

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Metodologi Penelitian**

Menurut Sugiyono (2015:2-3), metode penelitian pada dasarnya yaitu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah ini merupakan suatu kegiatan yang didasari oleh ciri-ciri keilmuan rasional, empiris dan sistematis. Data yang diperoleh ini dengan melalui penelitian adalah data empiris (teramati) yang mempunyai kriteria tertentu yaitu *valid* (sah). Dengan adanya data valid maka data tersebut pasti reliabel dan objektif.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik, agar dapat memperoleh hasil yang signifikan secara persial dari variabel yang akan diteliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif yang bersifat kausal atau hubungan yang bersifat sebab akibat, yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

#### **B. Tempat dan Waktu**

Penelitian ini dilaksanakan di Hypermart Ekalokasari Bogor. Waktu yang diperlukan dalam penelitian ini Maret sampai dengan Juni 2022.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Menurut Sugiyono (2015:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik

tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa populasi bukan hanya orang saja, tetapi juga objek benda-benda dalam populasi ini yang diteliti yaitu konsumen di Hypermart Ekalokasari Bogor.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2015:81), sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasinya besar dan penelitian tidak dapat mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan biaya, tenaga dan waktu penelitian dapat menggunakan sampel yang diperoleh dari populasi tersebut.

Menurut Sugiyono (2015: 84), Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi : *sampling, sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, dan snowball*.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria sudah mengkonsumsi Kopi ABC SUSU minimal 1 bulan dan berdomisili di kota Bogor. Menurut Sugiyono (2015:85). *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel menggunakan rumus Wibisino, perhitungan rumus ini dapat menggunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak diketahui secara pasti.

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

Keterangan :

$n$  = jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$  = nilai tabel Z

$\sigma$  = standar deviasi populasi

$e$  = tingkat kesalahan

Dalam penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan 95%, tingkat kesalahan sebesar 5%, ketentuan standar deviasi populasi 0,25 perhitungan dalam penentu sampel sebagian berikut :

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

$$n = \left( \frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right)^2$$

$$n = \left( \frac{0,49}{0,05} \right)^2$$

$$n = 96,04$$

Dengan demikian sampel yang diketahui sebesar 96,4 dibulatkan keatas 97 responden, tetapi untuk memudahkan peneliti jumlah sampel menjadi 100 responden.

#### D. Variabel Penelitian

Menurut Sugiono (2015:38), Variabel penelitian semuanya dievaluasi sebagai objek penelitian definisikan informasi dan kemudian ditarik kesimpulannya (dipelajari untuk tujuan memperoleh informasi dan peneliti menarik kesimpulan dari sebuah penelitian . variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu dalam bentuk apapun ditentukan oleh penelitian melakukan penelitian guna memperoleh Variabel penelitian pada dasarnya adalah Segala sesuatu dalam bentuk apapun ditentukan oleh peneliti melakukan penelitian guna memperoleh informasi dan kemudian menarik Kesimpulannya

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah variabel independen (X) dan variabel dependen (Y).

##### 1. Variabel *independen* (bebas)

Variabel ini sering disebut dengan variabel stimulus, predictor atau antecedent. Variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan pada variabel *dependen* (terikat). Variabel independen (bebas) pada penelitian ini adalah :

###### a. Harga

Menurut Indrasari, M (2019:36), harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya dengan kriteria keterjangkauan harga, kesesuaian harga dan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat dan harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

### b. Kualitas Produk

Menurut Erlangga et al (2021:465), Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Dengan adanya kualitas produk yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen tersedia membayar jumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

### c. Promosi

Menurut Kotler dan Keller (2016:272), promosi merupakan pengkomunikasikan informasi antara penjualan dan pembelian atau pihak-pihak lain agar produk tersebut dikenal dan akhirnya dibeli.

## 2. Variabel *Dependen* (Terikat)

Variabel ini sering disebut dengan variabel output, kriteria, atau konsekuensi. Variabel *dependen* yaitu variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari variabel *independen* (bebas). Variabel *dependen* (terikat) pada penelitian ini adalah:

### a. Keputusan Pembelian

Menurut Indrasari, M (2019:70), keputusan pembelian merupakan proses intrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya berdasarkan pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian.

### E. Oprasional Variabel

Untuk memperjelas variabel operasional, penelitian akan mendeskripsikannya sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**Oprasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Harga (X <sub>1</sub> )	Harga merupakan jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya dengan kriteria keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat dan harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian ( Indrasari, M 2019 : 36).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Keterjangkauan harga</li> <li>2) Kesesuaian harga dan kualitas produk</li> <li>3) Daya saing harga</li> <li>4) Kesesuaian harga dengan manfaat</li> <li>5) Harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen</li> </ol>	Skala <i>Likert</i>
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Dengan adanya kualitas produk yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa bertahan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Warna</li> <li>2) Penampilan</li> <li>3) Bentuk</li> <li>4) Tekstur</li> <li>5) Rasa</li> </ol>	Skala <i>Likert</i>

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
	di benak konsumen. Karena konsumen bersedia membayar jumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas (Erlangga <i>et al</i> , 2021:465).		
Promosi (X <sub>3</sub> )	Promosi merupakan pengkomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli atau pihak-pihak lainnya agar produk tersebut dikenal dan akhirnya dibeli. (Kotler dan Keller 2016:272).	1) Frekuensi 2) Kualitas 3) Kuantitas 4) Waktu 5) Kesesuaian sasaran promosi.	Skala <i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan proses integrasi digunakan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Indrasari, M 2019 : 70).	1) Pilihan Produk 2) Pilihan Merek 3) Pilihan Penyalur 4) Waktu Pembelian 5) Jumlah Pembelian.	Skala <i>Likert</i>

## F. Jenis dan Sumber data

### 1. Jenis Data

Menurut Supriyono, R (2018:48), data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer “data utama, yaitu langsung dari sumber asli atau pihak

pertama”. Data utama dalam penelitian ini diperoleh langsung dari kuesioner yang telah diberikan kepada konsumen.

## **2. Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan beberapa metode, yaitu :

- a. Observasi, ialah pengumpulan data secara langsung terhadap objek yang telah diteliti.
- b. Wawancara, ialah sebagai teknik pengumpulan data untuk menentukan pemasaran yang diteliti (Sugiyono 2015:137). Pengumpulan data ini langsung wawancara kepada pengunjung Kopi ABC Susu di Hypermart Ekalokasari.
- c. Kuesioner, ialah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner dalam penelitian ini dibuat dalam bentuk online atau menggunakan google form. Selanjutnya teknik pengukuran data yang digunakan dengan skala likert. Menurut Riduwan & Akdon (2015:16), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai kejadian atau fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti.

Adapun penelitian ini menggunakan skala likert, yaitu setiap jawaban instrumen diubah menjadi lima gradasi dari memiliki tingkatan sangat tinggi sampai dengan tingkatan rendah, yang disimpulkan berbentuk kata-kata sebagai berikut: Secara umum kategori penilaian yang digunakan pada skala

likert adalah 1-5 dan penilaian skor masing-masing angka ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4**  
**Pernyataan dan Nilai Pilihan Konsumen**

Pernyataan	Nilai
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RR)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber : Riduwan & Akdon (2015:16)

Keterangan:

SS = Sangat setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak setuju

STS = Sangat tidak setuju

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator akan dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item tersebut yang berupa pertanyaan, selanjutnya jawaban atas pertanyaan tersebut diolah sehingga menghasilkan kesimpulan.

## **G. Metode Analisis Data**

### **1. Uji Validasi dan Reliabilitas**

#### **a. Uji Validasi**

Uji validasi digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibuat valid atau tidak. Menurut Siregar (2016:162), validasi atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur

apa yang diukur. Jika pertanyaan dalam kuesioner dapat mengungkapkan apa yang akan diukur maka kuesioner tersebut dikatakan valid. Pengujian menggunakan perangkat  $\Sigma$  komputer SPSS 20, dalam mengukur validasi instrumen menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2 \quad n(\sum y^2) - (\sum y)^2}$$

sumber : Ridwan & Akdon (2015 : 124)

Keterangan :

$R_{xy}$  = Koefisien korelasi

n = Jumlah subjek atau responden

x = Skor butir

y = Skor total

$\sum x^2$  = Jumlah kuadrat nilai X

$\sum y^2$  = jumlah kuadrat nilai Y

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka kuesioner dapat dikatakan valid.

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka kuesioner tidak dapat dikatakan valid.

Uji validasi tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus diatas, melainkan dengan menggunakan perangkat komputer *Statistical Program for Social Science (SPSS)* versi 20. Dalam hal ini untuk melihat valid atau tidaknya butir pernyataan atau pertanyaan kuisisioner maka kolom yang dilihat ialah kolom *Corrected Item*. Total tabel *item-total statistic* hasil pengolahan data tersebut menggunakan *SPSS*.

## b. Uji Reliabilitas

Setelah semua butir pernyataan kuisioner dinyatakan valid, maka tahap selanjutnya ialah melakukan uji kualitas data kedua yaitu uji reliabilitas. Menurut Soleha dan Pawitri (2019:37), mengemukakan bahwa reliabilitas merupakan uji instrumen pengukuran secara konsistensi terkait. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi setiap pernyataan. Butir pernyataan dikatakan *reliabel* jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan selalu konsisten. Oleh karena itu dikatakan uji reliabilitas untuk mengetahui ada tidaknya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya. Perhitungan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Cronbach Alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[ \frac{n}{n-1} \right] \left[ 1 - \frac{S_i^2}{S_t^2} \right]$$

sumber : Hairun, Yahya (2020:111)

Keterangan :

$n$  = Banyaknya Butir Soal

$S_i^2$  = Jumlah *Varians Skor* Tiap Butir

$S_t^2$  = *Varians* Skor Total

Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 maka standar instrumen penelitian dengan mengubah teknik ini dapat dikatakan reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Menurut Pramesti (2017:5), pada umumnya uji normalitas dilakukan untuk mengetahui sampel-sampel yang diambil mengikuti asumsi distribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas dalam penelitian ini adalah analisis statistik menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* dan taraf signifikan 0,05 atau 5%. Pada dasar pengambilan keputusan uji normalitas yaitu sebagai berikut :

$$KD : 1,36 \frac{n_1+n_2}{n_1n_2}$$

Sumber: Hairun, Yahya (2020:115)

Keterangan:

KD = Jumlah *Kolmogov-smirnov* yang dicari

n1 = jumlah sampel yang diperoleh

n2 = jumlah sampel yang diharapkan

- 1) Jika nilai signifikan yang dihasilkan  $> 0,05$  maka berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi yang dihasilkan  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda (Duli, N 2019 : 120).

Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu :

1) Melihat nilai *tolerance*

a) Jika nilai *tolerance*  $> 0,10$ , maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

b) Jika nilai *tolerance*  $< 0,10$ , maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

2) Melihat nilai *variance inflation factor (VIF)*

a) Jika nilai *VIF*  $< 10$ , maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

b) Jika nilai *VIF*  $> 10$ , maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Duli, N (2019:122-123), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidak samaan varian dari *residual* satu pengaman ke pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada atau tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola scatterplot model tersebut.

Analisis pada gambar *scatterplot* yang menyatakan model linear berganda tidak terjadi heterokedastisitas jika :

- 1) Titik- titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak menghumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergambar melebar kemudian menyempit dan menyempit kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.

d. Uji Linearitas

Menurut Marzuki, A *et al* (2020:106), uji linearitas untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan linear atau tidak. Dalam mengambil keputusan pada ujian linearitas adalah dengan melihat nilai *signifian Deviation From Linearity*. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan, jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka tidak terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel *independen* dengan variabel *dependen*.

### 3. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dapat digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Menurut Ghozali, S dan Sunindy, A (2016 :2), statistik deskripsi adalah statistik yang memiliki tugas untuk mengumpulkan, mengolah dan menganalisa data dan kemudian menyajikan dalam bentuk yang baik. Adapun analisis deskriptif statistik yang digunakan dalam

penelitian ini yaitu nilai minimum, nilai maksimum, dan nilai rata-rata (*mean*).

#### 4. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mencari besarnya pengaruh atau hubungan antara dua variabel bebas (X) atau lebih secara simultan (bersama-sama) dengan variabel terikat (Y). Rumus korelasi ganda sebagai berikut :

$$R_{y.x_1x_2} = \sqrt{\frac{r^2_{yx_1} + r^2_{yx_2} - 2r_{yx_1} \cdot r_{yx_2} \cdot r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

*Sumber : Riduwan & Akdon (2015 : 128)*

Keterangan :

$R_{X_1X_2Y}$  = Korelasi antara variabel  $X_1$  dengan  $X_2$  secara bersama-sama dengan variabel Y

$r_{X_1Y}$  = Korelasi Product Moment antara  $X_1$  dan Y

$r_{X_2Y}$  = Korelasi Produk Moment antara  $X_2$  dan Y

$r_{X_1X_2}$  = Korelasi Product Momen antara  $X_1$  dengan  $X_2$

untuk menguji apakah hubungan yang erat antara harga, kualitas produk dan promosi dengan keputusan pembelian kopi ABC Susu di Hypermart Ekalokasari Bogor, penulis menggunakan tabel interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

**Tabel 5**  
**Interval Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 1,199	Sangat rendah

Sumber :Riduwan & Akdon (2015 : 124)

## 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut R. Kurniawan & Yuniarto (2016:91), regresi linear berganda menjelaskan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus/linier antara variabel dependen dengan yang lainnya.

Analisis regresi linear berganda pada penelitian ini merupakan hubungan linear antara harga, kualitas produk dan promosi (  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$ ) dan variabel *dependen* keputusan pembelian (Y). Untuk mengetahui arahan hubungan antara variabel *independen* dengan variabel *dependen*, apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif dan apakah nilai variabel *independen* akan naik atau turun. Analisis regresi berganda dapat dilakukan jika jumlah variabel *independen* minimal dua.

Analisis data ini menggunakan program SPSS 20 dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi Harga

$\beta_2$  = Koefisien regresi Kualitas Produk

$\beta_3$  = Koefisien regresi Promosi

X<sub>1</sub> = Harga

X<sub>2</sub> = Kualitas Produk

X<sub>3</sub> = Promosi

e = Standar Error

## 6. Uji Hipotesis

### a. Hipotesis statistik secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas (*independen*) secara parsial. Uji parsial (Uji t) digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (*independen*) yaitu harga (X<sub>1</sub>), Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) dan Promosi (X<sub>3</sub>) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) secara parsial.

1. H<sub>0</sub> :  $\beta_1 = 0$ : Tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian  
H<sub>a</sub> :  $\beta_1 \neq 0$ : Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
2. H<sub>0</sub> :  $\beta_2 = 0$ : Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

$H_a : \beta_2 \neq 0$ : Ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

3.  $H_0 : \beta_3 = 0$ : Tidak ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.

$H_a : \beta_3 \neq 0$ : Ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian

“Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$

(  $df=n-k$  atau  $df=100-3=97$  di dapat  $t_{tabel} = 1,984$ ).

Dengan kriteria pengujian:

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai sig  $< 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan nilai sig  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  tolak.

- b. Hipotesis statistik simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk melihat apakah variabel bebas (*independen*) yaitu Harga ( $X_1$ ), Kualitas Poroduk ( $X_2$ ) dan Promosi ( $X_3$ ), memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian ( $Y$ ) secara simultan atau bersama-sama. Dalam penelitian dilakukan uji hipotesa dengan langkah dan asumsi sebagai berikut:

- 1)  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$  (tidak ada pengaruh antara X dengan Y)

Tidak ada pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.

- 2)  $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$  (ada pengaruh antara X dengan Y)

Ada pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.

Dengan kriteria pengujian

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## 7. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan ukuran yang dapat digunakan untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Dalam menentukan  $R^2$  dapat melihat dari hasil output SPSS, jika nilai  $R^2$  semakin besar maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang besar dan signifikan dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) begitupun sebaliknya.

Koefisien determinasi dapat dirumuskan sebagai berikut.

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KP : Nilai Koefisien Determinan

r : Nilai Koefisien Korelas.