

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian / Jenis Penelitian

Metode penelitian menurut *Sugiyono* (2015, 3) didefinisikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat dilakukan dengan beberapa metode, yaitu survei, observasi dan eksperimen.

Menurut *Istijanto di dalam Danang Sunyoto* (2018, 19) survei merupakan metode yang digunakan secara luas, khususnya dalam riset pemasaran. Informasi dikumpulkan dengan menanyai orang melalui daftar pertanyaan yang terstruktur. Observasi merupakan metode pengumpulan data dengan mengamati dan mencatat pola perilaku orang, objek atau kejadian-kejadian melalui cara sistematis. Eksperimen merupakan riset yang berusaha memanipulasi satu atau lebih variabel independen, kemudian mengukur efek dari manipulasi tersebut terhadap satu atau lebih variabel dependen.

Dengan digunakannya metode ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari variabel produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian mengenai “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Jahit Brother (Studi pada PT. Brothersindo

Saudara Sejati)". Waktu penelitian ini dilakukan selama 3 bulan, di mulai dari bulan September 2018 dengan objek penelitian adalah konsumen Brothersindo Jabodetabek.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Pengertian populasi menurut *Danang Sunyoto* (2018, 48) adalah jumlah dari keseluruhan objek (satuan atau individu) yang karakteristiknya hendak di duga. Satu atau individu disebut unit analisis, bisa berupa orang, rumah tangga, tanah pertanian dan sebagainya dalam bentuk yang biasa dipakai dalam survei.

Sedangkan menurut *Sugiyono* (2015, 117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan didalam penelitian dan dipelajari, kemudian ditarik kesimpulannya.

Pengertian diatas menunjukkan bahwa populasi bukan hanya manusia tetapi bisa juga objek atau benda-benda subjek yang dipelajari seperti dokumen-dokumen yang dapat dianggap sebagai objek penelitian. Populasi juga tidak hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek itu.

b. Sampel

Menurut *Danang Sunyoto* (2018, 48) sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya akan di teliti, dan dianggap bisa mewakili

keseluruhan populasi. Satuan-satuan yang akan diteliti di dalam sampel dinamakan unit sampel yang akan dipilih dari kerangka sampel. Dimana kerangka sampel mungkin merupakan daftar dari kumpulan orang atau satuan perumahan, catatan dalam sebuah *file* atau mungkin sebuah peta dimana telah digambar unitnya secara jelas.

Menurut *Sugiyono* (2015, 118) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam suatu penelitian. Lain daripada itu, perlu diperhatikan juga bahwa sampel yang dipilih harus menunjukkan segala karakteristik populasi, sehingga tercermin dalam sampel yang dipilih. Maksudnya adalah sampel harus dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya atau mewakili.

Dalam penelitian ini jumlah populasi sudah diketahui sebanyak 138 konsumen atau perusahaan yang membeli mesin jahit Brother di Brothersindo area Jabodetabek. Sehingga penulis akan memakai keseluruhan populasi untuk sampel penelitian ini.

c. Teknik Sampling

Sampling adalah suatu cara pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh, hanya sebagian dari objek penelitian (populasi). Menurut *Sugiyono* (2015, 116) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Dengan ditentukannya sampel yang akan digunakan dalam penelitian, ada beberapa teknik sampling yang digunakan. Dalam penelitian

ini penulis menggunakan *nonprobability sampling* dengan jenis *sampling jenuh*.

Nonprobability sampling menurut Sugiyono (2015, 118) adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama pada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis *nonprobability sampling* yang digunakan penulis dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *sampling jenuh* karena unsur populasi yang digunakan penulis, yakni konsumen mesin jahit Brother pada Brothersindo dimana semua anggota populasi dijadikan sampel penelitian ini.

Sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini dilakukan apabila jumlah populasi relative kecil, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua populasi dijadikan sampel (Sugiyono 2015, 124).

Berdasarkan pernyataan diatas, maka yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh populasi yang diambil, yaitu 138 perusahaan yang menjadi konsumen Brothersindo di area Jabodetabek. Kuesioner akan diberikan kepada salah satu orang sebagai perwakilan untuk mengisi kuesioner. Perwakilan dari setiap perusahaan berbeda-beda. Bisa dari *Owner* perusahaan, *Manager Purchasing*, Kepala Mekanik atau Admin Mekanik. Perwakilan tersebut biasanya seseorang yang lebih memahami

kegunaan dan kebutuhan mesin jahit diperusahaannya sehingga memengaruhi terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother.

D. Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

a. Definisi Variabel Penelitian

Menurut *Sugiyono* (2015, 60) variabel penelitian merupakan suatu hal yang dapat berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari, apa yang akan diteliti oleh penulis sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain dalam penelitian. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu:

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*Sugiyono* 2015, 61). Produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), dan lokasi (X_4) adalah variabel bebas.

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut *Sugiyono* (2015, 61) variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

b. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Kurangnya alat pengukur fisik untuk mengukur variabel yang tidak jelas, mengoperasionalkan variabel merupakan cara yang tepat untuk

sebuah penelitian. Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan konsep, dimensi, indikator, dan skala dari variabel-variabel yang terkait didalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan benar sesuai dengan judul penelitian mengenai “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian”. Agar memberikan gambaran yang lebih jelas tentang variabel penelitian, maka disajikan ke dalam tabel operasionalisasi variabel sebagai berikut:

Tabel 4
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala	Butir Pernyataan
Produk (X₁)				
Produk (X ₁)	Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian konsumen, dibeli, dipergunakan untuk dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan	1. Kualitas	Likert	2, 6
		2. Fitur (<i>Features</i>)		1, 5,
		3. Gaya dan Desain (<i>Style and Design</i>)		3, 4, 7
Harga (X₂)				
Harga (X ₂)	Harga dijadikan sebagai nilai tukar dalam sebuah transaksi jual-beli dipasaran	1. Keterjangkauan Harga	Likert	8
		2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk		9
		3. Daya Saing Harga		11, 13, 14
		4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat		10, 12

Variabel	Definisi	Indikator	Skala	Butir Pernyataan
Promosi (X_3)				
Promosi (X_3)	Promosi merupakan bentuk informasi suatu produk dan meyakinkan konsumen tentang produk yang ditawarkan	1. Memengaruhi Perilaku Konsumen	Likert	15
		2. Memberitahukan		16, 19
		3. Mengubah Bentuk Respon Afektif		18, 21
		4. Mengingatnkan Konsumen		17, 20
Lokasi (X_4)				
Lokasi (X_4)	Sebuah tempat yang digunakan perusahaan untuk menjual produk dan mudah terjangkau oleh konsumen	1. Akses Lokasi	Likert	22, 23
		2. Visibilitas		24
		3. Ekspansi atau Perluasan		25
		4. Lingkungan		26
Keputusan Pembelian (Y)				
Keputusan Pembelian (Y)	Sebuah perilaku konsumen yang dihadapi dengan pilihan saat dipasaran	1. Pemilihan Produk atau Merek	Likert	27, 28
		2. Pemilihan Saluran Pembelian		29
		3. Jumlah Pembelian		30
		4. Metode Pembayaran		31

E. Sumber Data dan Pengumpulan Data

a. Sumber Data

Dalam suatu penelitian yang dilakukan oleh penulis akan menggunakan data-data yang dikumpulkan sebagai bahan utama proses pengolahan data dengan tujuan untuk mengetahui permasalahan penelitian tersebut. Dalam penyusunan penelitian ini, penulis memperoleh data dari data primer dan data sekunder.

Menurut *Danang Sunyoto* (2018, 28) arti primer merupakan asli atau utama atau secara langsung dari sumbernya. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh penulis untuk menjawab masalah penelitian secara khusus. Dalam riset pemasaran, data primer diperoleh secara langsung dari sumbernya, sehingga penulis merupakan tangan pertama yang memperoleh data tersebut (*Istijanto di dalam Danang Sunyoto ; 2018, 28*).

Data primer dibedakan menjadi dua, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Dalam penelitian ini digunakan data kuantitatif. Menurut *Danang Sunyoto* (2018, 30) data kuantitatif adalah data yang berupa angka-angka atau bilangan utuh (diskrit) atau tidak utuh (kontinu). Data kuantitatif diskrit misalnya data mengenai jumlah konsumen, sedangkan data kuantitatif kontinu misalnya ukuran berat badan atau tingg badan.

Data sekunder yang didefinisikan oleh *Danang Sunyoto* (2018, 42) yaitu : merupakan data publikasi yang dikumpulkan tidak hanya untuk keperluan penelitian tertentu saja, atau data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan mencakup sebuah informasi dan hanya mungkin relevan dengan permasalahan yang ada.

b. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan data yang akurat dan lebih spesifik. Dari segi teknik

pengumpulan data, penelitian kuantitatif mengutamakan menggunakan kuesioner.

Kuesioner menurut *Sugiyono* (2015, 199) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila penulis mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan apa yang bisa diharapkan dari responden. Apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas, maka kuesioner dapat diberikan kepada responden secara langsung, dikirim melalui pos atau bisa juga membuat *form* dan disebarkannya melalui internet.

F. Metode Analisis Data

Penulis menggeneralisasi informasi dengan menganalisis data setelah data terkumpul. Menurut *Cooper dan Schinder* (2017, 100) analisis data biasanya meliputi pengurangan data akumulasi menjadi ukuran yang dapat diolah, mengembangkan ringkasan, mencari pola, dan mengaplikasikan teknik statistik.

Sedangkan menurut *Sugiyono* (2015, 207) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Analisis data dapat dilakukan untuk mengolah data menjadi informasi, data akan menjadi mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian. Data yang akan diteliti merupakan data dari hasil survei penelitian dari penelitian lapangan, kemudian dilakukannya analisa untuk menarik kesimpulan.

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur. Sehingga, alat ukur apabila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono 2015, 133). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2015, 134) skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Penelitian ini menggunakan pengukuran variabel skala *likert* 1-6 (Falahah dan Iwan dalam Jurnal Ilmiah Kursor 2011) sebagai berikut:

Tabel 5
Skor Berdasarkan Skala *Likert*

Kriteria	Skor
Sangat setuju sekali	6
Sangat setuju	5
Setuju	4
Tidak setuju	3
Sangat tidak setuju	2
Sama sekali tidak setuju	1

G. Intrumen Penelitian

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Uji Validitas Instrumen

Hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Suatu instrument dinyatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Menurut *Sugiyono* (2015, 173) menyatakan bahwa: instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Langkah-langkah mengukur validitas menurut *Husein Umar* (2014, 166) yaitu:

- 1) Melakukan uji coba kuesioner dengan meminta 30 responden menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada. Dengan jumlah minimal 30 orang, distribusi skor (nilai) akan lebih mendekati kurva normal.
- 2) Siapkan tabel tabulasi jawaban. Untuk sekedar ilustrasi, misalnya terdapat 10 pernyataan yang diisi oleh 9 orang responden saja.
- 3) Hitung korelasi antardata pada masing-masing pernyataan dengan skor total, dengan memakai rumus korelasi *product moment*, yang rumusnya seperti :

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

r = Koefisien korelasi pearson

$\sum XY$ = Jumlah perkalian variabel X dan Y

$\sum X$ = Jumlah nilai variabel X

$\sum Y$ = Jumlah nilai variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah pangkat dua nilai variabel X

$\sum Y^2$ = Jumlah pangkat dua nilai variabel Y

b) Uji Reliabilitas Instrumen

Hasil penelitian yang reliable apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Menurut *Sugiyono* (2015, 173) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bilamana digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Husein Umar (2014, 168) menyatakan bahwa uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrument yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak responden yang sama. Misalnya, seseorang yang telah mengisi kuesioner dimintakan mengisi lagi karena kuesioner pertama hilang. Isi dalam kuesioner pertama dan kedua haruslah sama atau dianggap sama.

Untuk mempermudah uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1)r}$$

Keterangan:

α = Koefisien reliabilitas

r = Korelasi antar item

k = Jumlah item

b. Uji Asumsi Klasik

Ada beberapa pengujian yang harus dilakukan terlebih dahulu, sebelum dibuat analisis korelasi dan regresi. Hal ini dilakukan untuk menguji apakah model yang dipergunakan dapat mewakili atau mendekati kenyataan yang ada. Dengan pengujian kelayakan model regresi yang digunakan, maka harus terlebih dahulu memenuhi uji asumsi klasik.

Terdapat tiga jenis pengujian pada uji asumsi klasik, yaitu:

a) Uji Normalitas

Diperlukannya uji normalitas menurut *Husein Umar* (2014, 181) untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Dalam model regresi linear, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai *error* (ϵ) yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Sehingga layak untuk dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas

data dapat menggunakan *Tes of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam SPSS.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel independen. Jika terjadi korelasi, terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi (*Husein Umar* 2014, 177). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Apabila terjadi multikolinieritas, salah satu dari variabel independen yang ada dikeluarkan dari model, kemudian pembuatan model regresi diulang kembali.

Untuk mengatasi terjadinya multikolinieritas menurut *Husein Umar* (2014, 178), dapat dilakukannya beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Evaluasi apakah pengisian data telah berlangsung secara efektif atau terdapat kecurangan dan kelemahan lain.
- 2) Jumlah data ditambah lagi
- 3) Salah satu dari variabel independen dibuang karena data dari dua variabel independen ternyata mirip atau digabungkan bila secara konsep relatif sama.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah memiliki angka

tolerance mendekati 1 dan VIF disekitar angka 1. Berikut rumus yang digunakan:

$$VIF = \frac{1}{(1 - R^2)}$$

- a. Nilai VIF untuk korelasi r besar. Misalnya nilai $r = 0,8$ atau $R^2 = 0,64$. Bila dimasukkan dalam rumus, akan mendapatkan nilai seperti: $VIF = 1 / 0,36 = 2,78$
- b. Nilai VIF untuk korelasi r kecil. Misalnya nilai $r = 0,30$ atau $R^2 = 0,09$. Bila dimasukkan dalam rumus akan mendapatkan nilai seperti: $VIF = 1 / 0,91 = 1,09$

Besar VIF mendekati angka 1 mencerminkan tidak terdapat multikolinieritas. Mengukur multikolinieritas dapat dilakukan juga dengan menggunakan besaran *Tolerance* (Tol). Berikut rumus yang digunakan:

$$Tol = (1 - R^2)$$

c) Uji Heteroskedastisitas

Menurut *Husein Umar* (2014, 179) uji heteroskedastisitas dapat dilakukan guna mengetahui apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas, sedangkan untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

H. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Di dalam penelitian ini tidak hanya disebabkan oleh satu variabel saja, melainkan oleh beberapa variabel. Data hasil penelitian terhadap keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas, yaitu: Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), dan Lokasi (X_4). sehingga rumus umum dari regresi linear berganda adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian sebagai subjek dalam variabel dependen

a = Konstanta

X_1 = Variabel produk

X_2 = Variabel harga

X_3 = Variabel promosi

X_4 = Variabel lokasi

β_1 = Koefisien regresi faktor produk

β_2 = Koefisien regresi faktor harga

β_3 = Koefisien regresi faktor promosi

β_4 = Koefisien regresi faktor lokasi

b. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis R^2 (*R square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (*Ghozali 2013, 97*). Kriteria untuk analisis koefisien determinasi sebagai berikut:

- a) Apabila koefisien determinasi mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen rendah.
- b) Apabila koefisien mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

c. Uji Hipotesis

a) Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Menurut *Ghozali (2013, 98)* uji t atau pengujian secara parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual atau parsial dalam menerangkan variasi variabel dependen. Menurut *Sugiyono (2015, 250)* rumus yang digunakan untuk mencari nilai t_{hitung} sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{X} - \mu_0}{\frac{S}{\sqrt{n}}}$$

Keterangan:

t = nilai t yang dihitung

\bar{X} = nilai rata-rata

μ_0 = nilai yang dihipotesiskan

s = simpangan baku sampel

n = jumlah sampel

Pengujian hipotesis secara parsial (uji t), yaitu:

1. H₀: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada produk terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother secara parsial.
H₁: Terdapat pengaruh yang signifikan pada produk terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother secara parsial.
2. H₀: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada harga terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother secara parsial.
H₂: Terdapat pengaruh yang signifikan pada harga terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother secara parsial.
3. H₀: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada promosi terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother secara parsial.

- H₃: Terdapat pengaruh yang signifikan pada promosi terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother secara parsial.
4. H₀: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada lokasi terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother secara parsial.
- H₄: Terdapat pengaruh yang signifikan pada lokasi terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother secara parsial.

Menurut *Ghozali* (2013, 98) cara melakukan uji t adalah sebagai berikut:

- a) *Quick look*: apabila jumlah *degree of freedom* adalah 20 atau lebih dan derajat kepercayaan sebesar 5%, maka H₀ yang menyatakan $\beta_1 = 0$ dapat ditolak jika nilai t lebih besar dari 2. Dengan kata lain, H₁ yang diterima menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individu memengaruhi variabel dependen.
- b) Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H₁ diterima yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

b) Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Menurut *Ghozali* (2013, 98) uji simultan atau uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pada pengujian simultan atau uji F yang digunakan, yaitu

Analysis of Varian (ANOVA). Menurut *Sugiyono (2015, 257)* untuk memperoleh hasil uji F, maka digunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

R^2 = Koefisien korelasi ganda

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel independen

Pengujian hipotesis secara simultan (uji F), yaitu:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother secara simultan.

H_5 : Terdapat pengaruh yang signifikan pada produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian mesin jahit Brother secara simultan.

Menurut *Ghozali (2013, 98)* cara melakukan uji F sebagai berikut:

- a) *Quick look*: apabila nilai $F_{hitung} > 4$, maka H_0 ditolak dengan derajat 5%, menyatakan bahwa semua variabel independen secara keseluruhan dan signifikan memengaruhi variabel dependen.
- b) Membandingkan dengan F_{hitung} dengan F_{tabel} , jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan menerima H_5 .