penelitian yang digunakan dalam penelitian kuantitatif.

Menurut Sujarweni (2020:39) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (peroleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistic 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 Abubakar (2021:58) populasi penelitian ini adalah sekelompok orang, benda atau hal yang menjadi sumber pengambilan sampel sekumpulan yang memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi adalah seluruh subjek penelitian, dapat berupa orang maupun wilayah. Populasi atau universi ialah jumlah keseluruhan dari unit analisis ciri-cirinya akan diduga. Jadi populasi dalam penelitian adalah keseluruhan sumber data atau subjek penelitian atau sumber-sumber yang yang menjadi tempat akan diperoleh data. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Cireng Isi yang berada di Kota Bogor yang jumlahnya belum diketahui.

3.3.2. Sampel

Sejalan dengan pengertian populasi, banyak juga ahli yang mendefinisikan pengertian tentang sampel. Sugiyono (2021:127) mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah 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 representif (mewakili).

Secara lebih singkatnya sampel adalah bagian dari populasi, sehingga sampel inilah yang akan mewakili seluruh populasi. Karena populasi yang tidak diketahui jumlahnya maka penulis menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, yaitu :

$$\frac{z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{n_0} = \frac{d^2}{2}$$

Keterangan:

n = Jumlah ampel yang dicariz = Nilai standar 1,96

p = Maksimal estimasi 50% atau 0,5

d = Aplha (0.10) atau sampling error sebesar 10% Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,10^2} = 96,4 \text{ (dibulatkan menjadi 100 responden)}$$

Guna mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi penelitian di atas, maka penulis akan menggunakan teknik pengambilan sampel *Nonprobability Sampling*. *Nonprobability Sampling* merupakan teknik yang tidak memberi kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Penulis akan menggunakan teknik *Accidental sampling*, yaitu pemilihan sampel secara kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemudengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika orang yang ditemui itu cocok maka akan menjadi sumberdata.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas dari hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan realibitas instrument dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk pengumpulan data. Oleh karena itu instrumen yang telah teruji validitas dan realibitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan dan berbagai cara. Bila dilihat dari settingnya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (natural setting), pada labolatorium dengan

metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, di jalan dan lain-lain.

Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data menggunakan sumber primer dan sumber sekunder.

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya lewat orang lain atau dokumen. Selanjutnya bisa dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan kuesioner (angket), observasi (pengamatan) dan gabungan ketiganya.

Pada bab ini hanya akan dikemukakan pengumpulan data berdasarkan tekniknya yaitu melalui kuesioner dan observasi.

1. Kuesioner

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 diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jauh responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Kuesioner dapat berupa pertanyaan\pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. Bila penelitian dilakukan pada lingkup yang tidak terlalu luas sehingga kuesioner dapat diantarkan langsung dalam waktu tidak terlalu lama, maka pengiriman angket kepada responden tidak perlu melalui pos.

Dengan adanya kontak langsung antara peneliti dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data obyektif dan cepat. Uma Sekaran (1992:142) mengemukakan beberapa prinsip dalam penulisan angket sebagai teknik pengumpulan data yaitu prinsip penulisan, pengukuran dan penampilan fisik.

2. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau

wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain. Sutrisno Hadi (1986:145) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks suatu proses yang tersusun dari berbagai proses-proses pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Dari segi proses pelaksanaan pengumpulan data, observasi dapat dibedakan menjadi *participant observation* (observasi berperan serta) dan *nonparticipant observation*. Selanjutnya dari segi intrusivitas yang digunakan maka observasi dapat dibedakan menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur.

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 variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

3.5.1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sujarweni, 2020:75). Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas kualitas produk, harga, promosi dan lokasi yang penulis definisikan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X₁)

Menurut Firmansyah dalam Mullins, Orville, Larreche dan Boyd (2019:15) apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Adapun menurut Tjiptono (2019:29) indikator kualitas produk sebagai berikut:

- a. Variasi kelengkapan produk

- b. Variasi ukuran produk
- c. Variasi kualitas produk

2. Harga (X2)

Menurut Kottler dalam Sunyoto (2019:131) pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Perusahaan menetapkan harga dalam berbagai cara. Adapun indikator harga menurut Bannet dalam Abubakar (2022:47) yang mengemukakan sebagai berikut :

- a. Kesesuaian diskon
- b. Promo harga
- c. Harga sangat terjangkau
- d. Harga sangat sesuai kualitas
- e. Harga sangat murah

3. Promosi (X3)

Menurut Indriyo Gitosudarmo dalam Sunyoto (2019:155), promosi merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk memengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut. Adapun alat-alat yang dipergunakan untuk mempromosikan suatu produk dapat dipilih beberapa cara. Adapun indikator promosi menurut Kottler dan Keller (2019:272) adalah:

- a. Pesan promosi
- b. Media promosi
- c. Waktu promosi

4. Lokasi (X4)

Menurut Lupyoadi dan Hamdani dalam Riadi (2020:2), lokasi menjadi tempat yang strategis dimana konsumen dapat menjangkau tempat usaha (tempat makan, pusat berbelanja dan lainnya), dengan mudah aman dan memiliki tempat parkir yang luas. Sebagai tambahan terhadap potensi pertumbuhan, faktor-faktor pentingnya adalah karakteristik sosio-ekonomis sekitarnya, arus lalu lintas, biaya tanah, peraturankawasan dan transportasi publik.

- a. Ketersediaan lahan parkir
- b. Kedekatan lokasi dengan pusat keramaian

- c. Keadaan lingkungan sekitar
- d. Kenyamanan Lingkungan

3.5.2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Menurut Suprpto (2020:37) variabel dependen atau variabel terikat yaitu variabel yang menentukan atau variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Variabel dependen adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah penelitian. Abubakar dalam Schiffman dan Kanuk (2018:88) mengatakan 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 indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Amstrong (2019:181) meliputi :

- a. Tujuan dalam membeli sebuah produk
- b. Memberikan rekomendasi pada orang lain
- c. Melakukan pembelian ulang

Untuk lebih memahami tentang variabel, definisi variabel, indikator dan pengukuran atas indikator diatas maka dilihat pada rangkuman Tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Kualitas produk (X1)	Menurut Effendi (2021:52) mengatakan bahwa : produk merupakan kumpulan atribut yang nyata dan tidak nyata didalamnya sudah tercangkup warna , harga kemasan , pritisie pabrik, pritisie pengecer dan pelayanan dari pabrik serta pengecer ang mungkin diterima oleh pembeli sebagai suatuyang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.	Performaance(kinerja) 2. features 3. Realiability (Kehandalan) 4. Comformance (kesesuaian) Durability (Dayatahan) 6. Serviceability 7. Estetika	Skalalikert

Harga(X2)	Menurut satriadi (2021:114) harga adalah salah satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pednapanan . Harga juga merupakan satu dari elemen pemasaran yang paling fleksibel. Tidak seperti fitur produk dan komitmen penyalur , harga dapat berubah dengan cepat.	Keterjangkauanharga 2. Kesesuain harga dengan kualitasproduk. 3. Daya saing Harga. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat. 5. Harga dapat memengaruhi konsumen dalam mengambilkeputusan.	Skalalikert
Promosi (X3)	Menurut Satriadi (2021:94) promosi adalah proses memberikaninformasi , membujuk sampai mempengaruhi proses pembelian atau penggunaan terhadap suatu produk atau jasa kepada konsumen.	1. Iklan 2. Media promosi 3.Penjualan Secara personal. 4.Pemasaranlangsung.	Skalalikert
Lokasi(X4)	Menurut Tjiptono (2020:2) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan tempat atau lokasi fisik suatu usaha atau pabrik.	1. Akses. 2. tempat parkir 3. Lalu lintas 4. Tempat parkir. 5. Ekspansi. 6. Lingkungan. 7. Persaingan. peraturan pemerintah	Skala Likert
Keputusan pembelian(Y)	Menurut Kotler (2019:70) mengatakan bahwa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk.	Pengenalankebutuhan . Pencarian informasi. 3. Penilaianalternatif. Keputusan pembelian. 5. Perilaku pasca pembelian.	Skalalikert

Sumber: Peneliti (2024)

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 dan 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 tujuandari analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Mendekripsikan data

Biasanya dalam bentuk frekuensi, dibuat tabel, grafik, sehingga dapat dipahami karakteristik data. Dalam statistika kegiatan mendekripsikan data ini dibahas pada statistika deskriptif.

2. Membuat induksi atau menarik kesimpulan karakteristik populasi

Karakteristik populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel. Kesimpulan yang diambil ini biasanya dibuat berdasarkan dugaan atau estimasi pengujian hipotesis. Dalam statistika kegiatan membuat induksi atau menarik kesimpulan tentang karakteristik populasi atau sampel ini dibahas statistika inferensial.

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

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, 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 gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompokkan 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.

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.

Tabel 3.3 Angka penafsiran

KATEGORI 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, 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 dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 atau lebih (X1), (X2), (X3), (X4) ... (Xn) dengansatu

variabel terikat (Sugiono, 2008:277). Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian) a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)

$b_1 \dots b_4$ = Koefisien regresi (konstanta) X_1, X_2, X_3, X_4

X_1 = Variabel Independen 1 (kualitas produk)

X_2 = Variabel Independen 2 (harga) X_3 = Variabel Independen 3

(promosi) X_4 = Variabel Independen 4 (lokasi)

e = Standar eror Sumber Sugiyono (2013:277)

Sebelum analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Pertama dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, 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 atau 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 sebenarnya (Afifudin dan Saebani, 2018:188). Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu koesioner. Suatu koesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada koesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang diukur oleh koesioner 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 koesioner maka dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-*

Total Correlation (Hamidi dalam Wicaksono, 2013:36).

2. Uji Reliabilitas

Pengujian Reliabilitas instrumen 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 instrumen dengan teknik-teknik tertentu. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan. Jika nilai Alpha $> 0,60$ maka reliabel.

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

Data dalam penelitian ini untuk mengolah data dari hasil penelitian ini dengan menggunakan Analisis Inferensial (kuantitatif). Dimana dalam analisis tersebut dengan menggunakan 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 bias 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) $< 0,5$ maka H_0 ditolak. Hal ini berarti data

residual tidak berdistribusi secara normal.

- b. Jika nilai $\text{Asym.Sig}(2\text{-tailed}) > 0,5$ 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 disebut homoskedastisitas (Gozali 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 di atas dan di bawah 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-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel independen = 0. Salah satu cara untuk mendeteksi kolinier dilakukan dengan mengkorelasikan antar variabel 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:

- a. Jika nilai tolerance $> 0,1$ dan $VIF < 10$ maka dapat diartikan bahwa terdapat multikolinieritas pada penelitian tersebut.
- b. 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 adanya apakah ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independent (kualitas produk, harga, promosi dan lokasi) terhadap variabel dependen (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).

1. Uji Serempak/Simultant (F)

Uji simultan digunakan untuk menguji besarnya pengaruh dan variabel independen secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat (Ghozali dalam Wicaksono, 2012:45). Uji F ini dilakukan dengan cara membandingkan anatar 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 offreedom*) $df = (n-k)$ 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 independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 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.

Guna mengetahui besarnya presentasi dari model persamaan yang digunakan dalam penelitian ini apakah telah mampu menjelaskan informasi yang terkandung dalam data dengan cara menghitung besarnya pengaruh langsung dari tap variabel *dependent*. Kelemahan mendasar penggunaan determasi adalah biasa terhadap jumlah variabel *independent* yang dimasukkan kedalam 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 suatu variabel *independent* ditambahkan kedalam 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 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* maka akan bernilai negatif.

2. Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk menentukan apakah variabel independen secara individu atau parsial berpengaruh dominan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai thitung masing-masing koefisien regresi dengan nilai ttabel tingkat signifikan 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) adalah:

- a. Jika thitung < ttabel maka Ho diterima artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika thitung > ttabel maka Ho ditolak dan menerima Ha artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat. Variabel bebas (X1, X2, X3 dan X4) terhadap variabel terikat (Y). Besarnya R^2 dihitung dengan rumus (Yuliara, 2016:4). Jika $R = 0$, maka variasi variabel variabel bebas (X1, X2, X3, dan X4) tidak sedikitpun dapat menjelaskan variasi variabel terikat (Y) dalam model persamaan regresi. Jika $R^2 = 1$ maka 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.