

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di STIE GICI Bussines School Bekasi pada bulan Maret 2021 sampai dengan bulan Juni 2021, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian**

No	Kegiatan	April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal	■											
2	Pengajuan Izin		■										
3	Persiapan Penelitian			■	■								
4	Pengumpulan Data					■	■	■	■				
5	Pengelolaan Data								■				
6	Analisis dan Evaluasi									■			
7	Penulisan Laporan										■	■	■
8	Seminar Hasil												■

Sumber: Rencana Penelitian (2022)

#### 3.2. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Maksud penelitian survei untuk penjajagan (*explorative*), deskriptif, penjelasan (*explanatory* atau *confirmatory*), evaluasi, prediksi atau peramalan, penelitian operasional dan pengembangan indikator-indikator sosial. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2014:6).

### 3.3. Populasi dan Sampel

#### 3.3.1. Populasi

Secara umum populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. 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/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. (Sugiono 2016:81). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa STIE GICI Bekasi angkatan 2018, 2019, 2020 dan 2021. Jumlah Mahasiswa STIE GICI Bekasi 4 angkatan tersebut berdasarkan informasi dari akademik mencapai 350 mahasiswa. Oleh sebab itu dalam penelitian ini peneliti menggunakan angka 350 sebagai populasi penelitian.

#### 3.3.2. Sampel

Banyak ahli yang mendefinisikan pengertian tentang sampel. Menurut ahli Sugiono (2016:81) Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Hal ini bahwa sampel mewakili populasi. Guna menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang dikenal dengan istilah Rumus Slovin, sebagai berikut :

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

d<sup>2</sup> = Presisi yang ditetapkan

Maka,

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{Nd^2 + 1} \\ &= \frac{350}{(350 \times 0,1^2) + 1} \\ &= 77,778 \text{ dibulatkan jadi } 80 \text{ responden}\end{aligned}$$

Jadi berdasarkan perhitungan diatas didapat sampel sebesar 80 responden dari 350 jumlah Mahasiswa STIE GICI Bekasi. Guna mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi penelitian ini, maka peneliti akan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Teknik ini digunakan karena topik yang diteliti adalah mengenai citra yang dimana semua orang dapat memberikan penilaian terhadap citra (Sugiyono 2015:84-85).

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

Proses pengumpulan data sebenarnya dapat dilakukan dengan beberapa cara Sugiyono(2014:137) menyatakan bahwa: Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan.

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

Definisi Operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dengan demikian maka peneliti 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*).

### 3.5.1. Variabel Bebas

Variabel bebas (*independent variable*) atau yang biasa disebut dengan variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) atau yang sering disebut dengan variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas yaitu kualitas produk, promosi dan harga yang peneliti definisikan sebagai berikut :

#### 1. Kualitas Produk ( $X^1$ )

Merupakan suatu kondisi dimana sebuah barang bernilai sesuai dengan standar ukur yang telah di tetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan, maka semakin berkualitas nilai barang tersebut (Prajati dalam Astuti dan Matadong 2020:6). Adapun indikator penelitiannya (Tjiptono dalam Firmansyah 2019:60) yaitu :

##### 1. Performa (*performance*)

Berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang di pertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk.

##### 2. Keistimewaan (*features*)

Merupakan aspek kedua dari performansi yang menambahkan fungsi dasar, berkaitandengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.

##### 3. Keandalan (*reliability*)

Berkaitan dengan kemungkinan suatu produk berfungsi secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu.

##### 4. Konformansi (*conformance*)

Berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.

##### 5. Daya Tahan (*durability*)

Merupakan ukuran masa pakai suatu produk karakteristik ini berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.

##### 6. Estetika (*aesthetics*)

Merupakan karakteristik mengenai keindahan yang bersifat subjectif, berkaitandengan pertimbangan pribadi dan refleksi preferensi atau pihak individual.

## 2. Harga ( $X^2$ )

Harga (*price*) adalah sejumlah uang yang di minta untuk suatu produk atau jasa. Secara lebih luas dapat di katakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (*benefit*) atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa Kotler dan Amstrong dalam Efendi (2015:128). Adapun indikator menurut Kotler dan Amstrong dalam Indrasari (2019:44) yaitu :

### 1. Keterjangkauan harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk atau jasa biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek harganya juga berbeda dari yang termurah sampai yang termahal.

### 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas produk bagi konsumen, orang sering memilih harga yang lebih tinggi dianta dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya jauh lebih baik.

### 3. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan menggunakan jasa jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

### 4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga

Konsumen sering membandingkan suatu hal ini mahal murahnya sangat di pertimbangkan oleh konsumen pada saat melakukan pembelian.

## 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 Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Indrasari (2019:70) mendefinisikan keputusan pembelian konsumen merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.

Sebaliknya jika konsumen tersebut tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian tertentu dan tindakan tertentu maka keadaan tersebut bukan merupakan keputusan pembelian. Adapun indikator keputusan pembelian menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:74) meliputi :

#### 1. Pilihan Produk

Konsumen dapat mengambil keputusan pembelian untuk membeli suatu produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli suatu produk. Misalnya : kebutuhan suatu produk, keberagaman varian produk dan kualitas produk.

#### 2. Pilihan Merek

Pembeli harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus terus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek. Misalnya : kepercayaan dan popularitas merek.

#### 3. Pilihan Penyalur

Pembeli harus mengambil keputusan penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap pembeli mempunyai pertimbangan yang berbeda dalam hal yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap dan lain-lain. Misalnya : kemudahan mendapatkan produk dan ketersediaan produk.

#### 4. Waktu Pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda. Misalnya : ada yang membeli sebulan sekali, tiga bulan sekali, enam bulan sekali, atau satu tahun sekali.

#### 5. Jumlah Pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada saat membeli. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli. Misalnya : kebutuhan akan produk.

**Tabel 3.5. Definisi Operasional Variabel**

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Kualitas Produk ( $X^1$ )	Kualitas Produk merupakan suatu kondisi dimana sebuah barang bernilai sesuai dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan, maka semakin berkualitas nilai barang tersebut (Prajati dalam Astuti dan Matadong, 2020:6)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Performa (<i>performance</i>)</li> <li>2. Keistimewaan (<i>features</i>)</li> <li>3. Keandalan (<i>reliability</i>)</li> <li>4. Konformansi (<i>conformance</i>)</li> <li>5. Daya Tahan (<i>durability</i>)</li> <li>6. Estetika (<i>aesthetics</i>)</li> </ol>	Skala Likert
Harga ( $X^2$ )	Harga ( <i>price</i> ) adalah sejumlah uang yang diminta untuk produk atau jas. Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan ( <i>benefit</i> ) (Kotler dan Amstrong dalam Efendi, 2015:128)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> <li>4. Harga sesuai dengan kemampuan atau daya saing harga</li> </ol>	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Sebaliknya jika konsumen tersebut tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian tertentu maka keadaan tersebut bukan merupakan keputusan (Schiffman dan Knuk dalam Indrasari 2019:70)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan Produk</li> <li>2. Pilihan Merek</li> <li>3. Pilihan Penyalur</li> <li>4. Waktu Pembelian</li> <li>5. Jumlah Pembelian</li> </ol>	Skala Likert

Sumber : Peneliti 2022

### 3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ialah bertujuan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data-data yang telah dikumpulkan akan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang akan digunakan nantinya. Pada akhir kesimpulan itulah nantinya akan diketahui bagaimana pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

#### 3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

Seperti telah disampaikan sebelumnya, bahwa dalam penelitian ini akan digunakan kuesioner. Adapun penilaiannya dengan menggunakan skala likert, dimana setiap jawaban instrumen dibuat menjadi 5 (lima) gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata seperti :

- a. Sangat Setuju (Skor 5)
- b. Setuju ( Skor 4 )
- c. Netral ( Skor 3 )
- d. Tidak Setuju ( Skor 2 )
- e. Sangat Tidak Setuju ( Skor 1 )

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Guna menentukan hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data yang mentah yang akan di kelompok-kelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degredasi 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 3.6 dibawah ini.

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

**Tabel 3.6 Angka Penafsiran**

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
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, 2021(Data diolah)

Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah :

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

Keterangan :

M = Angka Penafsiran

F = Frekuensi Jawaban

X = Skala Nilai

n = Jumlah Seluruh Jawaban

### 3.6.2. Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih ( $X_1$ ), ( $X_2$ ), ( $X_3$ )...( $X_n$ ) dengan satu variabel terikat (Unaradjan, 2013:225). Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas

dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Variabel terikat (keputusan membeli)

a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)

$b_1 \dots b_3$  = Koefisien regresi (konstanta)  $X_1, X_2, X_3$

$X_2$  = Harga

e = Standar error

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus diatas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Khusus penelitian ini penelitian menggunakan metode *enter*. Sebelum melakukan analisis regresi linier 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 uji reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji T (Uji Parsial), uji F (Uji Simultan) dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

### 3.6.3. Uji Kualitas Data

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

#### 1. Uji Validitas

Uji kualitas data pertama yang harus dilakukan adalah uji validitas. Berkaitan dengan uji validitas ini Arikunto dalam Unaradja(2013:164) menyatakan bahwa: "Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat. "Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Guna menguji validitas alat ukur, terlebih

dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan total skor yang merupakan jumlah tiap skor dengan rumus *Pearson Product Momnt*". Adalah :

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

Keterangan:

- $r$  = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat
- $X$  = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $Y$  = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item
- $\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X
- $\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor disribusi X
- $\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi
- $YN$  = Banyaknya responden

Sumber: Arikunto dalam Unaradja (2013:164)

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus diatas melainkan dengan mebggunakan Statistical Program for Sosial Science (SPSS). Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka kolom yang dilihat adalah kolom Corrected Item-Total Corelation hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut.

## 2. Uji Realibilitas

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 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 :

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

Keterangan:

$r_{11}$  = Nilai realibilitas

$\sum S_i$  = Jumlah variable sekor setiap item

$S_t$  = Varians total

K = Banyaknya butir pertanyaan

Sumber: Sujarweni (2018:134)

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliabel tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus diatas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Guna melihat relibel atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Reliability Statistic* 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 tanda (*reliabel*) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

### 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 diantaranya meliputi : (1) uji normalitas, (2) uji multikolinearitas, (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 variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau

bahkan normal. Dalam penelitian ini akan digunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS) dengan menggunakan penekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan Kolmogorov- Smirnov Test. Dalam pendekatan 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.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui terdapatnya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *studentized delete residual* nilai tersebut. Prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama diantara anggota grup tersebut. Jika varians sama, dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan ada homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas) dan ini yang seharusnya terjadi. Sedangkan jika varian tidak sama maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas.

Uji heteroskedstisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* maupun dengan uji glejser ataupun uji park. Namun demikian dalam penelitian ini akan digunakan SPSS dengan pendekatan grafik yaitu dengan pendekatan pola gambar *scatterplot* yang dihasilkan SPSS tersebut. Dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik yang ada menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu 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

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

### 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 hal ini dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji t (parsial).

#### 1. Uji Serempak / Simultan (Uji F)

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:

$F_{hitung}$  = Nilai F yang dihitung

$R^2$  = Nilai koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah Sampel

Sumber : Rangkuti (2017:165)

Namun demikian dalam penelitian ini hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan *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 :

$H_0 : \beta_1 = 0$  ; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat  
 $H_a : \beta_1 \neq 0$  ;  
artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Penguji hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka 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 kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi secara individual (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
- b.  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$   $H_0$  diterima dan  $H_a$  diterima  
Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## 2. Koesifien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur presentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koesifien determinasi berkisar antara nol sampai 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 SPSS.

## 3. Uji Parsial (Uji T)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat setara individual (parsial). Adapun rumus yang digunakan, sebagai berikut :

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

Keterangan :

$t_{hitung}$  = Nilai t

b = Koefisien regresi X

se = Standar eror Koefisien regresi X

Sumber : Rangkuti (2017:165)

Adapun bentuk pengujiannya adalah :

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

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

b.  $H_a : \text{minimal satu } \beta_1 \neq 0 \text{ dimana } I = 1, 2, 3$

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