

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) karena peneliti secara langsung akan terlibat dalam aktivitas objek penelitian.¹ Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data empiris dengan melakukan survei kuesioner terhadap konsumen B'lian Resto, serta menguji dan menjelaskan pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada B'lian Resto. Selain itu, peneliti datang langsung ke lapangan untuk mendapatkan data yang spesifik.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Secara khusus, istilah metode penelitian mengacu pada filosofi *positivisme* yang berguna untuk penelitian dan pengambilan sampel populasi atau sampel tertentu. Mengumpulkan data menggunakan instrumen dan menggunakan analisis data statistik untuk menguji hipotesis. Penggunaan angka sangat penting dalam penelitian kuantitatif, dimulai dengan pengumpulan data, interpretasi data dan penyajian hasil serta kesimpulan disertai gambar, grafik, tabel dan lain sebagainya untuk mempermudah pemahaman. Peneliti di bidang pengolahan data memanfaatkan aplikasi *SPSS for windows*.² Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana respon konsumen pada B'lian Resto terhadap variabel bebas berupa harga, kualitas produk dan lokasi, serta variabel terikat berupa keputusan pembelian.

B. Setting Penelitian

Pengambilan lokasi dalam penelitian ini adalah B'lian Resto Desa Undaan Lor Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus.

¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenamedia Grup, 2005).

² Muh. Yani Balaka, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Widina Media Utama, 2022).

Penulis mengambil lokasi penelitian di B'lian Resto karena peneliti ini melihat bahwa B'lian Resto adalah rumah makan yang banyak diminati masyarakat untuk dikunjungi dan melakukan aktivitas pembelian makanan. B'lian Resto ini selalu mengutamakan kesesuaian harga dan kualitas produk yang terjangkau supaya banyak diminati oleh konsumen. Selain itu lokasi B'lian Resto sangat strategis yang berada di pinggir jalan. Penelitian di B'lian Resto dengan cara responden mengisi kuesioner yang dibuat oleh peneliti.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono populasi merupakan cakupan keseluruhan daerah yaitu obyek atau subyek yang memiliki syarat tertentu yang dibuat oleh peneliti untuk dianalisis dan mengambil kesimpulannya.³ Populasi didalam penelitian ini ialah para konsumen yang berkunjung dan melakukan aktivitas pembelian di B'lian Resto Desa Undaan Lor Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus.

2. Sampel

Sampel adalah metode atau teknik yang digunakan peneliti Secara selektif memilih sejumlah kecil individu untuk tujuan pengamatan dari suatu populasi yang sebelumnya digunakan sebagai subjek penelitian (sumber data) sesuai dengan tujuannya.⁴ Singkatnya, pemilihan sampel harus benar-benar mewakili populasi yang ada karena sampel merupakan komponen dari jumlah dan karakteristik populasi.⁵

Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability* sampling dengan pendekatan Sampling Insidental (*accidental sampling*) yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan kebetulan atau secara acak, yaitu setiap orang dalam populasi yang bertemu

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

⁴ and Pariyana Eddy Roflin, Iche Andriyani Liberty, *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran* (Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2021).

⁵ Deri Firmansyah and Dede, "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review," *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)* 1, no. 2 (2022): 85–114, <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>.

dengan peneliti secara kebetulan/acak dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang kebetulan ditemui cocok dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sebagai sumber data.⁶

Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka dasar yang digunakan peneliti untuk pengambilan sampel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *Lemeshow*, sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q}{L^2}$$

eterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

Z = Harga kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% (0,5)

q = Peluang salah 50% (0,5)

L = Tingkat kesalahan sampel (sampling error) 10%

Diketahui bahwa jumlah konsumen pada B'lian Resto Undaan sebagai populasi tidak diketahui, perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus diatas dengan sampling error sebesar 10%, maka perhitungannya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2} \\ &= 96,04, \text{ sampel } \pm 96 \text{ orang.} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan, jumlah sampel yang didapat sebanyak 96,04 responden. Untuk memudahkan dalam penelitian, peneliti mengambil sampel sebanyak 96 responden yang berasal dari konsumen B'lian Resto Undaan.⁷

⁶ Siti Aulia and Tri Sudarwanto, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Depot Pak Qomar Surabaya)," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 3, no. 3 (2016): 1–12.

⁷ Derma H. Pane and Tiurniari Purba, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Di Situs E-Commerce Bukalapak," *Jurnal Ilmiah Kohesi* 4, no. 3 (2020): 149–55.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Desain Variabel

Menurut penjelasan Sugiyono bahwa variabel penelitian adalah atribut atau sifat seseorang, objek atau kegiatan, yang mempunyai variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.⁸ Penelitian ini menggunakan 2 (dua) jenis variabel, yaitu:

a. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel independen (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif, akan terlihat bahwa variabel yang menjelaskan mengenai jalan atau cara sebuah masalah dipecahkan adalah tidak lain variabel-variabel independen.⁹ Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah harga, kualitas produk dan lokasi.

b. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel dependen (Y) adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti, nuansa sebuah masalah tercermin dalam variabel dependen. Hakekat sebuah masalah (*the nature of a problem*) mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel dependen yang digunakan dalam sebuah model. Variabilitas atau faktor inilah yang berusaha untuk dijelaskan oleh seorang peneliti.¹⁰ Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah keputusan pembelian.

⁸ Yani Restiani Widjaja and Febi Dwi Jayanti Rahmat, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Kampong Sawah Kabupaten Bandung," *Ekspansi* 9, no. 1 (2017): 71–95.

⁹ Ferdinand Augusty Tae, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, Dan Disertai Ilmu Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang, 2006).

¹⁰ Rihasto Mega Saputro et al., "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Grand Panorama Resto Semarang)," *Diponegoro Journal of Management* 4, no. 2 (2015): 1–14, <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
1.	Harga (X_1)	Menurut Kotler dan Armstrong, harga adalah jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, kuantitas dan nilai dari suatu produk atau jasa yang dimiliki atau digunakan. ¹¹	a. Keterjangkauan b. Harga didasarkan pada kualitas produk. c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga berdasarkan manfaat	Kotler & Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I, Edisi 13 (Jakarta: Erlangga, 2008) yang digunakan dalam penelitiannya Yani Restiani Widjaja dan Febi Dwi Jayanti Rahmat. ¹²
2.	Kualitas Produk (X_2)	Tjiptono Fandy menyatakan kualitas produk adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. ¹³	a. Kinerja (<i>performance</i>) b. Fitur (<i>features</i>) c. Kemampuan melayani (<i>Serviceability</i>) d. Keandalan (<i>reliability</i>) e. Konformasi (<i>conformance</i>) f. Daya tahan (<i>durability</i>) g. Estetika (<i>aesthetics</i>)	Tjiptono Fandy, Strategi Pemasaran, Edisi 3 (Yogyakarta: Andi Offset, 2012) yang digunakan dalam penelitiannya Yani Restiani Widjaja dan Febi Dwi

¹¹ Kotler, *Principle of Marketing, 10th Editon/International Edition*.

¹² Widjaja and Rahmat, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumh Makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung."

¹³ Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran, Edisi 3* (Yogyakarta: Andi Offset, 2012).

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
			h. Persepsi terhadap kualitas (<i>perceived quality</i>)	Jayanti Rahmat. ¹⁴
3.	Lokasi (X ₃)	Tjiptono Fandy mengatakan lokasi merujuk pada segala aspek kegiatan pemasaran dalam upaya mempermudah penyaluran atau penyampaian suatu barang maupun jasa dari produsen pada konsumennya. ¹⁵	a. Akses b. Visibilitas c. Tempat parkir yang luas d. Lalu lintas e. Ekspansi f. Lingkungan	Tjiptono Fandy, <i>Strategi Pemasaran</i> (Yogyakarta: Andi Offset, 2002) yang digunakan dalam penelitiannya Nadia Benita Putri dan Junko Alessandro Effendy. ¹⁶
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Kotler dan Amstrong, keputusan pembelian ialah tahapan sebuah proses mengambil keputusan ketika konsumennya secara aktual hendak membeli	a. Pengenalan Masalah. b. Pencarian Informasi. c. Evaluasi Alternatif. d. Keputusan Pembelian. e. Perilaku Pasca Pembelian.	Amstrong Kotler, <i>Pemasaran Jasa</i> (Malang: Bayu Media Publishing, 2012) yang digunakan dalam penelitiannya

¹⁴ Widjaja and Rahmat, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung.”

¹⁵ Tjiptono Fandy, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 2002).

¹⁶ Nadia Benita and Junko Alessandro, “Analisa Pengaruh Product, Price, Place, Dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Ayam Goreng Echo,” *Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 7 (2022): 331–45.

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
		suatu barang ataupun jasa. ¹⁷		Nadia Benita Putri dan Junko Alessandro Effendy. ¹⁸

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah penting dalam sebuah penelitian. Pengumpulan data dengan teknik yang tepat sangat dibutuhkan untuk mendapatkan data yang *valid* dan *reliable*. Pengumpulan data sendiri ialah proses untuk mengungkap beberapa fenomena, kondisi lokasi penelitian, dan informasi sesuai dengan lingkup yang dikaji oleh peneliti, untuk menjawab pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis.¹⁹ Pengumpulan data dapat dilaksanakan dengan mengacu pada sumber data yang digunakan. Sumber data menurut Edi Riadi ialah semua hal yang dapat memberikan informasi mengenai data.²⁰ Sumber data ada 2 (dua) yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah informasi tentang data yang dibutuhkan yang telah diperoleh langsung dari sumbernya. Pengumpulan langsung seperti melalui penyebaran kuesioner dan metode observasi merupakan salah satu cara untuk memperoleh data primer.²¹

¹⁷ Armstrong, *Principles of Marketing. 12th Edition Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran*.

¹⁸ Nadia Benita and Junko Alessandro, "Analisa Pengaruh Product, Price, Place, Dan Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Ayam Goreng Echo," *Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 7 (2022): 331–45.

¹⁹ M. Sidik Priadana and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Tangerang: Pascal Books, 2021).

²⁰ M Sari, M. S., & Zefri, "Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, Dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelolaan Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura," *Jurnal Ekonomi* 21, no. 3 (2019): 308–15.

²¹ Sari, M. S., & Zefri.

a. Observasi

Observasi menurut Istijanto ialah proses sistematis pengumpulan informasi dengan mengamati dan merekam pola perilaku seseorang, objek, atau peristiwa.

Menurut Sugiyono, observasi adalah suatu proses yang melibatkan berbagai macam proses. Namun untuk memperoleh data berdasarkan fakta tentang realitas yang dikumpulkan melalui observasi.²² Observasi merupakan dasar ilmu pengetahuan, dikarenakan ilmuwan menghasilkan sesuatu berdasarkan data berupa fakta yang diperoleh dari hasil kegiatan observasi.²³

b. Kuesioner atau angket

Kuesioner menurut Sugiyono adalah metode yang efektif untuk mengumpulkan data jika peneliti sudah terbiasa dengan variabel yang akan diukur dan harapan responden. Kuesioner adalah prosedur pengumpulan informasi dengan menyediakan sejumlah pertanyaan kepada responden yang akan ditanggapi nanti.²⁴ Prinsip-prinsip yang harus diperhatikan dalam menyusun pertanyaan pada kuesioner, yaitu:

- a) Tujuan dan isi dari pertanyaan peneliti.
- b) Terdapat skala pengukuran.
- c) Bahasa yang mudah dipahami oleh responden.
- d) Pertanyaan berbentuk tertutup dan bisa ditambah bentuk pertanyaan terbuka sebagai pelengkap.
- e) Pertanyaan dapat bersifat positif dan negatif.
- f) Pertanyaan tidak boleh bersifat ambigu atau membingungkan.
- g) Pertanyaan dilarang mengarah pada persepsi yang baik atau sebaliknya.
- h) Pertanyaan dilarang terlalu panjang dan bertele-tele.²⁵

²² Nina Shabrina et al, "Pengaruh Motivasi Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV Muslim Galeri Indonesia."

²³ Rifa'i Abubakar, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2021).

²⁴ Nina Shabrina et al, "Pengaruh Motivasi Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV Muslim Galeri Indonesia" 3, no. 2 (2020).

²⁵ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Bantul: Penerbit KBM Indonesia, 2021).

Alat pengukur data yang digunakan adalah skala Likert dengan menggunakan kriteria skor. Menurut Sugiyono, skala likert juga disebut summated rating scale, merupakan tehnik pengukuran sikap yang paling luas yang digunakan dalam riset pemasaran, skala ini memungkinkan responden untuk mengapresiasi intensitas perasaan mereka.²⁶

Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert

No.	Jawaban	Skala
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Ragu-Ragu/ Netral	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

2. Data Sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono ialah sumber data yang memberikan data kepada pengumpul data secara tidak langsung. Data sekunder dalam penelitian dapat berupa buku referensi, jurnal penelitian, internet, dan lain sebagainya.²⁷

F. Teknik Analisis Data

Kegiatan analisis yang dilakukan dengan menelaah seluruh instrumen dalam suatu kajian informasi dikenal dengan teknik analisis data. Kegiatan menganalisis data dilakukan supaya data yang ada dapat mudah dipahami, sehingga didapatkan suatu kesimpulan.²⁸ Adapun pembagian teknik analisis data, yaitu sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif ialah statistik yang menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan dalam keadaan saat ini untuk

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

²⁷ Jose Beno, Adhi Pratisha Silen, dan Melda Yanti, "Dampak Pandemi Covid-19 Pada Kegiatan Ekspor Impor (Studi Pada PT. Pelabuhan Indonesia II (PERSERO) cabang Teluk Bayur)" *Jurnal Saintek Maritim* 22 (2) (2022).

²⁸ Priadana and Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*.

menganalisisnya. Statistik deskriptif menyajikan data dapat berupa berbagai macam bentuk, seperti tabel, grafik, diagram lingkaran, perhitungan mean, median, modus, standar deviasi, dan perhitungan persentase.²⁹

2. Uji Kualitas Data

2.1 Uji Validitas

Validitas dalam penelitian menjelaskan seberapa akurat alat pengukur yang digunakan dalam penelitian terhadap kandungan yang akan diukur. Uji validitas menurut Ghoo, validitas kuesioner dapat dinilai dengan menggunakan uji validitas. Pertanyaan-pertanyaan yang ada, dapat mengungkapkan apa yang akan diukur oleh kuesioner, sehingga dapat mengungkapkan valid atau tidaknya suatu kuesioner. Oleh karena itu, data yang tidak berbeda dengan data yang dilaporkan peneliti atau data sebenarnya dianggap valid. Adapun kriteria penilaian uji validitas yakni, sebagai berikut:

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, (uji 2 sisi dengan sig. 0,05), maka kuesioner tersebut dinyatakan valid.
- b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, (uji 2 sisi dengan sig. 0,05), maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid.³⁰

2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang berguna untuk mengukur indikator variabel dalam suatu kuesioner. Apabila jawaban responden terhadap pernyataan tersebut konsisten dari waktu ke waktu, maka kuesioner tersebut dianggap *reliabel* atau dapat dipercaya. Ukur reliabilitas suatu variabel dengan melihat *Cronbach's alpha* dengan signifikansi lebih besar dari 0,70. Adapun kriteria pengujian reliabilitas menurut Ghozali, sebagai berikut:

- a. Apabila koefisien reliabilitasnya $>$ dari 0,70, maka dinyatakan *reliable* (handal)

²⁹ Eko Purnomo and Euphrasia Suzy Suhendra, "Analisis Masa Kerja Dan Promosi Terhadap Kinerja Karyawan BPJS Ketenagakerjaan," *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 5, no. 1 (2020): 32–43, <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i1.13801>.

³⁰ Ilham Agustian et al., "Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan di PT. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu" *Jurnal Professional FIS UNIVED* 6, no. 1 (2019): 42–60

- b. Apabila koefisien reliabilitasnya $<$ dari 0,70, maka dinyatakan tidak *reliable* (tidak handal).³¹

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah sebuah model regresi yang didapat dari model kuadrat kecil biasa (*Ordinary Least Squares/OLS*) yang merupakan model regresi penghasil estimator tidak bias yang terbaik (*Best Linear Unbias Estimator/BLUE*).³² Uji asumsi klasik juga dapat diartikan sebagai ketentuan yang harus dijalankan pada analisis regresi berganda.³³ Uji asumsi klasik terbagi menjadi beberapa macam, yakni sebagai berikut:

3.1 Uji normalitas

Salah satu cara untuk menentukan apakah suatu data berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak adalah dengan uji normalitas.

Data dianggap normal jika meluas sepanjang garis dan mengikutinya. Pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*, dengan kriteria sebagai berikut:

- Apabila nilai signifikansi (Asym Sig 2 tailed) $>$ 0,05, maka data tersebut berdistribusi normal.
- Apabila nilai signifikansi (Asym Sig 2 tailed) $<$ 0,05, maka data tersebut tidak berdistribusi normal.³⁴

³¹ Bagus Nurcahyo and Riskayanto Riskayanto, "Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion," *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 3, no. 1 (2018): 14, <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i1.12026>.

³² Susanti Budiastuti and Sri Hartati, "AmaNU: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi AmaNU: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi AmaNU: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi AmaNU: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi" 5, no. 1 (2022): 56–70.

³³ Setiawati, "Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di BEI", *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, no. 8 (2021).

³⁴ Gun Mardiatmoko, "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [Canarium Indicum L.]", *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan* 14, no. 3 (2020): 333–42.

3.2 Uji multikolinearitas

Pengujian yang berguna untuk menentukan apakah model regresi linier berganda memiliki korelasi yang tinggi atau dependen antar variabel adalah uji multikolinearitas. Gangguan terjadi ketika ada korelasi yang tinggi antara variabel independen dan variabel dependen.

Nilai *tolerance*, VIF (*Variance Inflation Factor*), dan besarnya hubungan antar variabel bebas merupakan indikator pengujian multikolinearitas. Sebuah model regresi dapat dikatakan bebas multikolinearitas apabila memiliki VIF dengan nilai tidak lebih dari 10 dan memiliki angka *tolerance* tidak kurang dari 0,10.³⁵

3.3 Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians antar residual pengamatan dalam model regresi. Uji Glesjer digunakan dalam pelaksanaan tes ini.

Pengujian dengan metode *glesjer* memperoleh hasil nilai signifikansi variabel independen $\geq 0,05$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi kesamaan *variance* residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Sehingga, uji *heteroskedastisitas* merumuskan hipotesis, sebagai berikut:

H_0 : Model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas

H_1 : Model regresi terjadi heteroskedastisitas.³⁶

4. Uji Hipotesis

4.1 Analisis regresi linier berganda

Metode yang berguna untuk menentukan tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu penelitian adalah analisis regresi linier berganda. Pengaruh yang dihasilkan dari pengujian tersebut ada beberapa macam, yaitu:

³⁵ Setiawati, "Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di BEI."

³⁶ Djuli Sjafei Purba et al, "Pelatihan Penggunaan *Software* SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungan Di Masa Pandemi Covid-19", *Jurnal Kaya Abdi* 5 (2021): 202–8.

- a. Pengaruh positif dan tidak signifikan.
- b. Pengaruh positif dan signifikan.
- c. Pengaruh negatif dan tidak signifikan.
- d. Serta, pengaruh negatif dan signifikan.

Penelitian yang didalamnya terdapat lebih dari satu variabel independen, maka analisis yang digunakan ialah analisis regresi linier berganda. Penelitian ini mempunyai 3 (tiga) variabel independen, sehingga dapat disusun persamaan, sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Y	= Variabel keputusan pembelian
β_0	= Nilai Y bila X = 0 atau nilai konstanta
$\beta_1 \beta_2 \beta_3$	= Koefisien regresi
X_1	= Variabel harga
X_2	= Variabel kualitas produk
X_3	= Variabel lokasi

4.2 Uji koefisien determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) ialah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi variabel dependen atau variabel terikat. Nilai yang dapat dihasilkan R^2 antara 0 (nol) dan 1 (satu). Apabila R^2 mendekati 1 (satu) dapat diartikan kemampuan variabel bebas pada regresi tersebut semakin kuat dalam menerangkan variabel terikat. Sebaliknya, apabila R^2 mendekati 0 (nol) dapat diartikan variabel bebas semakin lemah dalam menerangkan variabel terikat

Penggunaan uji koefisien determinasi terdapat kekurangan, yakni bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model. Setiap bertambahnya variabel bebas, maka R^2 akan meningkat tanpa memperhatikan variabel tersebut berpengaruh signifikan atau tidak terhadap variabel terikat.³⁷

³⁷ Chandra Christalisana, "The Influence of Experience and Human Resources Character for Construction Management Consultant through the Working Quality in Project at Pandeglang District" 7, no. 1 (2018): 87–98.

4.3 Uji simultan dengan F-test (uji F)

Pengujian ini berfungsi untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat terdapat pengaruh atau tidak. Pengujian dilakukan dengan uji F-hitung, dimana nilai pada F-tabel dibandingkan dengan nilai F yang dihitung pada tabel analisis variansi. Berikut kriteria pengujian dengan SPSS:

- a) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima.
- b) Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak.³⁸

4.4 Uji secara parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas secara sendiri-sendiri atau terpisah terhadap variabel terikat. Menurut Sanusi uji t digunakan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel melalui beberapa kriteria, sebagai berikut:

- a) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi yakni 5%, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).
- b) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi yakni 5%, maka H_0 diterima dan H_a ditolak dapat disimpulkan secara parsial variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).³⁹

³⁸ Christalisana.

³⁹ Setiawati, "Analisis Pengaruh Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di BEI."