

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Sate taichan hayuuu yang ada di bogor tepatnya berada di Jl. Surya kencana Bogor. Pelaksanaan penelitian berlangsung selama 6 (enam) bulan yang dimulai dengan kegiatan berupa observasi lapangan pada Bulan Maret 2023, 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 2023. Sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal	■																							
2	Pengajuan izin		■																						
3	Persiapan penelitian			■	■	■	■																		
4	Pengumpulan data					■	■	■	■	■	■	■	■												
5	Pengolahan data													■											
6	Analisis dan evaluasi														■	■									
7	Penulisan laporan															■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
8	Seminar hasil																							■	■

Sumber : Penelitian (2023).

3.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sujarweni dalam Stauss dan Corbin. (2020), yang dimaksud dengan penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Penelitian kuantitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsional organisasi, aktivitas sosial dan lain-lain tersebut.

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

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sujarweni (2020:80) Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli Sate Taichan dalam 1 tahun terakhir. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para pengunjung atau pun pelanggan Sate taichan hayuuu yang tidak di ketahui.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian karena terbatasnya dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel harus mewakili dan valid, yaitu bisa mengukur sesuatu yang seharusnya diukur (Sujarweni, 2020:80).

Berdasarkan penjelasan di atas, kesimpulannya Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diteliti. Hal ini mengatakan bahwa sampel mewakili populasi. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, Karena populasi yang tidak diketahui jumlahnya maka penulis menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, yaitu:

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

Keterangan: n = Jumlah sampel yang dicari z = Nilai standar = 1,96 p = Maksimal

estimasi = 50% = 0,5 d = Alpha (0.10) atau sampling error = 10%

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

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

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data menurut Sujarweni (2020:93) merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menggiring informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian. Metode pengumpulan data ini disesuaikan dengan keadaan dan kondisi objek yang diteliti. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner (angket), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Sekarang (1992) mengemukakan beberapa prinsip dalam penulisan angket sebagai teknik pengumpulan data yaitu: prinsip penulisan, pengukuran, dan penampilan fisik (Sugiyono, 2019:195).

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 (*Independent Variabel*)

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

1. Kualitas produk (X1)

Kualitas produk merupakan karakteristik suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan (Kotler dan Armstrong, dalam Pratama dan Sugiyono (2020:03). Kotler dan Armstrong dalam Pratama dan Sugiyono (2020:02) mengemukakan bahwasanya variabel kualitas produk memiliki beberapa indikator yang dapat mendukung, yaitu :

- a. Spesifikasi produk
- b. Kinerja produk
- c. Tampilan produk
- d. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk.

2. Lokasi (X2)

Berdasarkan menurut Tjiptono (2020:29), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi fisik suatu usaha atau pabrik, yaitu sebagai berikut :

- a. Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- b. Visibilitas, yaitu lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
- c. Lokasi yang luas, nyaman, dan aman, baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
- d. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan. Sebagai contoh, restoran/rumah makan berdekatan dengan daerah pondokan, asrama, mahasiswa kampus, sekolah, perkantoran, dan sebagainya.

3. Promosi (X3)

Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calonkonsumen tentang barang dan produk. Menurut Julian Cummins (2017:9-10), mengatakan promosi, unsur ke empat dalam bauran pemasaran, pada umumnya dibagi menjadi lima alat yang berlainan, tetapi semuanya berkontribusi pada pencapaian sasaran pemasaran. Alat-alat ini adalah:

- a. Iklan
- b. Promosi penjualan
- c. Publisitas
- d. Penjualan secara personal
- e. Pemasaran langsung.

3.5.2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Kotler dan Keller (2019:166) mengatakan bahwa perilaku pembelian konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman. adapun indikatornya meliputi:

1. Keputusan pilihan produk
2. Keputusan merek
3. Keputusan pilihan penyalur
4. Keputusan jumlah pembelian

Untuk lebih memahami tentang variabel, definisi variabel, indikator dan pengukuran atas indikator di atas maka dapat dilihat pada rangkuman tabel 3.6 berikut.

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Kualitas produk(X1)	Kualitas produk merupakan karakteristik suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan (Kotler dan Armstrong, dalam Pratama dan Sugiyono (2020:03).	1. Spesifikasi produk 2. Kinerja produk 3. Tampilan produk 4. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk.	Skala likert
Lokasi (X2)	Berdasarkan menurut Tjiptono (2020:29), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi fisik suatu usaha atau pabrik, yaitu sebagai berikut:	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lokasi parkir luas dan nyaman 4. Lingkungan yaitu daerah sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan	Skala likert
Promosi (X3)	Menurut Julian Cummins (2017:9-10), mengatakan promosi, unsur ke empat dalam bauran pemasaran, pada umumnya dibagi menjadi lima alat yang berlainan, tetapi semuanya berkontribusi pada pencapaian sasaran pemasaran.	1. Iklan 2. Promosi penjualan 3. Publisitas 4. Penjualan secara personal 5. <i>Pemasaran langsung</i>	Skala likert
Keputusan Pembelian (Y)	Ahli lainnya, Kotler dan Keller (2019:166) mengatakan bahwa perilaku pembelian konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman.	1. Keputusan pilihan produk 2. Keputusan merek 3. Keputusan penyalur 4. Keputusan jumlah pembelian	Skala likert

Sumber : Penulis (2023)

3.5.3 Teknik Analisis Data

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Analisis data merupakan suatu langkah yang sangat penting dalam penelitian. Menurut Sujarweni, (2020:121), analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah. Adapun tujuan dari analisis data tersebut adalah sebagai berikut:

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

3.5.4 Skala dan Angka Penafsiran

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

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

Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Jawaban atas pernyataan yang diolah sampai menghasilkan kesimpulan. Untuk menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan diklasifikasikan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju dengan apa yang tercantum dalam pernyataan-pernyataan. Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangi skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti terlihat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

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

Tabel 3.3 Angka Penafsiran

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, 2023 (Data diolah)

3.5.5 Persamaan Regresi

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis Regresi berganda adalah meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependent* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *independent* sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel *independent-nya* minimal 2 atau lebih (X1), (X2), (X3), (Xn) 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)

b1...b3 = Koefisien regresi (konstanta) X1,X2,X3
X1 = Variabel *independent* 1 (Kualitas Produk)
X2 = Variabel *independent* 2 (Lokasi)
X3 = Variabel *independent* 3 (Promosi)
e = Standar erorr

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

3.5.6 Uji Kualitas Data

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

1. Uji Validitas

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

2. Uji Reliabilitas

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

3.5.7 Uji Asumsi Klasik

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

1. Uji Normalitas

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

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

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

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas. Adapun dasar pengambilan keputusan analisis uji

heteroskedastisitas adalah :

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

3. Uji Multikolinieritas

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

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

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

3.5.8 Uji Hipotesis

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

1. Uji Simultan (F)

Uji simultan merupakan pengujian terhadap signifikansi model secara simultan atau

bersama-sama. Uji simultan digunakan untuk menguji besarnya pengaruh dari variabel *independent* secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat. Uji F ini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai F kritis (F_{tabel}) dengan F_{hitung} yang terdapat pada tabel *analysis of variance*. Untuk menentukan nilai F_{tabel} , tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = (n-k)$ dan $(k-1)$ dimana n adalah jumlah sampel. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variannya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan sebagai berikut :

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

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

Kelemahan mendasar penggunaan determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel *independent* yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel *independent* maka R^2 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^2 , nilai *Adjusted R square* dapat naik atau turun apabila satu 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 $R^2 = 1$ maka $\text{Adjusted } R^2 = R^2 = 1$. Sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka $\text{Adjusted } R^2 = (1-k) / (n-k)$. Jika $k > 1$, maka $\text{Adjusted } R^2$ akan bernilai negatif.

2. Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk menentukan apakah variabel *independent* secara individu

atau parsial berpengaruh dominan terhadap variabel *dependent*. Pengujian ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t-hitung masing-masing koefisien regresi dengan nilai t-tabel tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan df (n-k-1), dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel. Kriteria yang digunakan adalah :

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima artinya variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.
 - b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a artinya variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependent*.
3. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel X terhadap Y. Dinyatakan dalam %, sisanya berarti dipengaruhi oleh variabel X lainnya yang tidak diteliti dan 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*.

4. Uji Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui apakah secara sendiri-sendiri (parsial) variabel X berpengaruh signifikan terhadap Y atau tidak. Dikatakan berpengaruh jika Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Adapun rumus yang digunakan, sebagai berikut :

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

Keterangan:

t_{hitung} = Nilai t

b = Koefisien regresi X

se = Standar error koefisien regresi X

Adapun bentuk pengujiannya adalah :

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

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

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

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% (α 0,050) dengan ketentuan sebagai berikut :

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas produk, lokasi dan promosi secara sendiri-sendiri (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap Sate Taichan Hayuuu Cabang Surya Kencana Kota Bogor.

b. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa produk, lokasi dan promosi secara sendiri-sendiri (parsial) berpengaruh signifikan terhadap Sate Taichan Hayuuu Cabang Surya Kencana Kota Bogor.