

## BAB III

### METODELOGI PENELITIAN

#### 3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

##### 3.1.1. 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 (Sugiyono, 2012 , p.63 ).

Pada dasarnya variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat diperoleh informasi tentang hal tersebut, variabel- variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel dependen

Variabel dependen disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa indonesia disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas ( Sugiyono, 2012, p.64). Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti, dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan Pembelian ( Y).

2. Variabel independen

Variabel independen disebut sebagai variabel *stimulus* , *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa indonesia disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen ( Sugiyono, 2012, p.64). Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

- a. Variabel Produk (X1)
- b. Variabel Harga/*price* (X2)
- c. Variabel Promosi (X3)
- d. Variabel Tempat/*place* (X4)

- e. Variabel Orang/*people* (X5)
- f. Variabel Lingkungan Fisik/*physical evidence* (X6)
- g. Variabel Proses (X7)

### 3.1.2. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat tujuh variabel independen (X) yaitu Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang, Lingkungan Fisik dan Proses.

Dan terdapat satu variabel dependen (Y) Keputusan Pembelian. Untuk dapat mengetahui pengaruh Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang, Lingkungan Fisik dan Proses terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Ikan Bakar panjul, Desa Payaman di Kudus, maka indikatornya dapat di lihat pada Tabel 3.1 dibawah ini :

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Produk (X1)	Produk adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau untuk di konsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan ( Thamrin Abdullah & Francis Tantri, 2012, p.153).	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produk bersih</li> <li>- Produk lezat</li> <li>- Produk sesuai pesanan</li> </ul>	Likert
Harga/price (X2)	Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan untuk memperoleh hak kepemilikan/penggunaan suatu barang/jasa. (Fandy Tjiptono 2008, p.151)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Harga terjangkau</li> <li>- Harga bersaing</li> <li>- Harga sesuai jenis produk</li> </ul>	Likert
Promosi (X3)	promosi mencakup aktivitas periklanan, penjualan perorangan ( <i>personal selling</i> ), promosi penjualan, hubungan masyarakat ( <i>public relation-PR</i> ), informasi dari mulut kemulut ( <i>word of mouth</i> ),	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengiklanan yang disampaikan mudah di mengerti</li> <li>- Tingkat kemenarikan</li> </ul>	

	pemasaran langsung ( <i>direct marketing</i> ), dan publikasi. (Rambat Lupiyoadi , 2013, p.178)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- iklan</li> <li>- <i>Word of mouth</i></li> </ul>	
Tempat/ <i>place</i> (X4)	<i>Place</i> ( tempat) merupakan keputusan distribusi yang menyangkut kemudahan akses terhadap barang/jasa bagi para pelanggan potensial, keputusan ini meliputi keputusan lokasi fisik, keputusan mengenai penggunaan perantara untuk meningkatkan aksesibilitas dan keputusan non-lokasi ( Fandy Tjiptono, 2011, p.43).	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kemudahan akses</li> <li>- aksesibilitas tempat pembelian</li> <li>- Lokasi fisik</li> </ul>	Likert
Orang/ <i>people</i> (X5)	Orang merupakan unsur vital dalam bauran pemasaran, maka orang yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat penting dalam mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan ( Fandy Tjiptono, 2014, p.48)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sedia dan siap membantu</li> <li>- Kecepatan pelayanan</li> <li>- Simpatik dan ramah dalam pelayanan</li> </ul>	Likert
Lingkungan Fisik/ <i>physical evidence</i> (X6)	Menurut Rambat Lupiyoadi (2013, p.94) Lingkungan fisik merupakan tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Desain dan tata ruang menarik</li> <li>- Tersedia sarana tempat parkir</li> <li>- kebersihan lingkungan</li> </ul>	Likert
Proses (X7)	Menurut Rambat Lupiyoadi (2013, p.98 ) Proses merupakan gabungan semua aktivitas umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas, dan hal-hal rutin, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kecepatan pembayaran</li> <li>- Kecepatan penyajian</li> <li>- Pesanan diproses dengan benar</li> </ul>	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah suatu tahapan proses keputusan pembelian dimana konsumen pada akhirnya membeli suatu produk atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan (Kotler & Keller, 2009)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengenalan Masalah</li> <li>- Pencarian Informasi</li> <li>- Penilaian Alternatif</li> <li>- Keputusan Pembelian</li> </ul>	Likert

		- Prilaku Pasca Pembelian	
--	--	---------------------------	--

### 3.2. Jenis Dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah Analisa Deskriptif. Menurut Suharsimi Arikunto(2009, p.234) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dimana metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan memandang realitas/gejala/fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat ( Sugiyono, 2012, p.11) sehingga metode ini cocok digunakan untuk populasi yang luas dengan variabel yang terbatas, sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Berikut adalah penjelasan dari kedua jenis data tersebut :

1. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data (Sugiyono, 2012, p.187) dengan kata lain data primer adalah data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan masalah riset penelitian. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung penyebaran kuisisioner kepada responden sebagai sumber informasi.
2. Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data ( Sugiyono, 2012, p.187). Data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain untuk menyelesaikan masalah penelitian yang dihadapi, Data sekunder dalam

penelitian ini adalah data yang diperoleh dari literature, studi pustaka dan media online sebagai informasi pendukung penelitian ini.

### **3.3. Populasi, Sampel, Ukuran Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi**

Populasi (*population*) merupakan keseluruhan (*universum*) dari obyek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Burhan Bungin, 2011, p.109) Sedangkan menurut Sugiyono (2012, p.119) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan dan konsumen yang sedang membeli dan yang pernah membeli produk Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman Kudus.

#### **3.3.2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya, karena keterbatasan dana , tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu ( Sugiyono, 2012, p.120). Sedangkan menurut Haryadi Sarjono & Winda Julianita ( 2011, p.21) Sampel adalah bagian dari populasi yang dipercaya dapat mewakili karekteristik populasi secara keseluruhan. Dengan mempelajari sampel peneliti akan mampu menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap populasi penelitian.

Roscoe (dalam Sugiyono, 2012, p. 133) mengusulkan untuk menentukan ukuran sampel diantaranya :

- a. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah layak untuk kebanyakan penelitian.
- b. Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, PNS/swasta, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 responden.
- c. Dalam penelitian multivariat (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10x atau lebih besar dikalikan jumlah variabel dalam penelitian (variabel independen ditambah variabel dependen).
- d. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eskperimen yang ketat, ukuran sampel yang baik antara 10 sampai dengan 20 responden.

Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui secara pasti sehingga untuk menentukan besarnya ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus sampel dari Widiyanto (2008) dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2}{4(Moe)^2}$$

Berdasarkan rumus tersebut , maka perhitungan untuk menentukan jumlah sampelnya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2}{4(Moe)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$n = 96,04$  ( dibulatkan menjadi 100 )

Keterangan :

$n$  = Jumlah Sampel

$z$  = Tingkatan distribusi normal pada taraf signifikan 95%, yaitu 1,98

$Moe$  = Margin of error , atau tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditolak yaitu 10%.

### 3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, dimana teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel ( Sugiyono, 2012, p.122) Metode pengambilan sampel dilakukan dengan cara *accidental sampling* yaitu dimana bentuk pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, dimana, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti yang pernah mengkonsumsi jasa/makanan pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman Kudus dan yang dipandang cocok menjadi sumber data yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini ( Sugiyono, 2012, p.126).

### 3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat dan reliabel. Dalam pengumpulan data yang dibutuhkan, penulis menggunakan beberapa Metode yang di gunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Observasi (pengamatan)

Observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek ( orang), obyek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu- individu yang diteliti. Observasi meliputi segala hal yang menyangkut pengamatan aktivitas atau kondisi perilaku maupun nonperilaku (Anwar Sanusi, 2011, p.111 ). Maksud dari observasi ini, Teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung produk yang menjadi obyek penelitian. Pengamatan ini dilakukan secara langsung terhadap keadaan atau situasi Di Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman Kudus, dengan suasana yang ada dan pelayanan yang dirasa oleh konsumen.

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode untuk mengumpulkan data, wawancara bisa tidak terstruktur dan terstruktur, dan dapat dilakukan dengan tatap muka, melalui telepon, atau secara elektronik. Wawancara dalam penelitian ini merupakan metode pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab dan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada pemilik usaha secara langsung untuk mengumpulkan keterangan-keterangan yang dibutuhkan.

## 3. Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2012, p.192) Kuisisioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Kuisisioner dalam penelitian ini terdiri dari 2 bagian yaitu mengenai profil responden dan pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan Analisis Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Ikan Bakar Panjul, Desa Payaman Kudus, adapun variabel dari Marketing Mix (Produk, Harga, Promosi, Tempat, Orang, Lingkungan Fisik dan Proses) dengan menggunakan skala Likert.

Skala likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur ( Anwar Sanusi, 2011, p.59). Dalam hal ini responden diminta untuk menyatakan sewaktu menanggapi pertanyaan, dalam skala likert responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Pertanyaan dalam kuisisioner menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat dari responden Nilai untuk skala likert tersebut adalah :



1. Sangat tidak setuju,
2. Tidak setuju,
3. Netral,
4. Setuju,
5. Sangat setuju

### **3.5. Metode Pengolahan Data Penelitian**

#### **3.5.1. Uji Validitas**

Menurut Sekaran ( Dalam Haryadi Sarjono & Winda Julianita, 2011, p.35) Uji Validitas adalah bukti bahwa instrumen, teknik, atau proses yang digunakan untuk mengukur sebuah konsep benar-benar mengukur konsep yang dimaksudkan. Uji Validitas bertujuan untuk mengukur valid tidaknya suatu item pernyataan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat analisis berupa IBM SPSS 20, Uji Validitas dilakukan dengan cara membandingkan hasil perhitungan SPSS dengan r tabel. Nilai pada kolom *Corected Item Total Correlation* pada tabel *Item-Total Statistics* atau yang disebut dengan nilai r hitung dibandingkan dengan nilai pada r tabel. Suatu indikator (pertanyaan atau pernyataan) dikatakan valid apabila nilai *Corected Item Total Correlation* atau r hitung lebih besar dari pada nilai pada r tabel, begitu pula sebaliknya jika r tabel lebih besar dari r hitung maka indikator dinyatakan tidak valid (Sarjono & Julianita, 2011, p. 45).

#### **3.5.2. Uji Reliabilitas**

Menurut Sekaran ( Dalam Haryadi Sarjono & Winda Julianita, 2011, p.35) Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsisten tidaknya jawaban seseorang terhadap item-item pernyataan di dalam sebuah kuesioner. Jadi syarat untuk alat dikatakan memiliki kualifikasi realibel adalah tetap atau tidak berubah-ubah. Uji Reliabilitas ditujukan untuk menguji variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Uji reliabilitas diukur dengan *Cronbach Alpha*. *Cronbach Alpha* adalah koefisien

keandalan yang menunjukkan seberapa baik item dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Semakin dekat koefisien keandalan dengan 1,0 semakin baik, keandalan kurang dari 0,60 dianggap buruk, keandalan dalam kisaran 0,70 bisa diterima, dan lebih dari 0,80 adalah baik. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alfa Cronbach*  $> 0,60$  (p.35)

### 3.5.3. Uji Asumsi Klasik

#### 1). Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji antar variabel-variabel bebas dalam model regresi apakah ditemukan adanya korelasi, uji multikolinearitas perlu dilakukan apabila jumlah variabel bebasnya lebih dari 1 (satu) (Sarjono & Julianita, 2011, p. 70). Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Faktor (VIF)* dan nilai *tolerance* didalam tabel *Coefficients*. Menganalisis korelasi antar variabel bebas, apabila nilai *tolerance* mendekati 1 ( $> 0.9$ ), maka terdapat indikasi gejala multikolinearitas, serta melihat nilai *Variance Inflation Faktor (VIF)* apabila nilai  $< 10$  maka tidak terdapat gejala multikolinearitas dan apabila nilai  $VIF > 10$  maka terjadi gejala multikoleniaritas (p. 74).

#### 2). Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk Uji Parametrik (Regresi berganda, Uji F, Uji t) data harus terdistribusi normal sehingga perlu diuji dulu dengan Uji Normalitas.

Pengujian normalitas dalam penelitian ini dapat di lihat di *normal probability plot*, Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka hal tersebut menunjukkan distribusi normal, Jika data menyebar jauh dari garis diagonal maka tidak menunjukkan distribusi normal. Pengujian Normalitas juga bisa dilihat pada tabel *Test of*

*Normality*. Nilai sig. dalam Kolmogorov-Smirnov ( $n > 50$ )  $> 0,05$  maka data terdistribusi normal, sedangkan sig. dalam Shapiro-Wilk ( $n < 50$ )  $< 0,05$  maka data tidak terdistribusi normal.

### 3) Uji Heterokedatisitas

Uji heterokedatisitas bertujuan untuk mengetahui varian variabel dalam pengamatan/observasi tidak sama. Apabila varian dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedatisitas. Model regresi yang baik adalah yang terjadi homokedatisitas. Cara mengetahui ada tidaknya heterokedatisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatter plot*. Analisis gambar *scatter plot* regresi linier berganda dinyatakan tidak terdapat heteroskedastisitas apabila titik-titik data menyebar secara acak baik dibagian di atas angka nol dan di bawah angka nol dari sumbu vertikal atau sumbu Y. (p. 70).

## 3.6. Metode Analisis Data

### 3.6.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang pengukuran pengaruhnya melibatkan dua atau lebih variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3$ , dan seterusnya) dan satu variabel terikat ( $Y$ ) (Haryadi Sarjono & Winda Julianita, 2011, p.91). Dalam penelitian ini analisis Regresi Berganda menganalisis apakah variabel independen ( produk, harga, promosi, tempat, orang, lingkungan fisik, dan proses ) mempengaruhi variabel dependen yaitu (keputusan pembelian) pada pengunjung Rumah Makan Ikan Bakar Panjul Payaman Kudus.

Persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Keterangan :

Y	: Variabel dependen yaitu keputusan pembelian
a	: Konstanta
b1 s/d b7	: Koefisien regresi variabel independen
X1	: Produk
X2	: Harga
X3	: Promosi
X4	: Tempat
X5	: Orang
X6	: Lingkungan Fisik
X7	: Proses
e	: Faktor gangguan

Nilai Konstanta dan Koefisien Regresi masing-masing variabel mengacu pada hasil / output regresi linear berganda melalui perhitungan SPSS dalam tabel *Coefficients* pada kolom *Standardized Coefficients* kolom Beta.

### 3.6.2. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas ( produk, harga, promosi, tempat, orang, lingkungan fisik dan proses) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel independen/ terikat, yaitu keputusan pembelian. (Imam Ghozali,2013, p.98)

Langkah-langkah untuk Uji F sebagai berikut :

- a. Membuat hipotesis untuk kasus pengujian F-tes, yaitu: Dengan Perumusan Hipotesis
  - $H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7 = 0$  : Diduga tidak ada pengaruh antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.
  - $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5, \beta_6, \beta_7 > 0$  : Diduga ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

b. Membandingkan F tabel dan F hitung.

- apabila F hitung  $>$  F tabel, maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, artinya masing-masing variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- apabila F hitung  $<$  F tabel, maka  $H_0$  di terima  $H_a$  ditolak, artinya masing-masing variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

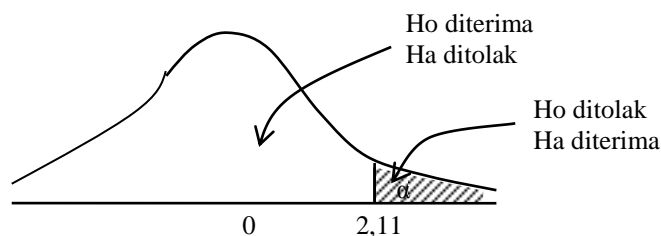
Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95 % atau taraf signifikansi sebesar 5 % (0,05). Nilia signifikasi dalam tabel ANOVA.

- Apabila nilai signifikasi  $<$  0,05 maka  $H_a$  diterima, artinya signifikan.
- Apabila nilai signifikasi  $>$  0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak signifikan.

c. Mencari nilai F tabel

- Menetapkan taraf signifikansi F tabel alpha ( $\alpha$ ) = 5%
- Df1 (pembilang) =  $K - 1 = 8 - 1 = 7$
- Df2 (penyebut) =  $n - K = 100 - 8 = 92$
- Didapatkan nilai F tabel = 2,11
- K : Jumlah variabel X dan Y
- n : Banyaknya sampel

d. Uji Hipotesis Satu Arah



### 3.6.3. Uji t

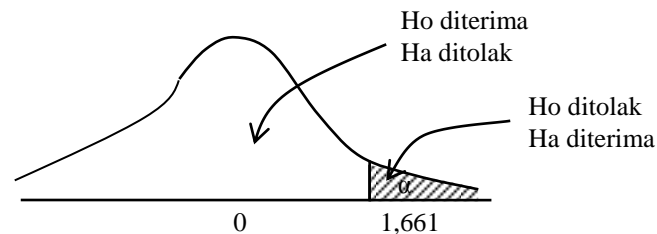
Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen (produk, harga, promosi, tempat, orang, lingkungan fisik, dan proses) secara individual terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian ((Imam Ghozali,2013, p.99).

- a. Membuat hipotesis untuk kasus pengujian t-tes, yaitu: Perumusan Hipotesis
  - $H_0 : \beta = 0$  : Diduga tidak ada pengaruh antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.
  - $H_a : \beta > 0$  : Diduga ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.
- b. Membandingkan t tabel dan t hitung.
  - apabila t hitung  $>$  t tabel, maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, artinya masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
  - apabila t hitung  $<$  t tabel, maka  $H_0$  di terima  $H_a$  ditolak, artinya masing-masing variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95 % atau taraf signifikansi sebesar 5 % (0,05). Nilia signifikasi dalam tabel Coefficients.

- Apabila nilai signifikasi  $<$  0,05 maka  $H_a$  diterima, artinya signifikan.
  - Apabila nilai signifikasi  $>$  0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak signifikan.
- c. Mencari nilai t tabel
    - Menetapkan taraf signifikansi t tabel  $\alpha = 5\%$
    - $Df = n - K = 100 - 8 = 92$
    - Didapatkan nilai t tabel = 1,661
    - K : Jumlah variabel X dan Y

- n : Banyaknya sampel
- d. Uji Hipotesis satu arah



### 3.6.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat rendah, sedangkan nilai Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien determinasi ( $R^2$ ) didapatkan dari output SPSS tabel *Model Summary* pada kolom *R Square*.

Penulisan Koefisien determinasi ( $R^2$ ) biasanya nilai pada kolom *R Square* dikalikan 100%, misalnya nilai *R Square* = 0,85 maka Koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 85% (variabel-variabel independen penjelas / berperan kuat terhadap variabel dependen), sedangkan sisanya 15 % (100%-85%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam penelitian. Kelemahan mendasar pada koefisien determinasi adalah bias. Setiap tambahan 1 (satu) variabel independen maka nilai koefisien determinasi akan meningkat tidak peduli variabel dependen signifikan atau tidak terhadap variabel dependen, sehingga sebagian peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted  $R^2$  karena dinilai lebih bisa menjelaskan keterkaitan antar variabel (Ghozali, 2016, p. 97)

