BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode analisis. Teknik kuantitatif bertujuan untuk menguji teori dengan mengevaluasi hubungan antara variabel. Variabel-variabel ini diukur untuk memperoleh data statistik numerik yang kemudian dianalisis dengan menggunakan metode statistik (Cresswell, 2014). Teknik kuantitatif dilakukan dalam studi inferensial yang menguji hipotesis dan menyandarkan kesimpulannya pada peluang kekeliruan dalam menolak hipotesis nol.

Mengacu pada subjek yang diangkat, penelitian ini menjadi penelitian yang menggunakan strategi studi subjek dengan menggunakan kuesioner. Pendekatan survei adalah metode kuantitatif yang mencakup penggunaan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan dan sistematis yang diajukan kepada banyak responden. Semua jawaban yang diperoleh dari responden akan dicatat, diproses, dan dianalisis. Pertanyaan-pertanyaan terstruktur ini disebut sebagai kuesioner.

1.2 Metode Penelitian

1.2.1 Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian ini adalah persepsi dan preferensi wisatawan asing ketika memilih restoran Indonesia di Qatar. Objek penelitian ini terdiri dari dua variabel independen. Variabel independen penelitian ini adalah persepsi wisatawan (X1) dan preferensi (X2) dalam memilih restoran Indonesia di Qatar.

Subjek pada penelitian ini ditentukan peneliti berdasarkan pengamatan mengenai perkembangan restoran Indonesia di Qatar, maka dipilihlah 4 industri restoran Indonesia di Qatar yaitu Restaurant central, Mamarozie restaurant, Tofu and cake restaurant dan warung bu mariam sebagai subjek penelitian. Jumlah kunjungan wisatawan dan data primer yang dibutuhkan cukup lengkap untuk menunjang penelitian yang dilakukan. Data tersebut diperoleh peneliti dari konsumen 4 Restoran Indonesia di Qatar

1.2.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1.2.2.1 Populasi

Populasi mengacu pada sekumpulan item atau institusi yang berkaitan dengan topik tertentu, memiliki atribut khusus, dan dapat dipilih oleh peneliti untuk dianalisis serta dijadikan dasar untuk menarik kesimpulan (Sugiyono N.S., 2023). Berdasarkan pemahaman tersebut, penulis mengidentifikasi populasi penelitian: konsumen yang pernah mengunjungi

restoran Indonesia di Qatar. Diketahui rata-rata jumlah kunjungan masing-masing restoran Indonesia di Qatar per bu sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Rata-Rata Jumlah Pengunjung Restoran

No	Nama restoran	Rata-rata pengunjung (per hari)
1	Tofu and Cake Restaurant	100-200
2	Mama Rozie Restaurant	150-200
3	Warung Bu Mariam	50-100
4	Central Indonesian Restaurant	100-150

Sumber: Data diproses peneliti, 2024

1.2.2.2 Sampel

Sampel adalah subset dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan dipilih untuk tujuan penelitian (Sugiyono E. S., 2018). Berdasarkan hal ini, populasi ditetapkan karena item penelitian, khususnya wisatawan yang pernah mengunjungi tempat makan Indonesia di Qatar, ingin dikurangi menjadi banyak sampel karena faktanya sangat tidak mungkin bagi penulis untuk melihat seluruh populasi. Setiap pola dipilih dengan probabilitas yang sama, dan konsekuensi dari pola tersebut dapat digeneralisasi ke populasi. Pola yang diambil harus representatif. Dalam mencari panjang pola, penulis menggunakan formulasi Slovin untuk menghitung panjang pola minimal yang diperlukan terutama berdasarkan panjang populasi. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan formulasi Slovin untuk menentukan panjang pola yang tepat:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Toleransi terhadap ketidakakuratan yang disebabkan oleh kesalahan dalam pengambilan sampel yang dianggap dapat diterima atau diinginkan ditetapkan sebesar 10%.

Berdasarkan rumus tersebut, jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebanyak:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{650}{1+650(0,01)^2} \\
 &= \frac{650}{1+650 \cdot 0,01} \\
 &= \frac{650}{1+6,5} \\
 &= \frac{650}{7,5}
 \end{aligned}$$

= 86,6 dibulatkan menjadi 87

1.2.2.3 Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel adalah pendekatan yang digunakan untuk menentukan cara pengambilan sampel dalam sebuah penelitian. Untuk penelitian ini, metode yang diterapkan adalah Stratified Random Sampling. Pendekatan tersebut mengharuskan pembagian populasi menjadi subkelompok yang lebih kecil dan homogen yang terutama didasarkan pada satu atau lebih kriteria tertentu, kemudian sampel diambil secara acak dari setiap subkelompok (Taro Yamane, 1967).

Pembagian jumlah sampel per restorannya yaitu sesuai dengan rata-rata jumlah pengunjung yang datang ke masing-masing restoran Indonesia di Qatar. Berikut merupakan jumlah data dari ke empat restoran:

Tabel 3. 2
Pembagian Sampel Masing-Masing Restoran

Nama Restoran	Rata-Rata Pengunjung	Persentase (%)	Total sampel
Tofu and Cake Restaurant	200	31%	31
Mama Rozie restaurant	150-200	31%	31
Warung bu Mariam	50-100	15%	15
Central Indonesian Restaurant	150	23%	23
Total	650	100%	100

Sumber: Data diolah penulis

Kriteria responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pernah berkunjung ke salah satu atau beberapa restoran Indonesia di Qatar
2. Pernah membeli produk dari salah satu atau beberapa restoran Indonesia di Qatar

1.3 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.3
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Dimensi	Indikator	Skala	No Pertanyaan
Persepsi (X1)	Pandangan atau anggapan konsumen mengenai harga atau jumlah uang yang perlu dibayar untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau layanan.	Persepsi Harga	1. Harga sesuai dengan pelayanan dan produk yang didapatkan	Interval	1
			2. Perbandingan harga dengan pesaing		2
		Persepsi Kualitas produk	1. Warna 2. Tampilan 3. Rasa 4. Bentuk 5. Kematangan 6. Aroma 7. Ukuran porsi	Interval	3
					4
					5
				6	
		7			
		8			
		9			
		Persepsi Porsi	1. Konsisten 2. Sesuai standar	Interval	10
			11		
		Persepsi Keunikan Produk	1. Cita rasa 2. Penyajian	Interval	12
			13		
		Persepsi Standar Konsisten	1. Standar kualitas produk	Interval	14
					15

Variabel	Konsep Teoritis	Dimensi	Indikator	Skala	No Pertanyaan
			2. Standar kualitas pelayanan		
		Persepsi Variasi Menu	1. Variasi menu 2. Ketersediaan	Interval	16 17
		Persepsi Kualitas Pelayanan	1. Pelayanan cepat 2. Menerapkan prinsip well gromed	Interval	18 19
		Persepsi Suasana	1. Kejelasan logo 2. Keamanan lingkungan 3. Penataan pencahayaan 4. Pengaturan suhu 5. Fasilitas 6. Kebersihan 7. Kerapihan		20 21 22 23 24 25 26
		Persepsi Lokasi Restoran	1. Lokasi strategis 2. Ketersediaan lahan parkir	Interval	27 28
Preferensi (X2)	Preferensi subjektif (individu) diukur dari kegunaan berbagai produk	Preferensi harga	1. Harga wajar 2. Harga kompetitif	Interval	29 30
		Preferensi Branding	1. Popularitas produk 2. Pemasaran	Interval	31 32
		Preferensi Tangible	1. Kebersihan restoran 2. Tatanan interior	Interval	33 34

Variabel	Konsep Teoritis	Dimensi	Indikator	Skala	No Pertanyaan
		Preferensi kualitas produk	1. Warna	Interval	35
			2. Tampilan		36
			3. Rasa		37
			4. Bentuk		38
			5. Kematangan		39
			6. Aroma		40
			7. Ukuran porsi		41
		Preferensi kualitas pelayanan	1. Pelayanan cepat	Interval	42
			2. Menerapkan prinsip <i>well gromed</i>		43
Keputusan Pembelian (Y)	Minat beli yang dipengaruhi oleh berbagai faktor individu pada setiap konsumen.	Budaya	1. Adat istiadat	Interval	44
			2. Letak geografis		45
			3. Pekerjaan		46
		Sosial	1. Pengaruh lingkungan	Interval	47
			2. Pengaruh teman		48
			3. Pengaruh keluarga		49
		Pribadi	1. Pendapatan	Interval	50
			2. Gaya Hidup		51
			3. Kepuasan		52
			4. Pengalaman		53
Psikologis	1. Dorongan diri	Interval	5		
	2. Persepsi		55		
	3. Kepercayaan		56		

Sumber: Data diproses peneliti, 2024

1.4 Jenis dan Sumber Data

Data adalah sekelompok catatan yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan (Kuncoro, 2020). Dalam penelitian ini, statistik dibagi menjadi beberapa kategori, khususnya statistik nomor satu dan sekunder. Perbedaan antara statistik nomor satu dan statistik sekunder didefinisikan dengan bantuan menggunakan Rai Urama (2021) sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer merujuk pada data yang dikumpulkan secara langsung dari topik penelitian melalui penggunaan alat ukur, serta data statistik yang diperoleh langsung dari objek penelitian itu sendiri..

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang disediakan dalam bentuk tertulis dan digunakan untuk mendukung temuan studi. Statistik ini diperoleh dari berbagai sumber dan tidak selalu dikumpulkan secara langsung oleh peneliti..

Tabel 3. 4
Jenis-Jenis Data

No	Daftar Data	Jenis Data	Sumber Asal Data
1	Jumlah kunjungan masing-masing restoran Indonesia di Qatar	Primer	Stakeholder 4 Restoran Indonesia di Qatar
2	Jumlah penjualan masing-masing restoran Indonesia di Qatar	Primer	Stakeholder 4 Restoran Indonesia di Qatar
3	Persepsi wisatawan terhadap harga, suasana, kualitas produk, keunikan produk, kuantitas, standar seragam, jenis menu, tingkat pelayanan dan lokasi setelah mengunjungi restoran Indonesia.	Primer	Konsumen restoran Indonesia di Qatar
4	Preferensi wisatawan terhadap harga, pemasaran, tangibel, kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam memilih restoran Indonesia	Primer	Wisatawan yang berkunjung ke restoran Indonesia di Qatar

5	Review pengunjung masing-masing restoran Indonesia di Qatar	Sekunder	Google Review & Talabat Review
---	---	----------	--------------------------------

Sumber: Diolah penulis, 2024

1.5 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2013), penelitian kuantitatif menggunakan unit-unit untuk mengumpulkan fakta. Perangkat ini mampu menjadi alat pengukur dan pemberi komentar yang dapat memberikan fakta kuantitatif yang benar. Dalam penelitian ini, diferensial yang berarti skala digunakan sebagai perangkat. Skala ini berbeda dari beberapa skala keinginan dan daftar periksa karena mengukur sikap dengan bantuan menggunakan pengorganisasian respons di sepanjang kontinum. Solusi yang sangat bagus ada di satu ujung, solusi yang sangat buruk ada di ujung yang berlawanan, dan sebaliknya. Fakta-fakta yang diperoleh dari skala ini adalah fakta-fakta berbahasa program c dan secara teratur digunakan untuk mengevaluasi sikap atau karakteristik tertentu.

Skala diferensial semantik memiliki rantai fitur bipolar, bersama dengan cepat-lamban dan menarik-tidak menarik, yang diatur dalam garis tanpa henti. Solusi yang sangat berkualitas tinggi berada pada jarak tertentu di sebelah kanan, solusi yang sangat buruk berada pada jarak tertentu di sebelah kiri, dan sebaliknya. Penggunaan skala ini memungkinkan peneliti untuk menilai sikap atau sifat seseorang secara rinci. Data yang dikumpulkan dengan bantuan menggunakan dimensi penggunaan skala Semantic Differential menghasilkan informasi dalam bahasa program. Hal ini bermanfaat untuk mempelajari sikap dan sifat orang.

1.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, berbagai teknik pengumpulan data diterapkan untuk menganalisis dan menguraikan informasi yang diperoleh. Metode pengumpulan data yang diterapkan dalam studi ini adalah:

1. Pengamatan pada observasi ini dilakukan secara langsung oleh penulis di 4 tempat makan Indonesia di Qatar. Peneliti menemukan bagaimana persepsi dan kemungkinan konsumen mempengaruhi pilihan mereka dalam menentukan tempat makan Indonesia di dalam wilayah tersebut. Dengan teknik ini, penulis mampu mengumpulkan catatan dalam intensitas tinggi pada elemen-elemen yang mempengaruhi pilihan konsumen dan mengenali dinamika dalam perilaku belanja mereka di dalam lingkungan tempat makan. Komentar langsung ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan yang lebih tepat tentang kemungkinan pelanggan dan faktor-faktor tertentu yang memainkan peran dalam pilihan mereka.

2. Wawancara dalam observasi ini melibatkan percakapan antara penulis sebagai pewawancara dan pemilik tempat makan sebagai narasumber atau informan. Teknik ini digunakan untuk mendapatkan fakta-fakta secara langsung dari peristiwa yang terkait. Dalam konteks penelitian ini, wawancara telah dilakukan dengan peristiwa dari 4 tempat makan Indonesia di Qatar, yang bertindak sebagai pemangku kepentingan utama. Pencipta bertujuan untuk mengumpulkan wawasan dan pandangan mendalam tentang operasi tempat makan, pengalaman pelanggan, dan elemen-elemen yang mempengaruhi pemilihan perusahaan komersial di dalam industri tempat makan. Dengan mendengarkan langsung dari pemilik tempat makan, penelitian ini mampu menemukan faktor-faktor penting yang mungkin tidak dapat ditemukan melalui metode seri catatan yang berbeda.

3. Kuesioner adalah sebuah alat yang berisi serangkaian pertanyaan tertulis yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada seratus responden yang pernah mengunjungi tempat makan Indonesia di Qatar. Alasan dari survei ini adalah untuk mengumpulkan data tentang bagaimana persepsi pelanggan dan kemungkinan yang mempengaruhi pilihan mereka untuk berbelanja di tempat makan Indonesia di Qatar. Pertanyaan-pertanyaan di dalam kuesioner menyoroti pada berbagai faktor yang dapat mempengaruhi pilihan konsumen, serta faktor-faktor yang terkait dengan kesenangan dan evaluasi mereka terhadap tempat makan. Dengan pendekatan ini, para penulis dapat mengumpulkan data yang dapat digunakan untuk meneliti hubungan antara persepsi konsumen dan pemilihan tempat makan di Indonesia.

1.7 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

1.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah prosedur yang digunakan untuk menentukan sejauh mana keabsahan suatu survei (Janna & Herianto, 2021). Penelitian dianggap valid jika data statistik yang dikumpulkan mencerminkan gambaran yang akurat dari subjek penelitian (Sagiyono, 2021). Dalam penelitian ini, instrumen yang mengukur persepsi dan kemungkinan pembeli telah diperiksa validitasnya dengan menggunakan variabel X dan pilihan pembelian sebagai variabel Y. Sistem korelasi produk momen dari *Karl Pearson* digunakan untuk menilai validitas dari instrumen yang diteliti.

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\sum x^2) - (\sum x)^2][n(\sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi
- n = Jumlah sampel
- x = Nilai yang diperoleh subjek dari setiap pertanyaan
- y = Nilai total yang diperoleh subjek dari semua pertanyaan
- $\sum x^2$ = Jumlah kuadrat dari variabel X
- $\sum y^2$ = Jumlah kuadrat dari variabel Y
- $\sum xy$ = Jumlah hasil perkalian antara variabel X dan Y

Dalam uji validitas, kami melakukan pengujian validitas dan mendistribusikan kuesioner kepada 30 responden, dengan membandingkan nilai rtabel pada tingkat signifikansi 5% dan derajat kepentingan. $\alpha = 0,01$) = $n - 2$ atau $df = 30 - 2 = 28$ maka rtabel yang diperoleh adalah 0,361. Uji validitas instrumen penelitian ini dihitung dengan menggunakan IBM SPSS Statistics 25. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka tes dinyatakan valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka tes dinyatakan tidak valid.

1.7.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2021, hlm. 348) menyatakan bahwa konsistensi instrumen berkaitan dengan uji reliabilitas, yaitu jika objek yang sama diukur kembali, maka hasil yang diperoleh akan konsisten. Menurut Ghazali (2018, p. 45), jawaban responden dianggap reliabel jika bersifat konstan atau stabil dalam jangka waktu yang lama. Reliabilitas dapat dihitung dengan menggunakan rumus Cronbach's Alpha:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan:

r_{11} :Koefisien reliabilitas instrumen

k :Jumlah pertanyaan pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$:jumlah/total varian perbutir

$\sigma^2 t$:varian total

Dapat dinyatakan bahwa pertanyaan kuesioner dianggap reliabel untuk digunakan dalam penelitian jika nilai Cronbach's Alpha > 0,6.

1.8 Analisis Data**1.8.1 Analisis Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menyimpulkan data yang telah dikumpulkan (Sugiyono, 2020, hlm. 206). Teknik ini melibatkan perhitungan ukuran pemusatan dan variasi data, yang kemudian ditampilkan dalam bentuk tabel dan grafik.

Skor ideal digunakan pada metode penelitian untuk perhitungan dalam analisis deskriptif. Metode ini sering digunakan untuk mengevaluasi dampak variabel X pada subjek penelitian. Skor ideal membantu dalam menentukan apakah pengaruh variabel sesuai dengan harapan atau tujuan yang diinginkan dan seberapa besar pengaruh variabel tersebut terhadap objek. Peneliti dapat menemukan kemungkinan masalah atau area yang perlu dikembangkan dengan membandingkan skor aktual dengan skor ideal.::

1. Nilai maksimum = nilai paling tinggi x jumlah total pertanyaan x jumlah responden
2. Nilai minimum = nilai paling rendah x jumlah total pertanyaan x jumlah responden
3. Jenjang variabel = Nilai maksimum - Nilai minimum
4. Jenjang interval = jenjang variabel/ banyaknya kelas interval
5. Persentase nilai = $\left(\frac{\text{Total Skor}}{\text{Nilai maksimum}} \right) \times 100\%$

1.8.2 Analisis Verifikatif

Sebuah teknik untuk mengevaluasi kelayakan teori atau hipotesis dalam penelitian adalah metode analisis verifikasi. Memverifikasi kesesuaian teori atau hipotesis dengan data empiris yang terkumpul adalah tujuannya. Perhitungan statistik digunakan dalam pengujian hipotesis untuk mengevaluasi dampak atau korelasi Hubungan antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y. Hasil analisis akan mengindikasikan apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau tidak.

1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum menerapkan model regresi linier atau regresi linier berganda, serangkaian uji statistik yang dikenal sebagai uji asumsi klasik dilakukan. Tujuan dari uji ini adalah untuk menilai kondisi data dan memastikan bahwa model analisis yang digunakan sesuai dan tepat. Dalam penelitian ini, SPSS digunakan untuk mengelola data. Uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas adalah beberapa uji asumsi standar yang harus dilakukan sebelum analisis regresi linier berganda.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah distribusi data dalam suatu kumpulan atau variabel mengikuti pola distribusi normal. Distribusi normal ditandai dengan bentuk simetris dan lonceng, di mana Nilai maksimumimum terpusat di sekitar mean. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov.

Uji Kolmogorov-Smirnov adalah metode untuk mengukur sejauh mana distribusi data sesuai dengan distribusi teoritis yang diharapkan. Uji ini menilai apakah urutan data dalam pola dapat dianggap berasal dari populasi dengan distribusi tertentu atau tidak. Berikut adalah kriteria untuk menerapkan uji Kolmogorov-Smirnov:

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data dianggap mengikuti distribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data dianggap tidak mengikuti distribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Untuk mendeteksi multikolinearitas, umumnya digunakan nilai ambang batas, seperti jika nilai tolerance jauh di bawah 0,10 atau nilai VIF lebih dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memeriksa apakah terdapat perbedaan varians residual antara pengamatan satu dengan yang lain dalam model regresi. Heteroskedastisitas terjadi ketika varians residual tidak konsisten atau tidak merata di seluruh sampel. Sebaliknya, jika tidak ada indikasi heteroskedastisitas, model regresi dianggap memenuhi kriteria dengan baik.

2. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk memperkirakan hubungan antara satu variabel dependen dan beberapa variabel independen. Tujuannya adalah untuk mengharapkan modifikasi di dalam variabel terstruktur sementara nilai atau variabel tak bebas yang lebih besar yang berfungsi sebagai prediktor diubah (Sugiyono, 2021). Persamaan regresi untuk 2 prediktor dapat didefinisikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan

Y: Keputusan Pembelian a: Konstanta

b_1, b_2 : Koefisien Regresi X_1 :

Persepsi

X_2 : Preferensi

1.8.3 Analisis Determinasi

Evaluasi determinasi digunakan untuk menilai sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara keseluruhan. Koefisien ini yang dikenal sebagai koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar varian di dalam variabel terstruktur dapat ditentukan dengan bantuan menggunakan versi di dalam variabel tidak memihak (Sugiyono, 2021).

Derajat R-Squared dari nol sampai 1, Dimana:

a. R- Squared = nol

Berarti variabel tidak memihak tidak dapat memberikan penjelasan atas varian apapun di dalam variabel terstruktur, sehingga versi regresi tidak selalu tepat atau berguna.

b. R- Squared = 1

Berarti bahwa variabel yang tidak memihak dapat sepenuhnya memberikan penjelasan untuk semua versi di dalam variabel terstruktur, sehingga versi regresi sangat sesuai dengan statistik..

1.8.4 Pengujian Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji T melihat menggambarkan kuantitas yang berpengaruh pada variabel tidak bias dapat memberikan penjelasan untuk versi di dalam variabel terstruktur secara independen.

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak ada pengaruh antara persepsi dan keputusan pembelian.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh antara persepsi dan keputusan pembelian.
3. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh antara preferensi dengan keputusan pembelian.
4. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh antara alternatif dan keputusan pembelian.

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menentukan apakah variabel-variabel independen secara kolektif memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka mungkin ada kekuatan dari persepsi dan kemungkinan pada keputusan pembelian.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka kemungkinan tidak ada pengaruh dari persepsi dan kemungkinan terhadap keputusan pembelian.