

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat Dan Waktu Penelitian

Selanjutnya yaitu pada bab ini merupakan metodologi penelitian atau cara-cara untuk meneliti sebuah permasalahan yang telah peneliti rancang dan persiapkan. Tempat penelitian ini akan dilaksanakan di Wilayah Kecamatan Cisarua Bogor pada Bulan Maret 2022 sampai Agustus 2022, 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: Rencana Penelitian (2022).

3.2. Jenis Penelitian

Penelitian adalah merupakan suatu metode untuk menemukan kebenaran yang juga merupakan pemikiran kritis (*critical thinking*). Penelitian meliputi pemberian definisi dan redefinisi terhadap masalah, memformulasikan hipotesis atau jawaban sementara, membuat kesimpulan dan sekurang-kurangnya mengadakan pengujian yang hati-hati untuk menentukan apakah ia cocok dengan hipotesis (Woody dalam Siregar, 2016:100). Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah kuantitatif dengan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi.

Metode penelitian survei memiliki maksud untuk penjajagan (*explorative*), deskriptif, penjelasan (*explanatory* atau *confirmatory*), evaluasi, prediksi atau peramalan, penelitian operasional dan pengembangan 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, 2015:6).

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi adalah area umum yang terdiri dari subjek/objek yang mempunyai kualitas dan sifat serta ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang memutuskan untuk membeli Sepeda Motor Honda Beat di Kecamatan Cisarua Bogor.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah 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 (Sugiono, 2019:127).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability dengan teknik purposive sampling. Guna menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dicari

N = ukuran populasi

e = nilai margin of error (besar kesalahan) dari ukuran populasi

$$N / (1 + (N \times e^2))$$

$$n = 1.000 / (1 + (1.000 \cdot (10^2)))$$

$$n = 1.000 / (1 + (1.000 \cdot (0,01)))$$

$$n = 1.000 / (1+10)$$

$$n = 1.000/11$$

$$n = 90,9 \text{ (dibulatkan menjadi 100 responden).}$$

Guna mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi penelitian di atas, maka dari itu penulis menggunakan teknik pengambilan sampel berupa Probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel berupa Cluster Random Sampling. Yang termasuk dalam kategori probability sampling. Menurut sugiyono (2017:82) ” probability sampling memiliki arti bahwa teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel cluster random sampling yang akan digunakan pada penelitian ini akan dispesifikasikan melalui demografi tempat tinggal (domisili) yang berada di kecamatan cisarua Bogor. Berdasarkan hal tersebut, penarikan sampel dengan pertimbangan bahwa yang menjadi responden adalah sebagai berikut:

1. Responden berusia minimal 25 tahun
2. Responden yang menggunakan produk Sepeda Motor Honda Beat.
3. Responden yang bersedia mengisi lembar kuesioner penelitian.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Siregar (2016:128) data adalah bahan mentah yang perlu diolah Sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta atau juga dapat didefinisikan data merupakan kumpulan fakta angka atau segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannya sehingga dapat digunakan sebagai dasar menarik suatu kesimpulan. Syarat-syarat data yang baik adalah data harus akurat, data harus relevan dan data harus uptodate. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2015:224).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer yang dikumpulkan langsung melalui metode pengumpulan data kuesioner. Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada (Siregar, 2016:132).

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 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 biasa disebut variabel X merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Yang sering disebut dengan variabel Y menurut Sugiyono (2017:39). sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X_1)

Menurut Philip Kotler dan Keller (2016:164) mengatakan bahwa *product quality* atau kualitas produk adalah kemampuan yang dimiliki suatu produk dalam memberikan hasil serta kinerja yang sesuai bahkan melebihi keinginan atau harapan dari konsumen akan produk yang dibeli dan dikonsumsi. menurut sudirman (2019:3). Setidaknya memiliki tujuh indikator diantaranya:

- a. Kinerja (*Performance*)
- b. Karakteristik atau keunggulan
- c. Kesesuaian dan spesifikasi
- d. Keandalan (*Reliability*)
- e. Keawetan (*Durability*)

- f. Estetika (*Aesthetics*)
 - g. Kemudahan layanan
2. Harga (X_2)

Menurut Malau (2017:126), harga adalah pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Dalam peranannya sebagai penentu alokasi sumber-sumber yang langka, harga menentukan apa yang diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan memperoleh berapa banyak barang atau jasa yang diproduksi (permintaan). Adapun indikator harga, dikatakan oleh setyo (2017:758) meliputi beberapa hal diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Keterjangkauan harga
 - b. Kesesuaian harga dengan kualitas
 - c. Daya saing harga
 - d. Potongan harga
3. Promosi (X_3)

Menurut Alma (2018:97). Promosi adalah upaya yang dilakukan seorang penjual dalam berkomunikasi kepada target konsumennya untuk memberikan pengaruh sikap konsumen dengan cara membagi informasi, ide, dan perasaan. Menurut kotler dan keller (2016:272) mengatakan bahwa indikator variabel promosi adalah sebagai berikut:

- a. Komunikasi dalam promosi
- b. Saluran (media) promosi
- c. Waktu promosi
- d. Frekuensi promosi

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 digunakan penulis menggunakan keputusan pembelian sebagai variabel terikatnya (Y). Pada dasarnya, keputusan pembelian merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi, memilih, membeli, menggunakan suatu produk atau jasa, kemudian bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan pengalaman untuk

memberikan kepuasan sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya (Kotler dan Keller, 2018:166). Berikut ini beberapa indikator keputusan pembelian menurut Sitompul (2019:326) adalah sebagai berikut :

- a) Identifikasi kebutuhan.
- b) Menggali informasi produk.
- c) Melakukan pembelian produk.
- d) Perilaku setelah membeli.

Guna memahami lebih dalam tentang variabel, definisi variabel, indikator dan pengukuran atas indikator di atas maka dapat dilihat pada Tabel 3.2. di bawah ini :

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel

| VARIABEL | DEFINISI | INDIKATOR | UKURAN |
|------------------------------------|--|--|--------------|
| Kualitas. Produk (X ₁) | Menurut Kotler dan Keller (2016:164). Kualitas produk adalah kemampuan yang dimiliki suatu produk dalam memberikan hasil serta kinerja yang sesuai bahkan melebihi keinginan atau harapan konsumen. | <ol style="list-style-type: none"> a. Kinerja b. Fitur c. Kesesuaian spesifikasi d. Ketahanan e. Keandalan f. <i>Serviceability</i> g. Estetika | Skala Likert |
| Harga. (X ₂) | Menurut Malau (2017:126). Harga adalah pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. | <ol style="list-style-type: none"> a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas c. Daya saing harga d. Potongan harga | Skala Likert |
| Promosi (X ₃) | Menurut Alma (2018:97). Promosi adalah upaya yang dilakukan seorang penjual dalam berkomunikasi kepada target konsumennya untuk memberikan pengaruh sikap konsumen dengan cara membagi informasi, ide, dan perasaan. | <ol style="list-style-type: none"> a. Komunikasi dalam promosi b. Saluran (media) promosi c. Waktu promosi d. Frekuensi promosi | Skala Likert |
| Keputusan Pembelian (Y) | Menurut, Kotler dan Armstrong (2017:180) keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli. Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Keputusan ini melibatkan pilihan antara dua atau lebih alternatif. | <ol style="list-style-type: none"> a. Identifikasi kebutuhan b. Menggali informasi produk c. Melakukan pembelian d. Perilaku setelah membeli | Skala Likert |

Sumber :Peneliti (2022)

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis 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 independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

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 dikelompok-kelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, netral, 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 di bawah ini.

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

Tabel 3.2. 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,2022 (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 berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas). 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 = Kualitas Produk
 X_2 = Harga
 X_3 = Promosi
E = Standar error

Sumber: Sugiyono (2015:275)

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas 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 reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji F (Uji Simultan), koefisien determinasi dan uji t (Uji Parsial).

3.6.3. Uji Kualitas Data

Penelitian 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 yang pertama dilakukan adalah uji validitas, yaitu mengukur valid atau tidaknya setiap instrumen pernyataan yang diberikan kepada responden. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Meteran yang valid dapat digunakan untuk mengukur panjang dengan

teliti, karena meteran memang alat untuk mengukur panjang. Meteran tersebut menjadi tidakvalid jika digunakan untuk mengukur berat (Sugiyono, 2015:121). Menurut Bailey dalam Siregar (2016:162) validitas terbagi menjadi tiga kelompok yaitu: face validity, criterionvalidity, dan construct validity. Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, bila koefisien korelasi product moment melebihi 0,3 (Soegiyono dalam Siregar, 2016:164). Rumus yang bisa digunakan untuk uji validitas menggunakan teknik korelasi product momment 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 berikat
- $\sum X_1$ = Jumlah skor item
- $\sum Y_1$ = Jumlah skor total (sebuah item)
- N = Jumlah responden

Sumber: Siregar (2016:164)

Namun dalam penelitian, pnulis tidak akan melakukan uji validitas secara manual seperti rumus diatas, uji validitas akan dilakukan menggunakan *Satistical Package for Social Sience* (SPSS versi 22). Untuk melihat valid atau tidaknya instrumen atau pernyataan dalam kuesioner dapat dilihat pada Item-Total Statistics kolom Corelation, jika rhitung > 0,300 maka instrumen atau pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid dan jika rhitung < 0,300 maka instrumen atau pernyataan dalam kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Validitas

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 bawa uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya. Butir pernyataan kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apabila

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:

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

Keterangan :

r_{11} = Nilai reliabilitas
 $\sum S_i$ = Jumlah Variabel skor setiap item
 S_t = Variabel total
 K = Banyaknya butir pertanyaan
 Sumber: Siregar (2016:176)

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliabel tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Guna melihat reliabel atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Reability Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Nilai koefisien korelasi hasil perhitungan ternyata lebih besar dari pada nilai r dalam tabel, uji reliabilitas signifikan. Dengan kata lain, instrumen penelitian reliabel.

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 diantara meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunaka 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F

mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua acara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. (Ghozali, 2016:154).

2. Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factors (VIF). Dikatakan bebas multikolinieritas apabila nilai tolerance $< 0,1$ dan nilai VIF > 5 . Jadi bila nilai tolerance $< 0,1$ dan VIF > 5 berarti terdapat kasus multikolinieritas (Ghozali, 2016:103).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas (Ghozali, 2016:138). Cara mendeteksi heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya dan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatter plot. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola-pola yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2016:138).

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 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* (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: Sugiyono (2016:252)

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 terhadap variabel terikat

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

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

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

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

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas 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 bahwa bila $R^2 = 0$ berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square pada tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

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:

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

Keterangan:

t_{hitung} = Nilai t

b = Koefisien regresi X

se = Standar error koefisien regresi X

Sumber: Jakaria (2015:157)

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 : minimal satu $\beta_i \neq 0$ 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 kualitas produk, harga dan promosi secara sendiri-sendiri (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada Masyarakat di Kecamatan Cisarua Bogor.

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

Artinya variabel kualitas produk, harga dan promosi secara sendiri-sendiri (parsial) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada Masyarakat di Kecamatan Cisarua Bogor