jika nilai  $R$  square = 1 maka *Adjusted R square* =  $R$  square = Sedangkan jika nilai  $R$  square = 0, maka *Adjusted R square* =  $(1-k) / (n-k)$ . Jika  $k > 1$ , maka *Adjusted R square* akan bernilai negatif.

## 2. Uji Parsial (t)

Uji-t digunakan untuk menentukan apakah variabel independent secara individu atau parsial berpengaruh dominan terhadap variabel *dependent*. Pengujian ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t-hitung masing-masing koefisien regresi dengan nilai t- tabel tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan df (n-k-1), dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel. Kriteria yang digunakan adalah (Ghozali dalam Wicaksono, 2013:46) :

- a. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima artinya variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.
- b. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$  artinya variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

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

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) terhadap variabel terikat (Y). Besarnya  $R^2$  dihitung dengan rumus (Yuliara, 2016:4):

$$r^2 = \frac{(b_1 \sum x_1 y) + (b_2 \sum x_2 y)}{\sum y^2}$$

Jika  $R^2 = 0$  , maka variasi variabel-variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) tidak sedikitpun dapat menjelaskan variasi variabel terikat (Y) dalam model persamaan regresi. Jika  $R^2 = 1$ , maka variasi variabel-variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$ ) dapat menjelaskan dengan sempurna variabel terikat (Y) dalam model persamaan regresi (Yuliara, 2016:4).

Adapun pada penelitian ini koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* pada tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

## 4. Pengaruh Dominan

Untuk mengetahui variabel *independent* yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel *dependent* nya adalah dengan cara melihat *Standardized Coefficient Beta*. Tabel tersebut memperlihatkan bahwa variabel *independent* yang mempunyai nilai *Standardized Coefficient Beta* paling besar yang mempunyai arti bahwa variabel tersebut merupakan variabel yang paling dominan atau berpengaruh terhadap variabel dependen.