

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu dan terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Darmadi (2013:153) menyatakan bahwa metode penelitian merupakan suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif bersifat kausal. Inti dari metode asosiatif bersifat kausal adalah hubungan sebab akibat antara variabel bebas dan variabel terikat. Sugiyono (2016:37) menjelaskan penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui ada dan tidaknya pengaruh atau hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jika memiliki pengaruh maka seberapa eratnyanya serta berarti atau tidaknya pengaruh atau hubungan tersebut.

B. Lokasi Penelitian

Dalam penulisan proposal skripsi ini penulis melakukan penelitian pada Toko Bakul Cell Depok, toko tersebut bergerak dalam bidang penjualan pulsa elektronik, perdana, voucher, aksesoris handphone.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan subyek penelitian. Sugiyono (2011:117) menjelaskan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai karakteristik tertentu dan telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian dalam suatu ruang lingkup dengan waktu yang telah ditentukan. Menurut Sukmadinata (2011:250) populasi merupakan kelompok besar dan wilayah yang menjadi lingkup penelitian. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain, dan bukan juga sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek penelitian, akan tetapi meliputi seluruh karakteristik atau ciri-ciri yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Populasi dapat diartikan juga sebagai suatu kelompok baik manusia maupun selain manusia yang memiliki karakter atau ciri yang sama. Populasi merupakan sebutan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Langkah awal yang harus diperhatikan dalam melakukan suatu penelitian adalah penentuan populasi atau bisa disebut juga sebagai keseluruhan subjek penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen Toko Bakul Cell dan jumlahnya yang banyak sehingga tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sugiyono (2013: 118) menyatakan sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sedangkan Arikunto (2013: 174) mendefinisikan sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang mewakili karakter populasi tersebut sehingga dapat menunjang penelitian.

Teknik untuk menentukan sampel dapat dikategorikan menjadi dua jenis yaitu yang jumlah populasinya sudah diketahui dan tidak diketahui. Dalam penelitian ini, dikarenakan populasinya yang tidak diketahui, maka besarnya sampel yang diperlukan sangat dipengaruhi oleh maksimum error (i) dan derajat kepercayaan dalam penaksiran populasi tersebut. Sehingga besarnya sampel menggunakan rumus Cochran, dan perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Tingkat keyakinan yang diperlukan dalam sampel

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) maksimum sebesar 10%

Tingkat keyakinan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95% dengan tingkat kesalahan maksimum sebesar 10%, maka jumlah ukuran sampelnya sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{Z^2 pq}{e^2} \\
 &= \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2} \\
 &= \frac{3,8416 (0,25)}{0,01} \\
 &= \frac{0,9604}{0,01} \\
 &= 96,04 = 100
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 96,04 yang dibulatkan menjadi 100 responden.

Dalam menentukan responden yaitu dengan menyebarkan kuisioner menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2016;124), *sampling insidental / accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Terdapat ciri khusus dari pengambilan sampel tersebut, yaitu :

- a. Peneliti tidak menekankan pada tujuan *sampling* melainkan pada kemudahan proses riset sehingga tidak menetapkan kriteria khusus atau rumit tentang sampel.

- b. Peneliti dengan sengaja memilih sampel dari populasi di mana informasi yang diperlukan bisa didapat dengan mudah.
- c. Sesuai dengan namanya, sampel yang dipilih mayoritas karena berada di lokasi saat dibutuhkan atau seseorang maupun sesuatu yang familier bagi peneliti.
- d. Kemudahan akses biasanya menjadi pertimbangan utama peneliti dengan teknik *accidental sampling*.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau subjek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu subjek dengan subjek lain. Variabel bebas (variabel independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Sedangkan variabel terikat (dependen) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Variabel dalam penelitian ini meliputi:

1. Variabel Independen (variabel X) yaitu harga, lokasi, dan layanan purna jual.
2. Variabel Dependen (variabel Y) yaitu keputusan pembelian.

E. Operasional Variabel

Operasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2017:39) adalah suatu atribut atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Tabel 4
Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Butir Pernyataan
Harga (X_1)	1. Keterjangkauan harga	Likert	1,2
	2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.		3,4,5
	3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.		6,7
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat.		8,9
Lokasi (X_2)	1. Akses	Likert	1,2
	2. Visibilitas		3,4,5
	3. Lalu lintas (<i>traffic</i>)		6,7
	4. Tempat parkir		8,9
	5. Ekspansi		10,11
	6. Lingkungan		12,13,14
	7. Persaingan (lokasi pesaing)		15,16
	8. Peraturan pemerintah		17,18

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Butir Pernyataan
Pelayanan Purna Jual (X_3)	1. Garansi	Likert	1,2
	2. Penyediaan Aksesoris		3,4
	3. Pelayanan Pemeliharaan dan Perbaikan		5,6
	4. Fasilitas dan Perlengkapan		7,8
Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Butir Pernyataan
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pemilihan Produk (<i>Product Choice</i>)	Likert	1,2
	2. Pemilihan Merek (<i>Brand Choice</i>)		3,4
	3. Pemilihan Saluran Pembelian (<i>Dealer Choice</i>)		5,6
	4. Penentuan Waktu Pembelian (<i>Purchase Timing</i>)		7,8
	5. Jumlah Pembelian		9,10
	6. Metode Pembayaran.		11,12

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode menunjuk pada suatu cara sehingga bisa diperlihatkan penggunaannya melalui angket, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi dan sebagainya.

Sugiyono (2013:224) menjelaskan bahwa metode pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dan dalam pengumpulan data penelitian tidak boleh dilakukan secara sembarangan.

Terdapat langkah pengumpulan data dan teknik pengumpulan data yang harus diikuti. Tujuan dari langkah pengumpulan data dan teknik pengumpulan data ini adalah demi mendapatkan data yang valid.

Sehingga hasil dan kesimpulan penelitian pun tidak akan diragukan kebenarannya. Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

1. Jenis Data

Data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisisioner yang dilakukan oleh peneliti. Menurut Umar, Husein (2013:42), data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.

2. Teknik Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapat dengan menggunakan kuesioner, yaitu dengan memberikan beberapa pertanyaan dan pernyataan kepada responden. Sugiyono (2012:199) mengemukakan kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.

3. Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat. Dengan skala likert ini, responden diminta untuk melengkapi kuesioner yang mengharuskan mereka untuk menunjukkan tingkat persetujuannya terhadap serangkaian pertanyaan. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan. Kategori skor yang digunakan pada Skala Likert dengan skor 1-5 dengan penilaian seperti tabel 5 berikut:

Tabel 5
Pengukuran Skor

Pernyataan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. Instrumen Penelitian

Instrumen atau media yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu dengan instrumen dalam teknik komunikasi berupa kuesioner.

Keunggulan menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data, yaitu:

1. Dapat mengungkapkan pendapat atau tanggapan seseorang baik secara individual maupun kelompok terhadap permasalahan.
2. Dapat disebarkan untuk responden yang berjumlah besar dengan waktu yang relatif singkat.
3. Tetap terjaga objektivitas responden dari pengaruh luar terhadap satu permasalahan yang diteliti.
4. Tetap terjaga kerahasiaan responden untuk menjawab sesuai dengan pendapat pribadi.
5. Karena diformat dalam bentuk surat, maka biaya lebih murah.
6. Penggunaan waktu yang relatif fleksibel sesuai dengan waktu yang telah diberikan peneliti.
7. Dapat menjaring informasi dalam skala luas dengan waktu yang cepat.

H. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Jadi pengujian validitas itu mengacu pada sejauh mana suatu instrument dalam menjalankan fungsi.

Dalam sebuah penelitian memiliki tujuan yakni suatu kebenaran, kebenaran hanya bisa diperoleh dengan instrument yang valid. Maka dikatakan validitas merupakan esensi kebenaran hasil dari penelitian. Validitas dipandang sebagai konsep yang paling penting dalam sebuah penelitian. Dalam tiap penelitian selalu dipertanyakan validitas alat yang digunakan.

Oleh karena itu membuat instrument yang valid harus mendapat perhatian setiap peneliti. Rumus yang digunakan dalam mengukur validitas dalam penelitian ini adalah rumus *product moment* dari Karl Pearson.

$$R_{xy} = \frac{N (\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi

N = Jumlah subyek/responden

X = Skor butir

Y = Skor total

ΣX^2 = Jumlah kuadrat nilai X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat nilai Y

Menurut Sugiyono (2014:173-174), syarat yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut:

- 1.) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pertanyaan dalam kuesioner adalah valid.
- 2.) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pertanyaan dalam kuesioner adalah tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk menunjukkan suatu indikator dapat dipercaya dan diandalkan. Dalam penelitian, reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda.

Menurut Sugiyono (2017:130), menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan. Hasil penelitian reliabel terjadi apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Cronbach Alpha*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_1 = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_1^2}{s_t^2} \right\}$$

Sumber: Sugiyono (2013:365)

Keterangan:

K = Mean kuadran antara subyek

$\sum s_1^2$ = Mean kuadran kesalahan

s_t^2 = Varians total

Dalam menggunakan teknik ini, kriteria instrumen dikatakan reliabel bila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 menurut Nunnally dalam Sugiyono (2013:42).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Menurut Ghozali (2012: 160) uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal.

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode analisis statistik yang menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov Test, dengan taraf signifikan 0,05 atau 5%. Dasar pengambilan keputusan untuk pengujian normalitas adalah sebagai berikut:

- 1.) Jika taraf signifikan yang dihasilkan $> 0,05$ maka H_0 diterima, sehingga data tersebut terdistribusi secara normal.
- 2.) Jika taraf signifikan yang dihasilkan $< 0,05$ maka H_0 diterima, sehingga data tersebut tidak terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2012: 105), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

Tujuan digunakannya uji multikolinearitas dalam penelitian adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi (hubungan kuat) antar variabel bebas atau variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Deteksi multikolinearitas pada suatu model dapat dilihat dari sebagai berikut:

- 1.) Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas $VIF = 1 / Tolerance$, jika $VIF = 10$, maka $Tolerance = 1/10 = 0,1$. Semakin tinggi VIF maka semakin rendah *Tolerance*.
- 2.) Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen $< 0,70$, maka model dapat dikatakan bebas dari asumsi klasik multikolinearitas. Jika $> 0,70$ maka diasumsikan terjadi korelasi yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinearitas.
- 3.) Jika nilai koefisien determinan, baik dilihat dari R^2 maupun R -Square diatas 0,60 namun tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel independe, maka model terkena multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi.

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melihat nilai varians antar nilai Y, apakah sama atau heterogen (Suharyadi dan Purwanto,2011:231).

Model regresi yang baik adalah model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran.

Cara memprediksi ada tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola *scatterplot* model tersebut dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1.) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0.
- 2.) Titik-titik data mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3.) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, maka terjadi heteroskedastisitas.
- 4.) Penyebaran titik-titik data sebaliknya tidak berpola.

3. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah bagian dari statistik yang paling mendasar yang tidak bisa dipisahkan dalam analisis data dan merupakan proses analisis statistik yang fokus kepada manajemen, penyajian, dan klasifikasi data. Menurut Ghozali (2018:19), analisis statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi pada suatu data yang dapat diukur dengan nilai rata-rata (mean), minimum, maksimum serta standar deviasi yang terdapat dalam penelitian.

Pada statistik deskriptif, yang perlu disajikan adalah:

a. Ukuran pemusatan data (*measures of central tendency*).

Ukuran pemusatan data yang sering digunakan adalah distribusi frekuensi. Ukuran statistik ini cocok untuk data nominal dan data ordinal (data kategorik).

Sementara nilai *mean* adalah ukuran pemusatan data yang cocok untuk data *continuous*. Ukuran deskriptif lain untuk pemusatan data adalah median (nilai tengah) dan modus (nilai yang paling sering muncul).

b. Ukuran penyebaran data (*measures of spread*).

Ukuran penyebaran data yang sering digunakan adalah standar deviasi. Ukuran penyebaran data ini cocok digunakan untuk data numerik atau *continuous*. Sementara untuk data kategorik, nilai *range* merupakan ukuran yang cocok.

1. Analisis Korelasi

Analisis korelasi adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yang sifatnya kuantitatif. Proses analisis korelasi atau pencarian hubungan antara dua variabel atau lebih dapat dinyatakan dalam beberapa bentuk hubungan yaitu:

a. Hubungan simetris yaitu hubungan yang menyatakan sifat kebersamaan antara dua variabel atau lebih.

- b. Hubungan kausal yaitu hubungan yang bersifat saling memengaruhi antara satu variabel dengan variabel lain, dan variabel interaktif yaitu hubungan antar dua variabel atau lebih yang saling memengaruhi dimana kedudukan variabel X dan Y dapat saling menggantikan.

Salah satu contoh bentuk korelasi adalah korelasi ganda, yaitu alat statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan yang terjadi antara variabel terikat (variabel Y) dengan dua atau lebih variabel bebas. Korelasi ganda disimbolkan R. Rumus dari korelasi ganda dari tiga variabel bebas (X_1 , X_2 , dan X_3) dengan satu variabel terikat (Y) sebagai berikut:

$$R_{y.x_1x_2x_3} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 + r_{yx_3}^2 - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{yx_3}r_{x_1x_2x_3}}{1 - r_{x_1x_2x_3}^2}}$$

Sumber: Sugiyono (2013:233)

Keterangan:

$R_{y.x_1x_2x_3}$ = Korelasi antara variabel X_1 , X_2 , dan X_3 secara bersama-sama dengan variabel Y

r_{yx_1} = Korelasi *product moment* antara X_1 dengan Y

r_{yx_2} = Korelasi *product moment* antara X_2 dengan Y

r_{yx_3} = Korelasi *product moment* antara X_3 dengan Y

$r_{x_1x_2x_3}$ = Korelasi *product moment* antara X_1 , X_2 , dan X_3

Dalam menguji ada atau tidaknya hubungan antara harga, lokasi, dan pelayanan purna jual terhadap keputusan pembelian, penulis menggunakan tabel interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

Tabel 6
Interpretasi Koefisien Korelasi

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

Sumber: Sugiyono (2013:231)

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear jenis berganda merupakan model regresi linear yang dapat digunakan ketika variabel bebas yang digunakan berjumlah lebih dari satu atau disebut predictor. Menurut Sugiyono(2016:192) analisis regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu harga, lokasi, dan pelayanan purna jual terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Analisis data menggunakan program SPSS 20.

Adapun persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Sumber: Sugiyono (2013:275)

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi harga

b_2 = Koefisien regresi lokasi

b_3 = Koefisien regresi pelayanan purna jual

X_1 = Harga

X_2 = Lokasi

X_3 = Pelayanan purna jual

E = Error sampling

3. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih dalam praduga karena harus diverifikasi. Hipotesis juga berarti sebuah pernyataan atau proposisi yang mengatakan bahwa di antara sejumlah fakta ada hubungan tertentu. Sebuah proposisi yang akan membentuk proses pembentukan hipotesis, salah satu dari mereka, yaitu penelitian sosial. Proses pembentukan hipotesis adalah proses penalaran, yang melalui tahap-tahap tertentu. Hal demikian juga terjadi dalam pembuatan hipotesis ilmiah, yang dilakukan secara sadar, hati-hati, dan diarahkan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa hipotesis adalah salah satu proposisi dapat diuji secara langsung.

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi, dan pelayanan purna jual terhadap keputusan pembelian pada Toko Bakul Cell. Dengan menggunakan analisis regresi berganda dan pengolahan data menggunakan program SPSS. Dan uji hipotesis dilakukan dengan langkah-langkah dan asumsi sebagai berikut:

a. Hipotesis statistik secara simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2012: 98), Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji F dapat dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel dan tingkat signifikan 5%. Dengan kriteria sebagai berikut:

- 1.) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$ maka H_o diterima H_a ditolak, artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat secara signifikan.

$H_o : \beta_1 = \beta_2 = 0$ (tidak ada hubungan antara X dan Y)

Tidak terdapat pengaruh antara variabel harga, lokasi, dan pelayanan purna jual secara simultan dengan variabel keputusan pembelian pada Toko Bakul Cell.

- 2.) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikansi $< 0,05$ maka H_o ditolak H_a diterima, artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara signifikan.

$H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0$ (terdapat hubungan antara X dan Y)

Terdapat pengaruh antara variabel harga, lokasi, dan pelayanan purna jual secara simultan dengan variabel keputusan pembelian pada Toko Bakul Cell.

b. Hipotesis statistik secara Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2012: 98), uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen atau bebas yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen atau terikat secara parsial. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung.

Dengan kriteria sebagai berikut:

- 1.) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2.) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji t dalam penelitian ini yaitu:

- 1.) $H_0 : \beta_1 = 0$

Tidak ada pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian

$$H_1 : \beta_1 \neq 0$$

Ada pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian

2.) $H_0 : \beta_2 = 0$

Tidak ada pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian

$H_1 : \beta_2 \neq 0$

Ada pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian

3.) $H_0 : \beta_3 = 0$

Tidak ada pengaruh pelayanan purna jual secara parsial terhadap keputusan pembelian

$H_1 : \beta_3 \neq 0$

Ada pengaruh pelayanan purna jual secara parsial terhadap keputusan pembelian

4. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berguna untuk mengetahui besar pengaruh yang diberikan variabel X terhadap variabel Y. Rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = Besar perubahan variabel Y yang dipengaruhi oleh variabel X

r^2 = Koefisien korelasi ganda

