

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 1.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Alfamidi Super Cipayung. Pelaksanaan penelitian dilakukan dalam jangka waktu 6 (enam) bulan yang dimulai dengan kegiatan berupa observasi lapangan pada bulan Februari 2025, dilanjutkan dengan pengajuan ijin penelitian, persiapan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, analisis data dan evaluasi, penulisan laporan serta seminar hasil penelitian yang dilaksanakan pada bulan Agustus 2025. Sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera (lihat tabel 3.1.)

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No.	Kegiatan	2025							
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu
1	Pengajuan Judul	■							
2	Persetujuan Judul dan Dosen Pembimbing		■						
3	Penyusunan Proposal (Bab 1, 2, 3, Dp Kuesioner)		■						
4	Seminar Proposal WP 1			■					
5	Revisi Hasil Seminar Proposal				■				
6	Penelitian Olah data dan Penulisan Bab 4 - 5 (Kuesioner)					■			
7	Penyerahan <i>Working in Progress 2</i>						■		
8	Sidang Skripsi dan Ujian Komprehensif							■	
9	Revisi Skripsi								
10	Persetujuan dan Pengesahan Skripsi								

Sumber: Rencana Penelitian (2025)

## **1.2 Jenis Penelitian**

Sesuai dengan tujuan penelitian ini, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020:13) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan positivistik atau data konkret, data penelitian berupa angka – angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.

Penelitian kuantitatif memiliki model penelitian yang sifatnya asosiatif yaitu penelitian yang menanyakan hubungan variabel dengan objek yang akan diteliti yang memiliki sifat sebab dan akibat (kausal), sehingga penelitian ini ada penelitian independen dan dependen. Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode survei.

## **1.3 Populasi dan Sampel**

### **1.3.1 Populasi**

Banyak ahli menjelaskan pengertian tentang populasi. Salah satunya adalah menurut Sudjana (2021) mengatakan bahwa : *“Populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, hasil menghitung ataupun pengukuran, kuantitatif, maupun kualitatif dari karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari sifat – sifatnya”*.

Adapun populasi dalam penelitian ini dalam periode bulan Februari 2025 – Agustus 2025 adalah konsumen yang berbelanja di gerai Alfamidi yaitu 300 orang. Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan angka 300 sebagai populasi penelitian.

### **1.3.2 Sampel**

Dengan pengertian populasi, para ahli juga mendefinisikan pengertian tentang sampel. Menurut Cramer & Howwit (2022) mengatakan bahwa : *“Sampel adalah sekumpulan kasus yang diambil atau dipilih dari kumpulan atau populasi kasus yang lebih besar, biasanya dengan tujuan untuk memperkirakan karakteristik*

dari kumpulan atau populasi yang lebih besar.” Sampel merupakan sebagian populasi yang diteliti. Guna menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

Keterangan :

$n$  : Ukuran Sampel/Jumlah

Responden  $n$  : Ukuran Populasi

$e$  : Persentase kelonggaran ketelitian pengambilan sampel yang masih bisa di tolerir

$e$  : 0,01 (10%)

Maka Jumlah sampel yang diambil sejumlah :

$$n = \frac{300}{1 + (300 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{300}{1 + 300}$$

$$N = \frac{300}{1 + 300} = 99,67 \quad (\text{dibulatkan menjadi } 100)$$

Jadi, sampel penelitian ini berjumlah 100 Responden yang diambil secara acak/*probability* sampling.

Untuk mendapatkan sampel yang mewakili populasi penelitian di atas dengan membuat pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, maka peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, Sugiyono (2020:138).

#### 1.4 Teknik Pengumpulan Data

Proses dalam pengumpulan data ini dengan teknik penelitian menggunakan kuesioner, studi pustaka dan survei. Data di dalam penelitian ini diperoleh dari

beberapa sumber riset, terutama melalui [www.Alfamidiku.co.id](http://www.Alfamidiku.co.id) yang berisi data riset tingkat laporan jumlah pengunjung Alfamidi pada tahun 2022 - 2024. Ada pula beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi :

#### **1.4.1 Penelitian Kepustakaan**

Yaitu metode pengumpulan data melalui riset perpustakaan yaitu dengan cara membaca buku, beberapa bahan seminar, bahan tertulis lainnya yang berhubungan dengan ruang lingkup permasalahan secara teoritis, sehingga dapat diperoleh gambaran mengenai masalah tersebut dan bagaimana langkah-langkah untuk menyelesaikan serta mengatasi secara lebih baik.

#### **1.4.2 Observasi atau Pengamatan**

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung serta mengajukan pengamatan terhadap sampel yang terpilih.

#### **1.4.3 Daftar Pertanyaan**

Penulis memberikan daftar pertanyaan kepada yang berhubungan atau kepada para Pelanggan atau Konsumen, dimaksudkan untuk mendapatkan keterangan yang lebih lengkap (kompleks). Daftar pertanyaan yang diajukan juga sesuai dengan pokok permasalahan mengenai sejauh mana pengaruh harga dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap kepuasan konsumen digerai Alfamidi

Dalam pembobotan penelitian atas pernyataan yang diberikan kepada responden itu digunakan skala likert, hasilnya adalah sebagai berikut :

Pernyataan SS adalah Sangat Setuju dengan nilai	:	5
Pernyataan S adalah Setuju dengan nilai	:	4
Pernyataan N adalah Netral dengan nilai	:	3
Pernyataan TS adalah Tidak Setuju dengan nilai	:	2
Pernyataan STS adalah Sangat Tidak Setuju dengan nilai	:	1

## 1.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional variabel menurut Sugiyono (2016:38) adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaan. Beberapa variabel dalam penelitian ini yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat).

### 1.5.1 Promosi

Promosi adalah kegiatan pemasaran untuk mengenalkan, menawarkan, dan membujuk calon konsumen agar membeli produk atau jasa

### 1.5.2 Lokasi

Promosi adalah kegiatan pemasaran untuk mengenalkan, menawarkan, dan membujuk calon konsumen agar membeli produk atau jasa

## 1.6 Variabel Terikat (Independen)

Dependen Variabel (Variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Independen Variabel). Dalam penelitian ini digunakan Keputusan Pembelian. Keputusan pembelian adalah proses merumuskan berbagai alternatif tindak guna menjatuhkan pilihan pada salah satu proses merumuskan berbagai alternatif pembelian (Hanapi 2020).

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Skala
Promosi (X1) (Lamb, dkk. 2001): 146)	Promosi adalah komunikasi oleh pemasar yang menginformasikan dan mengingatkan calon pembeli mengenai sebuah produk untuk mempengaruhi suatu pendapat atau memperoleh suatu	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Periklanan</li> <li>➤ Promosi Penjualan</li> <li>➤ Peristiwa dan Pengalaman</li> <li>➤ Hubungan Masyarakat</li> <li>➤ Penjualan Perorangan</li> </ul>	Likert

	respon		
--	--------	--	--

Lokasi (X2) (Lupiyodi, 2001)	Lokasi merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan cara penyampaian jasa kepada konsumen dan di mana lokasi yang strategis	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Akses</li> <li>➤ Visibilitas</li> <li>➤ Ekspansi</li> <li>➤ Lingkungan</li> <li>➤ Peraturan Pemerintah</li> <li>➤ Tempat Parkir</li> <li>➤ Persaingan</li> </ul>	Likert
Keputusan Pembelian (Y) (Kotler, 2001)	Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan di mana konsumen benar-benar membeli	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Pemilihan Produk</li> <li>➤ Pemilihan Merek</li> <li>➤ Pemilihan Saluran Pembelian</li> <li>➤ Jumlah Pembelian</li> <li>➤ Metode Pembayaran</li> </ul>	likert

## 1.7 Teknis Analisis Data

Dalam penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif. Analisis data merupakan upaya untuk mengekstrak data yang telah tersedia, yang selanjutnya dapat diolah dengan statistik dan digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian.

### 1.7.1 Tujuan Analisis Data

- 1) Untuk mendeskripsikan data sehingga bisa dipahami karakteristik datanya.
- 2) Membuat kesimpulan atau menarik kesimpulan mengenai data yang didapatkan dari sampel. Pada akhir kesimpulan itulah nantinya akan diketahui bagaimana pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian ini.

### 1.7.2 Skala dan Angka Penafsiran

Seperti yang telah peneliti sebutkan, kuesioner digunakan dalam penelitian ini. Dengan penilaian menggunakan Skala Likert. Indikator untuk setiap variabel di mana masing-masing respon untuk setiap instrumen adalah 5 tingkatan dari sangat positif hingga sangat negatif, berupa kata-kata sebagai berikut:

Tabel 3.3 Tabel Penafsiran

Sangat Setuju Promosi dan Lokasi sebagai keputusan pembelian digerei Alfamidi.	Skor 5
Setuju Promosi dan Lokasi sebagai keputusan pembelian digerei Alfamidi.	Skor 4
Netral Promosi dan Lokasi sebagai keputusan pembelian digerei Alfamidi.	Skor 3
Tidak Setuju Promosi dan Lokasi sebagai keputusan pembelian digerei Alfamidi.	Skor 2
Sangat Tidak Setuju Promosi dan Lokasi sebagai keputusan pembelian digerei Alfamidi.	Skor 1

Dengan menggunakan Skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selain itu, indikator-indikator tersebut digunakan sebagai titik tolak untuk menyusun elemen-elemen instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan yang diolah menjadi 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 di kelompokkan – di 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 mengurangi skor tinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.3.

Interval Angka Penafsiran = (Skor Tertinggi – Skor Terendah) / n

$$= (5-1) / 5$$

$$= 0,80$$

Tabel 3.4 Angka Penafsiran

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

Sumber : Hasil Penelitian, 2025 (Data Diolah) Dengan Rumus penafsiran

yang digunakan adalah :

Keterangan :

M = Angka Penafsiran

F = Frekuensi Jawaban

X = Skala Nilai

N = Jumlah Seluruh Jawaban

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

### 1.8 Persamaan Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini digunakan analisis Regresi linear berganda. Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali,

2018). Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat (dependen) untuk membuktikan ada atau tidaknya dari hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih ( $X_1$ ), ( $X_2$ ), ( $X_n$ ). Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat maka dapat digunakan model matematika sebagai berikut

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Keputusan pembelian)

a = Intersept (Titik potong dengan sumbu Y)

$X_1$  = Promosi

$X_2$  = Lokasi

$b_1 \dots b_2$  = Koefisien Regresi (Konstanta)

Namun dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual menggunakan rumus di atas, melainkan dilakukan dengan menggunakan SPSS.

Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini peneliti 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).

### **1.9 Uji Kualitas Data**

Penelitian mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang dilakukan valid atau reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

### 1.9.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2021:356), instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid atau tidak, angka tersebut dikonsultasikan dengan angka rtabel. Dengan N=100 taraf Sig 5% maka diperoleh 0,195. Karena peneliti memilih rhitung > 5%, maka dapat disimpulkan instrumen tersebut valid dan dapat digunakan untuk penelitian dengan menggunakan rumus Pearson Product Moment :

Keterangan :

Rhitung : 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 : Sugiyono

$$r = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2][n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2]}}$$

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan SPSS. Agar melihat valid atau tidaknya bulir pernyataan kuesioner dengan itu kolom yang dilihat adalah kolom Correlation Total Variabel hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Akan dikatakan valid jika rhitung 5% = > 0,195.

### 1.9.2 Uji Reliabilitas

Setelah semua bulir pernyataan dari kuesioner dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji Reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan

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

untuk mengetahui tingkat konsistensi butir pernyataan. Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi butir pertanyaan. Butir pernyataan dikatakan reliabilitas 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 reabel atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apabila digunakan berkali – kali lipat pada waktu yang berbeda-beda. Dalam uji reliabilitas digunakan teknik Alpha Cronbach, di mana suatu instrumen dapat dikatakan handal (*Reliable*) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus alpha, sebagai berikut :

Keterangan :

$r_{11}$  = Nilai Reliabilitas

$\sum Si$  = Jumlah Variabel skor setiap item

$St$  = Varians Total

$k$  = Banyaknya Butir Pertanyaan

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliabel tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan SPSS. Guna melihat reliabel atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai Cronbach's Alpha yang tertera pada tabel Reability Statistics hasil pengelolaan data dengan menggunakan SPSS.

## **1.10 Uji Asumsi Klasik**

### **1.10.1 Uji Normalitas**

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi linear berganda khususnya yang berbasis Ordinary Least Square (OLS). Uji Asumsi Klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian di antaranya meliputi: (1) Uji Normalitas, (2) Uji Multikolinieritas, (3) Uji Heteroskedastisitas, (4) Uji Linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan menggunakan 3 Uji Asumsi Klasik saja, yaitu : Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas dan Uji Heterokedastisitas.

### 1.10.2 Uji Multikolinieritas

Uji asumsi Multikolinieritas ini digunakan dalam analisis regresi linier berganda yang menggunakan dua variabel bebas atau lebih ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) di mana akan diukur tingkat keeratan (asosiasi) pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi ( $r$ ). Dalam penelitian ini akan dilakukan uji multikolinieritas dengan cara nilai *tolerance* dan VIF yang terdapat pada tabel Coefficients hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Dikatakan terjadi Multikolinieritas jika nilai *tolerance*  $< 0,1$ , atau  $VIF > 5/10$ .

### 1.10.3 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 varian yang sama di antara anggota grup tersebut. Jika varians sama, dan hal 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., 2019:63).

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar scatterplot maupun dengan uji statistik misalnya 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 Y dan di kanan maupun kiri angka nol sumbu X (Situmorang, et.al., 2019).

Tujuan dilakukan uji Park adalah untuk mendeteksi terjadinya heteroskedastisitas pada error. Di mana pengujiannya dilakukan melalui regresi antara variabel bebas dengan error. Cara pengujiannya dengan SPSS dengan melihat

nilai signifikansi jika  $> 0,05$  berarti tidak terdapat heteroskedastisitas di dalam penelitian, dan bila signifikansinya  $0,05$  yang berarti terdapat heteroskedastisitas.

## 1.11 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 (uji parsial).

### 1.11.1 Uji Serempak/Simultan Uji (F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara berama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Guna untuk 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

$R^2$  = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah Sampel

Namun demikian dalam penelitian ini semua Uji hipotesis tidak akan dilakukan secara manual melainkan menggunakan SPSS. Caranya dengan, melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel Anova hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama

digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis sebagai berikut:

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

Pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada taraf  $\alpha = 0,05$  dengan ketentuan :

**1.11.1.1  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak,**

Artinya regresi berhasil menerangkan bahwa Promosi dan Lokasi secara bersama- sama (Simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

**1.11.1.2  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima,**

Artinya regresi berhasil menerangkan bahwa Promosi dan Lokasi secara bersama – sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**1.12 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.

### 1.13 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

Keterangan :

$t_{hitung}$  = Nilai t

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

b = Koefisien Regresi X

se = Standar Error Koefisien

Regresi Adapun bentuk pengujinya adalah :

$$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$$

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

$$H_a : \text{minimal satu } \beta_i \neq 0 \text{ di mana } i = 1,2,3$$

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

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan  $t_{hitung}$  dengan tabel pada taraf nyata 5% ( $\alpha 0,05$ ) dengan ketentuan sebagai berikut :

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

Artinya variabel Promo dan lokasi secara bersama – sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

$T_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima Artinya variabel Promo dan Lokasi secara individual (Parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.