

### BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara yang bersifat ilmiah yang digunakan untuk memperoleh suatu data untuk kegunaan dan tujuan tertentu. Cara ilmiah merupakan suatu aktivitas penelitian yang berpedoman pada keilmuan, yaitu rasional, sistematis maupun empiris. Rasional adalah penelitian yang bisa dinalar oleh setiap manusia atau bisa dikatakan dengan penelitian yang menggunakan cara-cara yang masuk akal. Berbeda dengan rasional. Sistematis sendiri merupakan proses dalam penelitian dengan langkah-langkah yang bersifat logis.

Sedangkan empiris mempunyai arti dimana cara-cara yang digunakan oleh peneliti dapat diamati dengan panca indera, jadi orang lain dapat mengetahui cara-cara yang dilakukan oleh peneliti.<sup>1</sup> Dalam pembuatan skripsi ini memerlukan beberapa metode yang digunakan untuk meneliti agar skripsi ini lebih terstruktur guna mencapai tujuan yang ditentukan dan dapat dipertanggungjawabkan sebagai karya tulis ilmiah, jadi dalam penulisan skripsi ini menggunakan beberapa metode diantaranya yaitu:

#### A. Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis berjenis *field research* yang diartikan dengan penelitian lapangan dengan memakai survei. Survei adalah studi kuantitatif terhadap banyak orang yang menggunakan pertanyaan terstruktur atau sistemik yang sama dan kemudian mencatat, mengolah, dan menganalisis jawaban yang diperoleh peneliti. Pertanyaan struktural atau sistemik ini disebut kuesioner.<sup>2</sup> Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif, dimana penelitiannya dideskripsikan sebagai penelitian dengan memakai nilai numerik atau analisis data dengan angka.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung : Alfabeta 2016) 2.

<sup>2</sup> Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 143

<sup>3</sup> Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Dan Mixed Methode*, (Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019) 16

## B. *Setting Penelitian*

Tempat penelitian dilaksanakan di UD. Finaldo beralamatkan di Desa Suwaduk, RT. 6 RW. 2 Kecamatan Wedarijaksa, Kabupaten Pati. Penelitian ini dilakukan selama satu bulan.

## C. *Sumber Data*

Data merupakan sekumpulan fakta dan angka yang secara relatif belum dapat digunakan oleh peneliti, karena data masih bersifat mentah sehingga perlu ditransformasikan terlebih dahulu. Adapun data yang menjadi rujukan pada penelitian ini didapatkan dari beberapa sumber diantaranya :

### 1. *Data Primer*

Data primer ialah data yang didapatkan dan dikumpulkan pertama kali oleh peneliti. Data primer pada penelitian ini didapatkan secara langsung melalui jawaban responden terhadap kuesioner atau angket yang diberikan oleh penulis.

### 2. *Data Sekunder*

Data sekunder adalah data yang sudah diolah oleh pihak lain dan baru didapatkan oleh peneliti dari sumber lain sebagai tambahan informasi. Seperti buku, jurnal, internet, dan dokumen-dokumen lain yang memuat data-data yang relevan dengan topik penelitian.

## D. *Populasi dan Sampel*

### 1. *Populasi*

Populasi yakni kawasan penyangkapan yang terdiri dari subjek dan objek yang mempunyai jumlah serta ciri yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Itulah pengertian populasi dalam penelitian. Populasi bukan hanya jumlah dari subjek dan objek yang diteliti namun, mencakup seluruh karakter yang mempunyai objek serta karakteristiknya. Bahkan satu orangpun bisa dijadikan sebagai populasi. Sebab, satu orang tersebut memiliki beberapa sifat seperti cara bicaranya, disiplin, hobi, dan lain sebagainya.<sup>4</sup> Populasi riset penulis yaitu semua konsumen sepatu mokasin di UD. Finaldo

---

<sup>4</sup> Sandu Siyoto dan Ali Shodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015),63.

**2. Sampel**

Sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi, atau sebagian kecil dari total populasi yang mewakili populasi yang diteliti menurut prosedur tertentu.<sup>5</sup> Jika total populasi terlalu besar, dan tidak memungkinkan untuk seluruh populasi tersebut, misalkan membutuhkan banyak biaya, membutuhkan waktu yang lama, maka peneliti akan mengangkat sampel dari populasi tersebut. Dan sampel yang diangkat dari populasi tersebut harus betul-betul mewakili.<sup>6</sup> Total populasi pada riset ini tidak terhingga, maka penetapan nilai sampel dengan rumus Paul Leedy:

$$n = \frac{Z^2 \alpha / 2}{4e^2}$$

Penjelasan :

n = Jumlah Sampel

Z = nilai distribusi normal

e = margin eror (tingkat kesalahan)

Untuk hasil mengira-ngira sampel pada riset ini, maka sampel yang akan dibutuhkan apabila taraf harapan 95% dan kekeliruan yang potensial timbul 0,10

Diketahui :

$\alpha = 0,05$  maka  $Z_{0,05} = 1,96$

$e = 0,10$

Jawab :

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2}{4(0,10)^2} \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

---

<sup>5</sup> Sandu Siyoto dan Ali Shodik, *Dasar Metodologi Penelitian*,55-56.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012),80.

Jumlah sampel yang dilakukan riset ini yaitu 96 responden.<sup>7</sup> Dalam riset ini , sampel yang dipakai peneliti adalah *accidental sampling* (teknik pengambilan contoh berdasarkan ketepatan).<sup>8</sup>

**E. Desain dan Definisi Operasional Variabel**

**1. Desain Penelitian**

Rancangan penelitian adalah suatu perencanaan tentang bagaimana mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data secara sistematis dan tepat sasaran sehingga penelitian dapat dilakukan secara efektif sesuai dengan tujuannya.<sup>9</sup> Variabel terbagi kedalam dua jenis yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel independennya yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2). Sedangkan variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

**2. Definisi Operasional Variabel**

Untuk mempermudah dalam menjelaskan variabel dalam riset ini dibutuhkan definisi operasional yaitu:

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi operasional	Indikator	Skala
1.	Kualitas Produk (X1)	Menurut Laksana kualitas terdiri dari keseluruhan kelebihan produk yang melengkapi kebutuhan konsumen karena akan memberikan kepuasan atas digunakannya produk tersebut. <sup>10</sup>	1. Kinerja 2. Keandalan 3. Keistimewaan tambahan 4. Kesesuaian 5. Daya Tahan 6. Kemampuan Melayani	Skala likert

<sup>7</sup> Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: CV. Andi offset, 2019)103-104.

<sup>8</sup> Rini Afrianti dan Zulkifli, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Citra Laundry Kota Pariaman”, *Menara Ilmu XI* Jilid 2, 78 (2017): 157.

<sup>9</sup> Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik, Edisi pertama* (Yogyakarta: Graha Ilmu,2013), 2.

<sup>10</sup> Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran : Pendekatan Praktis, Edisi Pertama, Cetakan Pertama*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2008), 89.

			7. Estetika 8. Kualitas yang dipersepsikan konsumen <sup>11</sup>	
2.	Harga (X <sub>2</sub> )	Harga merupakan nilai tukar agar dapat mendapatkan manfaat barang yang diinginkan atau bisa dikatakan sebagai uang yang harus dibayarkan pada waktu atau tempat tertentu. <sup>12</sup>	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat. <sup>13</sup>	Skala likert
3.	Keputusan pembelian konsumen (Y)	Keputusan pembelian konsumen merupakan tahap pengambilan keputusan dan aktivitas fisik yang dilakukan konsumen saat mengevaluasi, memperoleh, menggunakan barang jasa. <sup>14</sup>	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian <sup>15</sup>	Skala likert

### F. Teknik Pengumpulan Data

Metode ataupun tata cara pengumpulan informasi merupakan bagian dari perlengkapan pengumpulan informasi yang memastikan keberhasilan riset. Penyalahgunaan tata cara pengumpulan informasi yang tidak pas bisa berdampak parah

<sup>11</sup> Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), 93-94

<sup>12</sup> Supriadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam* (Bogor : Guepedia, 2018), 26-27.

<sup>13</sup> Suri Amalia, "Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa", *Jurnal Manajemen Keuangan* 6, No. 1 (2017): 663

<sup>14</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), 120-121.

<sup>15</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*, 178.

untuk hasil riset yang dicoba. Ada pula sebagian tata cara yang periset pakai bisa pengumpulan informasi, yaitu:

1. Observasi

Observasi adalah bagian dalam pengumpulan data. Observasi dimulai dengan mengidentifikasi tempat yang hendak diteliti sehingga akan mendapatkan gambaran umum apa yang akan diteliti.<sup>16</sup>

2. Teknik kuesioner atau angket

Angket atau kuesioner dilakukan dengan pembagian daftar pertanyaan untuk responden dimana nantinya responden memberikan data melaluinya.<sup>17</sup> Kuesioner juga diartikan dengan jawaban yang ditulis dan dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi mengenai individu atau pengalaman yang diketahui oleh orang yang diwawancarai atau responden.<sup>18</sup> Angket disusun dan dipilih agar diberikan skor sebagai berikut:

**Tabel 3. 2 Skala Likert**

Tanda	Jawaban	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Acuan yang tersedia pada tabel diatas mengindikasikan bahwa jika data kuesioner telah di dapatkan dan dilakukan penghitungan menggunakan olah statistik, kita bisa melihat bobot nilai dari tiap pertanyaan yang diberikan. Jawaban yang telah diberikan oleh responden kemudian diolah dengan menggunakan statistik untuk di dapatkan hasil mengenai hubungan antar variabel penelitian, dan besarnya dampak dari tiap

---

<sup>16</sup> Raco, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Grasindo, 2010), 122.

<sup>17</sup> Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: Andi Offset,2009), 140

<sup>18</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarata: Rineka cipta, 2014), 94

variabel penelitian dan kemudian ditampilkan pada tabel guna menghitung meannya.

Setelah diambil rata-ratanya, Anda dapat mengetahui jawabannya, kemudian menjelaskan hasilnya sesuai tabel diatas, dan dilanjutkan pembuatan garis kontinum oleh peneliti.

$$\begin{aligned}
 \text{NJI (Nilai Jenjang Interval)} &= \frac{\text{Nilai Tertinggi}-\text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}} \\
 &= \text{Lebar Skala} \frac{5-1}{5} = 0,8
 \end{aligned}$$

- a. Minumum Indeks: 1
- b. Maximum Indeks: 5
- c. Interval : 5-1 = 4
- d. Jarak Interval : (5-1) : 5 = 0,8

**Tabel 3.3 Kategori Skala**

Skala		Kategori
1,00	1,80	Sangat tidak baik
1,81	2,60	Tidak baik
2,61	3,40	Kurang Baik
3,41	4,20	Baik
4,21	5,00	Sangat baik

Terdapat syarat yang harus dipenuhi kuesioner agar tercipta kuesioner yang baik yaitu reliabel dan valid. Setelah instrumen diselesaikan, maka selanjutnya akan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitasnya.

## G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu pengukuran yang memperlihatkan valid atau tidaknya alat (kuesioner). Dapat dikatakan valid ketika, instrumen itu bisa dipakai untuk mengukur.<sup>19</sup> Pengujian validitas yang selalu digunakan dengan SPSS yaitu *korelasi product moment* (korelasi person) dan yang kedua yaitu *corrected item-total correlation*.<sup>20</sup> Uji validitas

<sup>19</sup> Ali Hasan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2020), 131

<sup>20</sup> Vivi Herlina, *Panduan Praktis Mengelola Data Kuesioner Menggunakan SPSS*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019), 58.

instrumen ditentukan berdasarkan korelasi antara skor yang diperoleh untuk setiap item pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Kemudian, nilai  $r$  hitung dibandingkan dengan nilai  $r$  tabel dengan derajat bebas ( $n - 2$ ). Apabila skor tiap item pertanyaan atau pernyataan berkorelasi secara signifikan, dengan nilai  $r$  hitung lebih besar daripada nilai  $r$  dalam tabel pada alfa tertentu (contohnya 5% atau 1%) maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut valid.<sup>21</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dipakai untuk melihat keandalan alat ukur dalam mengukur data. Instrumen yang andal akan menghasilkan data yang andal, dan data yang dihasilkan tidak akan berubah secara signifikan dalam jangka waktu tertentu.<sup>22</sup> SPSS menyediakan alat yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dengan uji *cronbach alpha* ( $\alpha$ ). Jika variabel  $\alpha > 0.60$ , variabel dianggap reliabel dan jika nilai  $\alpha$  mendekati 1 maka variabel tersebut akan lebih reliabel.

## H. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji normalitas

Uji normalitas bermaksud dalam menguji apakah didalam model regresi, variabel dependen serta independennya mempunyai nilai distribusi normal atau tidak. Jika diamati dari analisis grafik histogram dan grafik normal P-Plot bisa disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan distribusi *skewness* ke kiri dan tidak normal. Selanjutnya, pada grafik normal plot data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau grafik histogram dan tidak menunjukkan pola distribusi normal maka tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas bisa dilakukan dengan melihat nilai kurtosis dan skewness dari residual dengan menggunakan uji *statistic Non Parametrik Kolmogorov-Smirnov* dengan sampel besarnya  $\geq 50$  atau *Shapiro wilk* dengan sampel kecil  $\leq 50$ .<sup>68</sup>

---

<sup>21</sup> Anwar Sanusi, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 77

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*, (Bandung:Alfabeta, 2016) 168

## 2. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan guna mengetahui apakah model regresi terdapat ketidaksamaan varian terhadap semua pengamatan. Regresi baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas. Apabila varians dari residual satu observasi ke observasi lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Persamaan regresi idealnya adalah yang homoskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas bisa dengan cara melihat ada atau tidak pola tertentu di grafik *scatterplot* antara *studentized residual* (SRESID) dan *standardized predicted value* (ZPRED) Pada penelitian yang dilakukan ini, guna dapat mengetahui terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas, maka dilakukan dengan metode grafik Scatterplot dengan ketentuan titik-titik menyebar secara tidak begitu jelas dan titik-titik tersebut menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 3. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan guna menguji apakah dalam regresi terdapat hubungan antara variabel independen. Suatu regresi dikatakan baik apabila tidak terdapat hubungan diantara variabel independen. Jika regresi tersebut terdapat hubungan diantara variabel indepen maka terdapat masalah multikolinieritas (multiko).

Uji multikolinearitas berfungsi untuk menunjukkan hubungan variabel independen pada model regresi. Idealnya suatu persamaan regresi tidak terdapat hubungan yang kuat pada variabel bebasnya. Untuk mendeteksi terjadinya multikolinearitas didalam model regresi terdapat beberapa metode, yaitu:

- a. Melakukan perbandingan nilai koefisien determinasi individual ( $r^2$ ) dengan nilai determinasi secara serentak ( $R^2$ ). Jika  $r^2 > R^2$  maka terjadi multikolinearitas, sebaliknya jika  $r^2 < R^2$  maka tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Melihat nilai tolerance dan inflation factor (VIF) pada model regresi. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai

tolerance lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.<sup>23</sup>

4. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi yaitu hubungan antara anggota observasi yang telah dirancang menurut waktu dan tempat. Regresi yang baik merupakan regresi yang tidak adanya autokorelasi. Dalam pengujian autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan pada uji durbin watson sebagai berikut:

- a. Jika  $dU < dW < 4 - dU$  maka  $H_0$  diterima maka artinya tidak terdapat autokorelasi
- b. Bila  $dW < dL$  atau  $dW > 4 - dL$  maka  $H_0$  ditolak, maka terdapat autokorelasi
- c.  $dL < dW < dU$  atau  $4 - dU < dW < 4 - dL$  artinya yaitu tidak adanya kesimpulan yang pasti
- d. Nilai DU dan DL didapatkan dari tabel statistik durbin watson.<sup>24</sup>
- e.

**I. Teknik Analisis Data**

1. Koefisien determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah seberapa besar pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai koefisien mendekati satu maka garis regresi yang terbentuk bisa dikata sempurna dengan nilai-nilai observasi yang didapatkan. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel X sangat berpengaruh terhadap variabel Y Jika variabel X diketahui maka nilai dari varibel Y dapat diramalkan secara sempurna.<sup>25</sup>

2. Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan hubungan linier antara variabel-variabel bebas (independen) dengan variabel terikat (dependen). Analisis ini digunakan guna mengetahui apakah ada hubungan antara variabel bebas

---

<sup>23</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, (Ponorogo: Wade Group, 2017), 121.

<sup>24</sup> Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis dengan SPSS*,123.

<sup>25</sup> Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistik Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 259

terhadap variabel terikat baik itu positif maupun negatif.<sup>26</sup> Analisis ini dipakai guna mengetahui apakah ada hubungan antara pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Maka regresi liner berganda dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

- X<sub>1</sub> : Kualitas Produk
- X<sub>2</sub> : Harga
- Y : Keputusan Pembelian
- b<sub>1</sub> : Koefisien regresi kualitas produk
- b<sub>2</sub> : Koefisien regresi harga
- e : Standar error<sup>27</sup>

3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t dapat digunakan guna menguji apakah variabel independen (bebas) benar-benar memberi pengaruh terhadap variabel dependen (terikat). Hasil yang dapat diketahui dari uji t ini adalah apakah jika secara parsial atau individu, suatu variabel independen (X) masih dapat memberikan pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Untuk dapat mengetahui signifikan atau tidak, maka perlu melihat nilai sig, dimana harus kurang dari 0,05. Dan untuk dapat mengetahui apakah berpengaruh atau tidaknya maka diperlukan untuk membandingkan antara t<sub>hitung</sub> dan t<sub>tabel</sub> dimana t<sub>hitung</sub> lebih besar dari t<sub>tabel</sub>.<sup>28</sup>

Uji t merupakan uji statistik yang digunakan untuk mengetahui kebenaran atau kepaluan hipotesis nol. Uji t merupakan salah satu uji yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan (meyakinkan) diantara dua mean (rata-rata) sampel.<sup>29</sup> Tujuan uji ini yaitu

---

<sup>26</sup> Mila Fursianan Salma, Sarno Wuragil, dkk, *Kontribusi Perbankan Syariah Terhadap Perkembangan Umkm dikecamatan Banjarnegara* (Wonosobo: Mangku Bumi, 2016), 31

<sup>27</sup> Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, ( Bandung: CV. Alfabeta, 2005),251.

<sup>28</sup> Agus Tri Basuki, *Penggunaan SPSS dalam Statistik*, (Yogyakarta: Danisa Media, 2014), 27

<sup>29</sup> I PutuuAde AndreePayadnya dan I Gusti Agung Ngurah Trisna Jayantika, *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 75.

mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Taraf signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) atau 0,95. maka pengujian dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Merumuskan hipotesis
    - H<sub>0</sub> : variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
    - H<sub>a</sub> : variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
  - b. Menentukan t hitung
  - c. Menentukan t tabel
  - d. Kriteria pengujian
    - 1) Jika  $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  maka H<sub>0</sub> diterima
    - 2) Jika  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka H<sub>0</sub> ditolak.
    - 3) Jika taraf signifikansi  $< 5\%$ , tolak H<sub>0</sub> dan terima H<sub>a</sub>.
    - 4) Jika taraf signifikansi  $> 5\%$ , terima H<sub>0</sub> dan tolak H<sub>a</sub>.
  - e. Membuat kesimpulan<sup>30</sup>
4. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F digunakan dalam penelitian guna menguji apakah Variabel bebas (X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub>) secara simultan (bersama-sama) memberikan pengaruh terhadap variabel terikat (Y). Untuk dapat mengetahuinya, dapat diketahui dari perbandingan  $F_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $F_{\text{tabel}}$ . Uji F juga dapat menunjukkan bahwa model yang diteliti dalam suatu penelitian bersifat layak apabila tingkat signifikansi sebesar kurang dari 0,05.<sup>31</sup>

Prosedur pemeriksaan uji F yaitu:

- a. Tentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif:
  - H<sub>0</sub> :  $b_1 = b_2 = b_3 = 0$ , menunjukkan bahwa X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan X<sub>3</sub> tidak berpengaruh terhadap Y
  - H<sub>a</sub>:  $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$ , yang berarti X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>, yang berpengaruh terhadap Y

---

<sup>30</sup> Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2012), 139

<sup>31</sup> Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, 292

- b. Membuat keputusan uji F Dengan tingkat kepercayaan 5% dan nilai F melebihi 4 maka secara langsung  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menyimpulkan bahwa variabel independen bersama-sama dan signifikan berdampak pada variabel dependen.

