BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Pegadaian Cabang Karawang pada bulan Februari 2023 sampai April 2023, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada table di bawah ini:

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																											
		Februari				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				
1	Pengajuan Judul	■																											
2	Persetujuan dan Dosen Pembimbing		■																										
3	Pembagian Permohonan surat ijin penelitian		■																										
4	Penyusunan Proposal			■	■	■	■	■																					
5	Seminar Proposal								■																				
6	Perbaikan Hasil Seminar Proposal								■																				
7	Penelitian dan Penulisan Bab 4 & 5									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■									
8	Penyerahan Working in Progres 2																				■								
9	Sidang Skripsi & Ujian Komprehensif																						■						
10	Perbaikan Skripsi																							■					
11	Persetujuan dan Pengesahan Skripsi																							■					

Sumber: Rencana Penelitian 2023

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Maksud penelitian survei untuk penjagaan, deskriptif, penjelasan, evaluasi, prediksi atau peramalan, penelitian operasional dan pengembangan indikator-indikator sosial. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan).

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut Handayani (2020), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa atau suatu yang akan diteliti. Banyaknya anggota suatu populasi ialah ukuran populasi. Penentuan populasi merupakan tahapan penting dalam penelitian karena populasi dapat memberikan informasi atau data yang bermanfaat bagi suatu penelitian.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan PT Pegadaian Cabang Karawang. Jumlah pelanggan berdasarkan informasi sebanyak 143 orang ditahun 2021-2023. Oleh sebab itu dalam penelitian ini kami menggunakan angka 143 sebagai populasi penelitian.

3.3.2. Sampel

Sejalan dengan pengertian populasi, banyak juga ahli yang mendefinisikan pengertian tentang sampel. Arikunto (2019) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Hal ini berarti bahwa sampel mewakili populasi. Guna menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang lebih dikenal dngan istilah Rumus Slovin, sebagai berikut.

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

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

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{143}{143 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{143}{143 (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{143}{2,43}$$

$$n = 58,84 \text{ (dibulatkan menjadi 59 reponden)}$$

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat dua hal utama dalam yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrument berkenaan dengan validitas dan reabilitas instrument dan pengumpulan data berkenaan ketetapan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data.

Sujarweni (2020:94) menyatakan kuesioner merupakan suatu instrumen pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memeberikan beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada para responden untuk mereka jawab. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

1. Observasi (pengamatan)

Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dnegan teknik yang lain. Observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga objek-objek lain. 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.

2. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat perrtanyaan 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. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

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*).

3.5.1. Variabel Bebas

Variabel bebas (*independent variable*) atau yang 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 produk, harga dan promosi, yang penulis definisikan sebagai berikut:

1. Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Kotler dan Armstrong (2019:62)

- a. Keberagaman produk
- b. Kualitas produk (*product quality*)
- c. Merek (*brand*)
- d. Kemasan (*packaging*)

2. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang digunakan untuk mendapatkan produk-produk tertentu berupa barang atau jasa. Kotler dan Armstrong (2019:62)

- a. Daftar harga
- b. Diskon
- c. Potongan harga

3. Promosi

Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Kotler dan Armstrong (2019:62)

- a. Periklanan
- b. Promosi penjualan
- c. Hubungan masyarakat

4.5.2. Variabel Terikat

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam hal ini variabel bebas (*independent variable*). Oleh sebab itu, variabel bebas juga dikatakan sebagai variabel terpengaruh. Variabel terikat biasanya terletak diakhir penelitian, dalam penelitian ini variabel terikat yang digunakan yaitu keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah suatu pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan membuat pilihan pada suatu produk dari banyak pilihan. (Kotler Phillip, 2021).

- a. Adanya sebuah kemantapan produk
- b. Terdapat kebiasaan membeli
- c. Rekomendasi dari orang lain
- d. Adanya pembelian ulang

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Produk (X_1)	Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Kotler dan Armstrong. (2019:266).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keberagaman produk 2. Kualitas produk (product quality) 3. Merek (brand) 4. Kemasan (<i>packaging</i>) 	Skala Likert
Harga (X_2)	Harga adalah sejumlah uang yang digunakan untuk mendapatkan produk-produk tertentu berupa barang atau jasa. Gitosudarmo (2019).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Daftar harga 2. Diskon 3. Potongan harga 	Skala Likert
Promosi (X_3)	Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut. Laksana (2019:129).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Periklanan 2. Promosi penjualan 3. Hubungan masyarakat 	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	keputusan pembelian adalah suatu pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan membuat membuat pilihan pada suatu produk dari banyak pilihan. Yusuf (2021).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya sebuah kemantapan produk 2. Terdapat kebiasaan membeli 3. Rekomendasi dari orang lain 4. Adanya pembelian ulang 	Skala Likert

Sumber: Peneliti (2023)

3.6. Teknik Analisa Data

Teknik analisa data 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 independent dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian.

3.6.1. Skala dan Angket Penafsiran

Dalam penelitian menggunakan kuesioner. Maka untuk penilaiannya menggunakan Skala Likert, digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tau organisasi mengenai kejadian sosial (Sudaryono, 2018:190). Indikator dijadikan sebagai tolak ukur dalam pembuatan pernyataan atau pertanyaan yang perlu dijawab oleh responden. Pernyataan atau pertanyaan yang menyiapkan lima alternatif jawaban dan jawaban ini diberi skor 1, 2, 3, 4 dan 5. skor yang diberikan terhadap masing-masing skala adalah sebagai berikut:

a. Sangat Setuju	(Skor 5)
b. Setuju	(Skor 4)
c. Ragu-Ragu	(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 instrument yang dapat berupa pernyataan. Jawaban atas pernyataan atau pertanyaan 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 dikelompok-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 mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.3 dibawah ini.

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

Tabel 3.3. Angka Penafsiran

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

Sumber: Hasil penelitian, 2023 (Data diolah)

Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah:

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

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 da tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal

antara dua variabel bebas atau lebih (X_1), (X_2), (X_3)....(X_n) dengan satu variabel terikat. 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 = Produk

X_2 = Harga

X_3 = Promosi

e = Standar erorr

Namun demikian dalam ini, analisa regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus diatas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS).

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini, penulis akan menggunakan teknik analisis data yang sudah tersedia selama ini. Pertama, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji F (Uji Simultan), koefisien determisasi dan uji t (Uji Parsial).

3.6.3. Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kuakitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan

untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan valid dan reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kevalidan yang rendah disebabkan oleh alat ukur yang kurang memadai. Guna menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga kolerasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara menyeluruh dengan cara mengkolerasi setiap butir alat ukur dengan total skor yang merupakan jumlah setiap skor butir dengan rumus *Pearson Product Moment* 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_{hitung} = 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: Sujarweni (2020:83)

Namun demikian dalam penelitian ini, uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus diatas melainkan dengan menggunakan Statistical Program for Social Science (SPSS). Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada table *Item-Total Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > 0,3$.

2. Uji Reliabilitas

Setelah 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 atau tidaknya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya. Butir pernyataan kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apabila digubakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Dalam uji reliabilitas digunakan teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu dapat dikatakan handal (*reliabel*) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus alpha, sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{11}	= Nilai reliabilitas
$\sum S_i$	= Jumlah variabel skor setiap item
S_t	= Variabel total
K	= Banyaknya butir pertanyaan

Sumber: Arikunto dalam Kurniawan (2018:4)

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliable tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus diatas melainkan dengan menggunakan *Statistical Programfor Social Science* (SPSS). Guba melihat reliable atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada table *Reability Statistics* hasil pengelolaan data dengan menggunakan SPSS.

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi liner berganda khususnya yang berbasis Ordinary Least Square (OLS). Uji asumsi kalasik yang biasa digunakan dalam sebuah penalitian diantara meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedasititas, (4) uji auotokorelasi dan (5) uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunakam tiga uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedasititas.

1. Uji Normalitas

Menurut Gozali (2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Ada 2 cara umtuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi norma. Sedangkan jika hasil *One Sample Kolmogorov Smirnov* menunjukkan niali signifikan kurang dari 0,05 maka data tidak terdistribusi normal. (Sulaiman dalam Afifah, 2018: 116) Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada sebuah persamaan regresi yang dihasilkan. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau bahkan normal. Dalam penelitian ini akan digunakam program *Statistical Program for Social Science* (SPSS) dengan menggunakan pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan kolmogorv-smirnov test. Dalam penelitian ini akan digunakan pendekatan histogram.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke penmgamatan laim (Widodo, 2018:80). Uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan du acara yaitu dengan melihat pola gambar scatterplot maupun dengan uji statistik misalnya uji gletser pada penelitian ini menggunakan uji glejser yaitu dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Pada *Statistical Program for Social Science* (SPSS)

dapat dilihat dengan melihat nilai absolut pada tabel *Coefficients*. Jika nilai signifikansi variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$ maka tak terjadi heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* maupun dengan uji statistik misalnya uji glejser ataupun uji park. Namun demikian dalam penelitian ini akan digunakan SPSS dengan pendekatan grafik yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* yang dihasilkan SPSS tersebut. Dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik yang ada menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y dan di kanan maupun kiri angka nol sumbu X.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan adanya kolerasi sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen pada model regresi. Model regresi dapat dikatakan baik jika tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas. Dalam penelitian ini menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)* dengan melihat nilai *tolerance* dan *inflation factor (VIP)* pada tabel *Coefficients* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika nilai *tolerance* $> 0,1$ atau *VIF* < 5 .

3.6.5. Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya adalah 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 persial).

1. Uji Serempak / Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur berapa 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:

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*. Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel *Anova* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

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

$H_a : \beta_i \neq 0$; artinya variabel bebas berpengaruh pada 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:

a. $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa produk, harga dan promosi secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa produk, harga dan promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$) yang berarti bila $R^2 = 0$ berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square pada tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

3. Uji Parsial (Uji t)

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

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

Keterangan:

t_{hitung} = Nilai t

b = Koefisien regresi X

se = Standar error koefisien regresi X

Adapun bentuk pengujiannya:

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

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

b. $H_a : \text{minimal } \beta_i \neq 0 \text{ dimana } i = 1, 2, 3$

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

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

- a. $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variabel Produk, Harga dan Promosi secara Bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

- b. $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variabel Produk, Harga dan Promosi secara individual (persial) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.