

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Seorang peneliti harus dapat memilih dan menentukan metode yang tepat dan mungkin dilaksanakan (*feasible*) guna mencapai tujuan penelitian. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Odd Pricing* dan *multiple-unit pricing* terhadap *re-purchase* konsumen.

Pendekatan penelitian yang dilakukan adalah dengan pendekatan kuantitatif yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Penelitian-penelitian dengan pendekatan deduktif yang bertujuan untuk menguji hipotesis merupakan contoh tipe penelitian yang menggunakan paradigma kuantitatif atau penelitian kuantitatif.

B. Setting Penelitian

Lokasi penelitian adalah situasi dan kondisi lingkungan sebuah penelitian dilaksanakan. Penentuan lokasi ini dimaksudkan untuk mempermudah dan memperjelas objek yang menjadi sasaran penelitian. Tempat penelitian ini dipilih karena adanya ketersediaan penuh dari pihak manajemen untuk bekerjasama dan membantu penulis dalam memberikan data dan informasi yang dibutuhkan. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kudus, lebih tepatnya di Jl. Kudus – Purwodadi, Ngemplak, Undaan, Kabupaten Kudus 59372.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹

¹ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama (Kudus: Mibarda Publishing & Media Ilmu Press, 2015), 80.

Penelitian jenis populasi ini didasarkan alasan bahwa yang akan diuji pengaruh *odd pricing* dan *multiple-unit pricing* terhadap *re-purchase* konsumen pada perusahaan retail di Alfamart Undaan Kudus. Adapun populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Alfamart Undaan Kudus. Dimana populasi ini merupakan populasi yang tak terbatas karena tidak dapat diketahui secara pasti jumlah sebenarnya dari konsumen yang datang untuk membeli produk di Alfamart.

Karakteristik populasi yang dipilih yaitu karakteristik demografis berdasarkan usia. penelitian ini mempertimbangkan pengelompokan usia berdasarkan tingkat remaja dan dewasa sebagai variabel pembeda.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi.² Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode sampling yang akan digunakan yaitu metode sampling insidental (*accidental sampling*) yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.³

Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti jumlah sebenarnya dari konsumen yang datang untuk membeli produk di Alfamart, maka untuk memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan rumus:

² Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CAPS, 2012), 47.

³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 87-88.

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$ = tingkat kepercayaan

σ = simpangan baku (*standart deviation*) = 0,5

e = *margin of error*

Tingkat kepercayaan pada penelitian ini ditentukan sebesar 95 % maka nilai $Z_{\alpha/2}$ adalah 1,96 dan *margin of error* sebesar 10 %. Maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$n = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,5)}{0,1} \right)^2 = 96,04$$

Jadi berdasarkan rumus di atas, sampel yang diambil sebanyak 96,04 orang. Untuk memudahkan perhitungan maka dibulatkan menjadi 100 orang.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini memiliki 2 variabel yaitu variabel independen dan variabel dependet. Variabel independent merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel independen.⁴

Adapun yang merupakan variabel independen adalah *odd pricing* (X1) dan *multiple-unit pricing* (X2). Sedangkan yang merupakan variabel dependen adalah keputusan pembelian ulang/*re-purchase* (Y). Dalam hal ini variabel *odd pricing* dan *multiple-unit pricing* mempengaruhi *re-purchase* dan ini dijelaskan dengan menggunakan analisis statistik. Definisi operasional dalam penelitian ini antara lain:

⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 75.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
<i>Odd Pricing</i> (X1)	<i>Odd Pricing</i> yaitu penetapan harga produk yang dihasilkan perusahaan dengan nilai nominal angka ganjil ⁵	<ol style="list-style-type: none"> 1) Harga dilihat dari kiri ke kanan. 2) Keterbatasan dalam mengingat harga. 3) Harga ganjil mencirikan kualitas yang rendah. 4) Harga ganjil ditafsirkan sebagai pengurangan, diskon, atau harga yang rendah.⁶ 	Skala Likert
<i>Multiple-unit Pricing</i> (X2)	<i>Multiple-unit pricing</i> merupakan suatu teknik penetapan harga untuk kuantitas pembelian yang berbeda atau penetapan harga yang lebih murah untuk pembelian produk dalam jumlah lebih banyak. ⁷	<ol style="list-style-type: none"> 1) Masa potongan harga. 2) Besarnya potongan harga. 3) Jenis produk yang mendapatkan potongan harga. 4) Persepsi nilai.⁸ 	Skala Likert

⁵ R. Heru Kristanto, *Kewirausahaan (Entrepreneurship)*, 116.

⁶ Nurul Fatmasari, “Pengaruh Midnight Sale dan Harga Ganjil Terhadap Minat Beli Konsumen Wanita Studi Kasus pada Matahari Department Store Ekalokasari Plaza Bogor”, *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Bisnis* 1, no. 5 (2015), 5.

⁷ R. Heru Kristanto, *Kewirausahaan (Entrepreneurship)*, 118.

⁸ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 300.

<p><i>Re-purchase</i> (Y)</p>	<p>Pembelian kembali (<i>re-purchase</i>) sebagai suatu kegiatan membeli kembali yang dilakukan oleh konsumen terhadap suatu produk dengan merek yang sama tanpa diikuti oleh perasaan yang berarti terhadap produk tersebut.⁹</p>	<p>1) Keinginan untuk menggunakan produk. 2) Kebutuhan untuk menggunakan produk. 3) Merencanakan pembelian ulang.¹⁰</p>	<p>Skala <i>Likert</i></p>
-------------------------------	---	--	----------------------------

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.¹¹

⁹ Bunga Geofanny Fredereca dan Chairy, “Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Smartphone Blackberry”, Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, Vol. 3, No. 2, (2010): 131

¹⁰ Kuntjara, “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus di PT Wijaya Karya Beton Wilayah IV; Jateng, DIY, Kalsel dan Kalteng)”, (Tesis, Universitas Diponegoro, 2007), 38.

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi IV)*, Cetakan Ketigabelas, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 168-169.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df = n - 2$ dengan sig 5%. Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka valid. Uji validitas menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

- r = koefisien korelasi pearson antar item instrumen yang akan digunakan dengan variabel bersangkutan.
- x = skor item instrumen yang akan digunakan.
- y = skor semua item instrumen dalam variabel tersebut.
- n = jumlah responden dalam uji coba instrumen.¹²

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka reliabel. Dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

¹² V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi Islam*, 108.

Keterangan:

r = koefisiensi *reliability instrument (cronbachalfa)*

k = banyaknya butir pertanyaan.

$\sum \sigma_b^2$ = total varians butir.

σ_t^2 = total varians.¹³

Mencari varians tiap butir digunakan rumus:

$$\sigma^2 = \frac{\sum (X)^2 - \frac{\sum (X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

σ^2 = varians tiap butir.

X = jumlah skor butir.

n = jumlah responden.¹⁴

F. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Suharsimi Arikunto yang dikutip dalam buku “*Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Islam*”, instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya. Pembuatan instrumen harus mengacu pada variabel penelitian, definisi operasional, dan skala pengukurannya.¹⁵ Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti

¹³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi Islam*, 110.

¹⁴ J. Supranto dan Nandan Limakrisna, *Petunjuk praktis penelitian ilmiah untuk menyusun skripsi, tesis, dan disertasi*. Edisi 3, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), 100.

¹⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi Islam*, 97.

variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.¹⁶

Dalam pengukuran data, peneliti akan mengukur menggunakan instrumen penelitian skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, antara lain.¹⁷

Tabel 3.2
Skala Likert pada Pertanyaan Tertutup

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Masrukhin, 2015

2. Observasi

Sutrisno Hadi dalam buku *Statistika Penelitian* mengemukakan bahwa observasi merupakan proses yang kompleks, proses yang tersusun dari berbagai proses

16 V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi Islam*, 98.

17 Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 93-94.

biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.¹⁸

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala alam dan responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi tidak terstruktur. Observasi tidak terstruktur adalah observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang suatu yang akan diobservasi. Hal ini dilakukan karena peneliti tidak tahu secara pasti tentang hal-hal yang akan diamati. Dalam melakukan pengamatan, peneliti tidak menggunakan instrumen yang telah baku, tetapi hanya berupa rambu-rambu pengamatan.¹⁹

G. Uji Prasyarat

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data dapat mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang berbentuk lonceng (*bell shaped*). Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak mempunyai juling kekiri atau kekanan dan keruncingan kekiri atau kekanan.²⁰

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak

¹⁸ Rahmat, *Statistika Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 109.

¹⁹ Rahmat, *Statistika Penelitian*, 111.

²⁰ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 106.

bebas dari observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi.²¹

Gejala autokorelasi dideteksi dengan melakukan uji *Durbin Watson* (d). Hasil perhitungan *Durbin Watson* (d) dibandingkan dengan nilai d_{tabel} pada $\alpha = 0,05$. Tabel d memiliki dua nilai, yaitu nilai batas atas (d_U) dan nilai batas bawah (d_L) untuk berbagai nilai n dan k . Dapat disimpulkan ada atau tidaknya autokorelasi dengan ketentuan:

- $d < d_L$ = terjadi autokorelasi positif.
- $d > 4 - d_L$ = terjadi autokorelasi negatif.
- $d_U < d < 4 - d_U$ = tidak terjadi autokorelasi.
- $d_L \leq d \leq d_U$ atau $4 - d_U \leq d \leq 4 - d_L$ = pengujian tidak meyakinkan.²²

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi diketemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tentu tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dapat dilihat dari nilai R^2 , matrik korelasi variabel-variabel bebas, dan nilai *tolerance*, dan *variance inflation factor* (VIF).²³

Ada beberapa cara untuk memeriksa multikolinieritas, yaitu:

- a. Korelasi yang tinggi memberikan petunjuk adanya kolineritas akan mengakibatkan korelasi yang tinggi. Kolineritas dapat saja ada walau korelasi dalam keadaan rendah. Pendeteksian terhadap

²¹ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 104.

²² Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Keempat, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 143.

²³ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 102-103.

multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF dari hasil analisis regresi. Jika nilai VIF > 10 , terdapat gejala multikolinieritas yang tinggi.

- b. Dianjurkan untuk melihat koefisien korelasi parsial. Jika R^2 sangat tinggi tetapi masing-masing r^2 parsialnya rendah, menunjukkan tanda bahwa variabel-variabel bebas mempunyai korelasi yang tinggi dan paling sedikit satu diantaranya berlebihan.²⁴

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data crossection mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat pola dari hasil spss, jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas). Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁵

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis Data Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua

²⁴ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis: Panduan Mahasiswa untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002), 186.

²⁵ Imam Gozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 139.

atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasikan (dinaik turunkan nilainya).²⁶ Analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terkait (Y).²⁷

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh *odd pricing* dan *multiple-unit pricing* terhadap *re-purchase*. Selain itu juga analisis regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

- Y = kinerja.
- a = konstanta regresi berganda.
- b_1 = koefisiensi *odd pricing*.
- b_2 = koefisiensi *multiple-unit pricing*.
- X_1 = variabel *odd pricing*.
- X_2 = variabel *multiple-unit pricing*.²⁸

2. Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisiensi determinasi (R^2) sering pula disebut dengan koefisiensi detrmniasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir sama dengan koefisiensi r^2 . R juga hampir serupa dengan r , tetapi keduanya berbeda dalam fungsi (kecuali regresi linear berganda). R^2 menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel X) secara bersama-sama. Sementara itu, r^2 mengukur kebaikan dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh satu variabel bebas (X). Lebih lanjut, r adalah koefisien korelasi yang menjelaskan keeratan hubungan linear di antara dua variabel, nilainya dapat negatif dan positif. Sementara itu, R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan

²⁶ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 123.

²⁷ Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 137.

²⁸ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, 174.

antara variabel terikat (Y) dengan semua variabel bebas (X) yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif.²⁹

3. Uji signifikan Parameter Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.³⁰ Langkah-langkah pengujian yaitu sebagai berikut:

- a. Menghitung nilai F dengan menggunakan rumus:

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

Keterangan:

- k = jumlah variabel independen.
- n = banyak sampel.
- R = koefisiensi determinasi.³¹

- b. Membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} yang tersedia pada α tertentu, misalnya 1%; $df = k; n - (k + 1)$.
- c. Mengambil keputusan apakah model regresi linear berganda dapat digunakan atau tidak sebagai model analisis. Kriteria pengambilan keputusan mengikuti aturan berikut:
 - $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ = Tidak terdapat pengaruh.
 - $F_{hitung} > F_{tabel}$ = Terdapat pengaruh.
- d. Kesimpulan juga diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:
 - $\alpha > 5\%$ = Tidak signifikan.
 - $\alpha < 5\%$ = Signifikan.³²

Pengambilan uji F simultan dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

²⁹ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 136.

³⁰ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Unit Penerbit, 2001), 98.

³¹ Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta: Buku Seru, 2010), 67.

³² Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 138.

secara bersama-sama atau simultan jika nilai F hitung menunjukkan nilai lebih besar dari F tabel ($F_{hitung} > F_{tabel}$) dengan ketentuan F tabel dengan derajat kebebasan pembilang = jumlah variabel bebas dan derajat kebebasan penyebut = jumlah sampel dan nilai $\alpha = 0,05$.

4. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual/parsial dalam menerangkan variasi variabel terikat.³³ Langkah-langkah pengujiannya yaitu sebagai berikut:

- a. Menentukan formulasi hipotesis.

Hipotesis 1

H_1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Odd Pricing* terhadap *Re-Purchase* konsumen.

Hipotesis 2

H_2 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Multiple-Unit Pricing* terhadap *Re-Purchase* konsumen.

- b. Menghitung nilai t dengan menggunakan rumus $t = \frac{b_i}{S_{b_i}}$
- c. Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} yang tersedia pada taraf nyata tertentu, misalnya 1%; df; ($\alpha/2$; $n-(k+1)$).
- d. Mengambil keputusan dengan kriteria berikut.
 $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ = Tidak terdapat pengaruh.
 $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ = Terdapat pengaruh.
- e. Kesimpulan juga diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:
 $\alpha > 5\%$ = Tidak signifikan.
 $\alpha < 5\%$ = Signifikan³⁴

Pengambilan keputusan uji t parsial, dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial jika nilai t hitung menunjukkan

³³ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif*, 97.

³⁴ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, 138.

nilai lebih besar dari t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan ketentuan t tabel dengan derajat kebebasan = jumlah sampel dan nilai $\alpha = 0,05$.

