

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Arikunto (2019:136) mengemukakan metode penelitian adalah cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan.

1. Jenis Metode Penelitian

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada *filosofi positivisme*, digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan alat penelitian, menganalisis data secara kuantitatif atau statistik untuk keperluan pengujian hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2015:8). Penyajian data dalam bentuk jumlah dan dituangkan untuk menjelaskan suatu kejelasan dan angka-angka digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Data kuantitatif ini diperoleh dari hasil pengisian kuesioner konsumen produk Nutri Cake di Kota Bogor.

2. Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini yang dipergunakan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari peneliti di daerah atau objek penelitian berdasarkan variabel yang diteliti dan selanjutnya diolah. Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah tanggapan responden terhadap pernyataan yang disampaikan kepada responden (Sugiyono, 2015; 137). Dengan cara penyebaran

kuesioner kepada konsumen produk Nutri Cake di Kota Bogor yang diperoleh secara langsung dan relevan terhadap masalah yang diteliti.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bogor kepada konsumen produk Nutri Cake di Kota Bogor. Waktu penelitian direncanakan pada bulan Januari 2024 sampai dengan selesai.

C. Operasional Variabel Penelitian

Sugiyono (2015:40) suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, definisi operasional variabelnya adalah sebagai berikut:

1. Variabel *Independen*

Variabel *independen* adalah variabel yang mempengaruhi variabel *dependen*, baik secara positif ataupun negatif (Sekaran & Bougie, 2017:79). Variabel *independen* biasa disebut juga variabel bebas. Variabel *independen* pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Nilai yang diberikan oleh pelanggan diukur berdasarkan kepercayaan, ketahanan, dan kinerja terhadap bentuk fisik dan citra produk.

Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas (Lupiyoadi 2015:175).

b. Harga (X_2)

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler dan Amstrong 2018:87).

c. Promosi (X_3)

Promosi merupakan suatu upaya dalam menginformasikan atau menawarkan produk atau jasa yang bertujuan untuk menarik calon konsumen agar membeli atau mengkonsumsinya, sehingga diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan (Kotler dan Keller 2016:272).

2. Variabel Dependen

Variabel *dependen* adalah variabel yang menjadi perhatian utama peneliti (Sekaran & Bougie 2017:77). Variabel *dependen* merupakan variabel utama yang sesuai dalam penelitian sering disebut juga variabel terikat. Variabel terikat (*dependen*) pada penelitian ini adalah :

Keputusan Pembelian (Y)

keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian juga dapat diartikan sebagai proses pemilihan dan minat untuk membeli merek yang paling disukai di antara sejumlah merek yang berbeda. (Kotler dan Amstrong 2016:188).

Tabel 3
Definisi Operasional Variabel penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X ₁) (Lupiyoadi 2015:175)	Kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Nilai yang diberikan oleh pelanggan diukur berdasarkan kepercayaan, ketahanan, dan kinerja terhadap bentuk fisik dan citra produk. Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.	Kinerja (<i>Performance</i>)	Skala Likert
		Keandalan (<i>Reliability</i>)	
		Fitur (<i>Feature</i>)	
		Kesesuaian (<i>Conformance</i>)	
Harga (X ₂) (Kotler dan Armstrong 2018:87)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.	Keterjangkauan Harga	Skala Likert
		Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	
		Daya Saing Harga	
		Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	
Promosi (X ₃) (Kotler dan Keller 2016:272)	Promosi merupakan suatu upaya dalam menginformasikan atau menawarkan produk atau jasa yang bertujuan untuk menarik calon konsumen agar membeli atau mengkonsumsinya, sehingga diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan.	Jangkauan Promosi	Skala Likert
		Kualitas Promosi	
		Kuantitas Promosi	
		Waktu Promosi	
		Ketepatan Sasaran Promosi	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana	Pemilihan Produk (<i>Product Choice</i>)	Skala Likert
		Pemilihan Merek (<i>Brand Choice</i>)	

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
(Kotler dan Armstrong 2016:188)	konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian juga dapat diartikan sebagai proses pemilihan dan minat untuk membeli merek yang paling disukai di antara sejumlah merek yang berbeda.	Waktu Pembelian (<i>Purchase Timing</i>)	
		Jumlah Pembelian (<i>Purchase Amount</i>)	

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah area generalisasi, terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu, ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2018:130). Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat di Kota Bogor sebanyak 1.122.772 jiwa. Penentuan responden dipilih menggunakan teknik *Accidental Sampling*.

Accidental Sampling yaitu mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel jika orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Penentuan jumlah sampel yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael (Sugiyono 2019:139). Sampel diambil berdasarkan jumlah populasi yang berada di Kota Bogor yang tidak diketahui jumlah pastinya. Untuk menentukan sebuah ukuran sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4
Penentuan Jumlah Sampel Isaac dan Michael

N	S		
	1%	5%	10%
10	10	10	10
15	15	14	14
20	19	19	19
25	24	23	23
30	29	28	27
...		...	...
500000	663	348	270
550000	663	348	270
600000	663	348	270
...	...	...	...
1000000	663	348	271
∞	664	349	272

Sumber: Sugiyono, 2019

Sementara itu untuk lebih terperinci dalam pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus perhitungan Isaac dan Michael (Sugiyono, 2019:139) sebagai berikut:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 \cdot (N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

(Sugiyono 2019:139)

Pada penelitian ini tidak diketahui populasi konsumen produk Nutri Cake di Kota Bogor dan ditentukan batas toleransi kesalahan 5% serta nilai $d = 0,05$. Maka dapat ditentukan jumlah sampel penelitian sebanyak 349 responden.

E. Metode Pengumpulan Data

Sugiyono (2018:224) mengemukakan metode pengumpulan data merupakan langkah utama penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah memperoleh data, apabila peneliti tidak mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan memperoleh data yang sesuai dengan standar. Untuk mendapatkan data yang

menjadi pertimbangan, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Angket (Kuesioner)

Sugiyono (2017:142) mengemukakan angket (kuesioner) adalah pengumpulan data yang dilakukan melalui persetujuan pertanyaan tertulis kepada responden untuk menjawab pertanyaan. Kuesioner ini merupakan metode pengumpulan data yang efektif ketika peneliti mengetahui secara pasti variabel mana yang akan diukur dan apa yang diharapkan dari responden.

2. Wawancara

Sugiyono (2015:72) mendefinisikan wawancara adalah percakapan antara dua orang atau lebih dan berlangsung antara narasumber dengan pewawancara. Wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data jika ingin melakukan penelitian pendahuluan untuk mengidentifikasi masalah yang akan diteliti.

3. Studi Pustaka

Penelitian ini dilaksanakan untuk memperoleh data sekunder dengan membaca literatur yang ada dan catatan-catatan yang diperoleh selama kuliah, membaca buku-buku referensi yang ada kaitannya dengan masalah yang akan dibahas.

F. Instrumen Penelitian

Pemilihan angket teknik angket menjadi pilihan peneliti untuk memperoleh data yang akurat secara langsung dari pegawai melalui penyebaran kuesioner. Teknik angket merupakan suatu cara pengumpulan data dengan menyebarkan pertanyaan

maupun pernyataan kepada responden dan responden akan memberikan respon atas pertanyaan tersebut Sugiyono (2018:201).

Peneliti menggunakan teknik kuesioner atau angket yang disebar secara langsung melalui *google form* kepada responden konsumen produk Nutri Cake di Kota Bogor. Angket dalam penelitian ini berisikan daftar pernyataan mengenai kualitas produk, harga, promosi dan keputusan pembelian

Maka variable yang dapat diukur, dijabarkan menjadi indikator jawaban seperti instrumen yang menggunakan *skala likert*. *Skala likert* adalah skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan yang ada.

Tabel 5
Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2018:201).

G. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat untuk mengukur validitas suatu angket. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner tersebut menunjukkan item yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan untuk menguji kuesioner yang dibagikan kepada sampel selain dari respon yang sebenarnya (Sugiyono, 2018:256). Uji validitas dengan

menggunakan korelasi *Product Moment*. Penulis menggunakan bantuan program *SPSS (Statistical Program and Service Solution)* dengan menggunakan rumus di bawah ini:

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

Sumber : (Sugiyono 2018).

Keterangan :

$\sum X$ = Total skor belahan ganjil

$\sum Y$ = Total skor belahan genap

$\sum XY$ = Total skor belahan ganjil genap

Kriteria pengujian :

- 1) Jika $sig < \alpha$ (0,05), maka kuesioner dinyatakan Tidak valid.
- 2) Jika $sig > \alpha$ (0,05), maka kuesioner dinyatakan Valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2016:121). Untuk menguji reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha* dikatakan reliable bila hasil *Cronbach Alpha* > 0,60 dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{ac} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

Sumber : Sugiyono (2016).

Dengan keterangan :

r_{ac} : koefisien reliabilitas alpha chronbach

k : banyak butir/item kuesioner

$\sum s_i^2$: jumlah varians skor tiap-tiap item

s_t^2 : jumlah varians

3. Asumsi Klasik

Menurut Sunjoyo (2013:54) uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *Ordinary Least Square (OLS)*. Model linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi klasik statistik yang meliputi sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Sugiyono (2017:168) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, hipotesis ini diberikan oleh nilai kesalahan yang terdistribusi normal, model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal sehingga memungkinkan untuk diverifikasi secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program SPSS. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $> 0,05$.

Metode lain yang digunakan untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan melihat penyebaran data melalui sebuah grafik normal *probability plot*, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

$$KD = 1,36 \frac{\sqrt{n_1 + n_2}}{n_1 n_2}$$

Sumber : Sugiono (2017)

Keterangan :

KD : Jumlah *kolmogorov-smirnov* yang dicari

n_1 : Jumlah sampel yang diperoleh

n_2 : Jumlah sampel yang diharapkan

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas yaitu :

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari populasi adalah normal.
- 2) Jika probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

b. Uji Linearitas

Ghozali, (2016:159) menyatakan bahwa uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat, atau kubik. Data yang baik seharusnya memiliki hubungan linier antara variable dependen dan variabel independen.

- 1) Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah linier.

- 2) Jika probabilitas $<0,05$, maka hubungan antara variabel dengan variabel terikat adalah tidak linear.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji ada tidaknya ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi (Sunyoto, 2016:90). Jika varians konstan maka disebut homoskedastisitas, jika berbeda, kita memiliki masalah heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik yaitu homoskedastisitas atau tidak terjadi nilai $= 0,05$, maka model tidak mengalami heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara *SRESID* dan *ZPRED* dimana rumus yang digunakan sebagai berikut :

Sumbu Y = $Y_{\text{yang telah diprediksi}}$

Sumbu X = Residual ($Y_{\text{prediksi}} - Y_{\text{sesungguhnya}}$)

Sumber : (Sunyoto 2016).

Berikut adalah dasar pengambilan keputusan :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah alat uji regresi untuk menemukan adanya korelasi antar variabel *independen* (Perdana K, 2016 : 47). Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi korelasi yang sempurna maupun hampir sempurna diantara variabel *independen*. Uji multikolinieritas dapat diuji dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflacion factor (VIF)*. Apabila nilai *VIF* antara 1 – 10 atau kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 maka dapat dikatakan tidak terdapat multikolinieritas.

$$VIF = \frac{1}{TOLERANCE} \text{ atau } Tolerance = \frac{1}{VIF}$$

(Perdana K 2016)

Deteksi multikolinearitas pada suatu model dapat dilihat dari beberapa hal, antara lain (Perdana K, 2016:47):

- 1) Jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* tidak lebih dari 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 kurang dari 0,70. Maka model dapat dinyatakan bebas dari asumsi klasik multikolinearitas, jika lebih dari 0,7 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 dependen, maka model terkena multikolinearitas.

4. Analisis Statistik Deskriptif

Sugiyono (2017:35) mendefinisikan analisis statistik adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Analisis deskriptif bermaksud mengubah kumpulan data yang sulit dipahami menjadi mudah untuk dipahami dalam bentuk informasi yang lebih singkat, yaitu data dalam bentuk angka presentase.

Menggunakan metode rata-rata tertimbang yaitu rata-rata yang dihitung dengan memperhitungkan timbangan/bobot untuk setiap datanya. Setiap bobot tersebut merupakan pasangan setiap data.

$$\bar{X} = \frac{\sum fxi}{\sum fi}$$

(Sugiyono 2017)

Keterangan :

$\bar{X}$ = skor rata-rata tertimbang

f_i = frekuensi

xi = bobot nilai

$\sum f_i$ = jumlah responden

5. Analisis Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara dua variabel, dalam hal ini adalah variabel terikat dan variabel bebas. Hubungan ini

dapat dinyatakan dengan menggunakan rumusan Sugiyono (2017:214) melalui pedoman interpretasi koefisien korelasi antara lain:

Tabel 6
Pedoman 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 – 0,1000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2017)

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji analisis regresi linier berganda dipakai guna mengetahui hubungan antara 2 atau lebih variabel *independen* dengan 1 variabel *dependen* (Anwar Sanusi, 2017:117). Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel *independen* yaitu kualitas produk, harga dan promosi serta variabel *dependen* yaitu keputusan pembelian, maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$KB = \alpha + \beta_1 KP + \beta_2 HG + \beta_3 PM$$

(Anwar Sanusi 2017).

Keterangan :

KB = Variabel keputusan pembelian

a = Bilangan konstanta

β_1 = Koefisien regresi kualitas produk

β_2 = Koefisien regresi harga

β_3 = Koefisien regresi promosi

X_1 = kualitas produk (KP)

X_2 = harga (HG)

X_3 = promosi (PM)

e = *Error term*

H. Uji Hipotesis

Menurut Kerlinger dalam Hermawan & Amirullah (2016:38) hipotesis merupakan pernyataan dugaan sementara mengenai hubungan antara 2 variabel atau lebih fenomena atau variabel. Jawaban dalam hipotesis masih berdasarkan atas teori-teori yang relevan dan belum dilaksanakan suatu pengujian terhadap data – data yang telah dikumpulkan.

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Nutri Cake. Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis dengan asumsi sebagai berikut :

1. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian yang dilakukan dengan pengujian parameter (uji korelasi), menggunakan uji *t*-statistik. Hal ini membuktikan apakah terdapat pengaruh antara masing-masing variabel *independen* (X) dan variabel *dependen* (Y) dengan menggunakan rumus Sugiyono (2016:184) :

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber : Sugiyono (2016)

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi

t = Nilai koefisien korelasi dengan derajat bebas (dk) = $n-k$

n = Jumlah Sampel

Kemudian menggunakan jenis keputusan dengan menggunakan statistik uji t , dengan menggunakan asumsi tingkat kesalahan $\alpha = 0,05$, derajat kebebasan $= n-k$, serta dilihat dari hasil t_{tabel} . Dari hasil hipotesis t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} berdasarkan ketentuan :

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau taraf signifikan $< 0,05$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh).
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, atau taraf signifikan $> 0,05$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh).

Uji ini digunakan untuk menguji seberapa jauh satu variabel bebas (*independen*) secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (*dependen*). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap antara lain :

- a. **$H_0 : \beta_1 = 0$** Artinya kualitas produk secara parsial tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Nutri Cake.
- b. **$H_a : \beta_1 \neq 0$** Artinya kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Nutri Cake.

- c. $H_0 : \beta_2 = 0$ Artinya harga secara parsial tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Nutri Cake.
- d. $H_a : \beta_2 \neq 0$ Artinya harga secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Nutri Cake.
- e. $H_0 : \beta_3 = 0$ Artinya promosi secara parsial tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Nutri Cake.
- f. $H_a : \beta_3 \neq 0$ Artinya promosi secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Nutri Cake.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F merupakan uji F atau koefisien regresi yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independen* berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependen*. Menurut Sugiyono (2016:192) uji F diartikan dengan rumus sebagai berikut :

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

Sumber : Sugiyono (2016)

Keterangan :

Fn = Nilai Uji F

r = Koefisien Korelasi Berganda

k = Jumlah Variabel *Independen*

n = Jumlah Anggota Sampel

Dengan kriteria uji sebagai berikut :

- a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau taraf signifikan $< 0,05$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh).
- b. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau taraf signifikan $> 0,05$ pada $\alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh).

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap:

- a. **$H_0 : \beta_1 \beta_2 \beta_3 = 0$** Artinya kualitas produk, harga dan promosi secara simultan tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Nutri Cake.
- b. **$H_a : \beta_1 \beta_2 \beta_3 \neq 0$** Artinya kualitas produk, harga dan promosi secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk Nutri Cake.

I. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat, nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

KD : Koefisien determinasi

r^2 : Koefisien korelasi