BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis tentang pelaksanaan kualitas produk, harga, dan lokasi di Restoran Aneka Rasa Jambi dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian adalah variabel bebas X (*independent variable*) yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3) dan variabel terikat Y (*dependent variable*) yaitu keputusan pembelian (Y).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel kualitas produk (X_1) yang memiliki dimensi-dimensi antara lain adalah kinerja(*performance*), keistimewaan(*features*), keandalan(*reliability*), konfirmasi(*conformance*), estetika (*esthetic*). Variabel harga (X_2) yang memiliki dimensi-dimensi antara lain adalah daftar harga(*list price*), rabat atau diskon (*discount*), dan variabel lokasi (X_3) yang memiliki dimensi-dimensi antara lain adalah akses, tempat parkir yang luas, lingkungan, Sedangkan variabel keputusan pembelian (Y) yang memiliki dimensi-dimensi antara lain adalah pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian, metode pembelian.

Penelitian ini dilakukan di Restoran Aneka Rasa Jambi dengan objek yang menjadi respondennya adalah konsumen dari Restoran Aneka Rasa Jambi. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu kurang dari satu tahun maka metode yang digunakan adalah *cross sectional method*. *Cross sectional* merupakan metode penelitian yang dilakukan dalam kurung waktu tertentu atau berkesinabungan dalam jangka waktu panjang.

3.2 Metodelogi Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian dan Metodelogi Penelitian

Berdasarkan variabel-variabel yang diteli maka jenis penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif***.** Penelitian *Deskriptif* dilakukan untuk mengetahui dan memaparkan karakteristik dari beberapa variabel dalam suatu situasi. Tujuan dari penelitian ini adalah menyajikan suatu profil atau menjelaskan aspek-aspek yang relevan dengan suatu fenomena yang diteliti dari perspektif individual, organisasi, industri dan perspektif lainnya. dikemukakan oleh Sugiyono (2010:53) :

> Penelitian deskriptif adalah "Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri baik satu atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan/atau mencari hubungan variabel satu sama lain".

Penelitian *verifikatif* pada dasarnya menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan. Dalam hal ini penelitian *verifikatif* bertujuan untuk mengetahui gambaran dari kualitas produk, harga, dan *place* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Restoran Aneka Rasa Jambi.

Berdasarkan jenis penelitian di atas yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* maka metode yang digunakan adalah *explanatory survey*. Menurut Kellenger dalam Sugiyono (2010:7) bahwa yang dimaksud dengan Metode *survey* yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data-data dari *sample* yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distribusi dan hubungan-hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis.

3.2.2 Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik yang substantive dari suatu konsep. Tujuannya ialah agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini dioperasionalisasikan dalam dua variabel utama yaitu variabel *independent*

(bebas) adalah kualitas produk (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3). Sedangkan variabel *dependent* (terikat) yaitu keputusan pembelian konsumen Aneka Rasa Restoran.

Tabel 3.1

OPERASIONAL VARIABEL

Variabel	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Kualitas produk (X_1)	Barang atau jasa yang berkualitas harus mampu memenuhi atau melebihi ekspetasi pelanggan (Garvin, nasution 2010:4)	***Performance*** (kinerja produk)	• Tingkat Penampilan makanan dan minuman • Tingkat kualitas makanan dan minuman	**Ordinal**	**III.A.1** **III.A.2**
		Features (keistimewaan)	• Tingkat variasi makanan dan minuman • Tingkat Keunikan makanan dan minuman yang dihasilkan	**Ordinal**	**III.A.3** **III.A.4**
		Reliability (keandalan)	• Tingkat hygine produk	**Ordinal**	**III.A.5**
		Conformance (konfirmasi)	• Tingkat kesuaian ukuran makanan dan minuman yang disajikan • Tingkat kesesuain rasa produk	**Ordinal**	**III.A.6** **III.A.7**

		Aesthetic (estetika**)**	• Tingkat daya tarik mengkonsumsi dilihat dari keindahan penampilan produk	**Ordinal**	**III.A.8**

Variabel	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Harga (X_2)	Harga merupakan alat tukar, dimana harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa. (Kotler & keller, 2009:63)	**Daftar Harga**	• Tingkat kejelasan informasi harga yang terdapat didaftar menu	**Ordinal**	**IV.B.1**
		Rabat / diskon	• Tingkat kesesuaian potongan harga • Tingkat besarnya nilai potongan yang diberikan	**Ordinal**	**IV.B.2** **IV.B.3**

Variabel	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Lokasi (X_3)	Lokasi merupakan saluran distribusi yaitu jalur yang dipakai untuk perpindahan produk dari produsen ke konsumen. Tjiptono (2008:59)	**Akses**	• Tingkat kemudahan menjangkau restoran	**Ordinal**	**V.C.1**
		Tempat parkir yang luas	• Tingkat luasnya tempat parkir	**Ordinal**	**V.C.2**
		Lingkungan	• Tingkat keamanan lokasi • Tingkat kenyamanan lingkungan sekitar	**Ordinal**	**V.C.3** **V.C.4**

			restoran		

Variabel	Konsep variabel	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Keputusan pembelian	Prilaku pembelian akhir dari konsumen baik individual maupun rumah tangga yang membeli barang atau jasa untuk di konsumsi secara pribadi. Kotler & Keller (2012:133)	**Pilihan produk**	• Tingkat keputusan pembelian berdasarkan produk yang ditawarkan • Tingkat keputusan pembelian berdasarkan variasi produk yang ditawarkan	**Ordinal**	**VI.D.1** **VI.D.2**
		Pilihan merek	• Tingkat keputusan pembelian kepopuleran merek restoran	**Ordinal**	**VI.D.3**
		Pilihan penyalur	• Tingkat keputusan pembelian berdasarkan lokasi	**Ordinal**	**VI.D.4**
		Waktu pembelian	• Tingkat keputusan frekuensi pembelian saat *week day*	**Ordinal**	**VI.D.5**
		Jumlah pembelian	• Tingkat keputusan pembelian berdasarkan jumlah menu	**Ordinal**	**VI.D.6**

			yang tersedia		
		Metode pembayaran	• Tingkat kemudahan dalam melakukan pembayaran • Tingkat daya tarik melakukan pembayaran melalui cash/debit	**Ordinal**	**VI.D.7** **VI.D.8**

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2014

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Sumber data penelitian adalah sumber data yang diperlukan untuk penelitian. Bila dilihat dari sumber datanya, maka mengumpulkan data dapat diperoleh secara langsung (data primer) maupun secara tidak langsung (data sekunder) yang berhubungan dengan objek penelitian. Jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini di kelompokkan ke dalam dua kelompok, antara lain :

a. Menurut Asep Hermawan (2006:168) yang di maksud dengan data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atas tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, , maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa *survey* ataupun observasi. Sumber data primer dapat diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuisioner. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari kuisioner yang disebarkan langsung kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target pasar sasaran perusahaan dan dianggap mewakili seluruh populasi dalam penelitian ini, yaitu konsumen Restoran Aneka Rasa Jambi.

b. Data sekunder merupakan data yang tersedia sebelumnya, data sekunder diperoleh dari pihak lain yaitu dari buku-buku, artikel, serta tulisan-tulisan ilmiah (sugiyono, 2008:129). Sumber data sekunder yang subjeknya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian tetapi membantu dan dapat memberikan informasi untuk bahan penelitian. Sumber data sekunder biasanya diperoleh dari dalam perusahaan (sumber internal), berbagai internet, website, perpustakaan umum maupun lembaga pendidikan, dan lain-lainnya.

TABEL 3.2

JENIS DAN SUMBER DATA

Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
Profil Perusahaan & struktur organisasi	Data Sekunder	Manajemen di Restoran Aneka Rasa
Data jumlah pembeli di Restoran Aneka Rasa Jambi	Data Sekunder	Manajemen di Restoran Aneka Rasa Jambi
Data klasifikasi restoran berdasarkan jenisnya di kota Jambi	Data sekunder	Dinas Pariwisata Kota Jambi
Gambaran mengenai kualitas produk di Restoran Aneka Rasa Jambi	Data primer	Responden di Restoran Aneka Rasa Jambi
Gambaran mengenai harga di Restoran Aneka Rasa Jambi	Data primer	Responden di Restoran Aneka Rasa Jambi

Gambaran mengenai lokasi di Restoran Aneka Rasa Jambi	Data primer	Responden di Restoran Aneka Rasa Jambi

Sumber : Data Primer, Diolah Kembali (2014)

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Dalam pengumpulan data dan menganalisa suatu data, langkah pertama yang sangat penting adalah memnentukan populasi. Populasi dibutuhkan sebagai sumber data dalam peneitian, karena dari populasi tersebut akan diperoleh suatu pemecahan masalalah yang akan menunjang keberhasilan penelitian.

Sugiyono (2012:49) menyatakan bahwa "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Populasi dalam penelitian adalah konsumen Restoran Aneka Rasa Jambi tahun 2013 sebanyak 35.475 orang.

3.2.4.2 Sampel

Penelitian yang dilaksanakan tidak pada semua populasi yang telah ditentukan melainkan pada bebrapa orang yang disebut dengan sampel. Sugiyono (2012:116) mengemukakan bahwa "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Peneliti di perkenankan untuk mengambil sebagian objek populasi yang telah ditentukan untuk mewakili bagian yang lain yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel dari sebagian dari konsumen dari Restoran Aneka Rasa Jambi. Untuk menghitung sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran penelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir 10 % (0,1). Penentuan ukuran sampel (n) dan populasi (N) yang dalam penelitian ini menggunakan rumus sample Slovin (Umar, 2003:141) yaitu sebagai berikut:

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada, yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{35.475}{35.475 .(0,1)^2 + 1} = 99,8 \text{ (100 orang)}$$

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel minimal dalam penelitian ini adalah 100 responden.

3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dapat dibagi menjadi 2 yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability* sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2012:118). Teknik *probability* terdiri dari *simple random* sampling, sampel sistematis *sampling*, dan *sampling* kluster.

Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengembilan sampel acak sederhana (*Simple Random Sampling*), dimana penelitiu memberi hak yang sama kepeda setiap subjek untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel.

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2010:194), "Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari suatu penelitian adalah mendapatkan data melalui wawancara yang dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur dan dapat dilakukan melalui tatap muka maupun dengan menggunakan telpon, angket dan observasi yang dapat dibedakan menjadi *participant observation dan non participant observation* selanjutnya dari segi instrumentasi yang digunakan, maka observasi dapat dibedakan menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur dan studi literatur. Secara umum terdapat beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, kuesioner serta studi literatur. Adapun teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

   Teknik komunikasi langsung dengan pihak Aneka rasa Restoran Jambi ini dilakukan kepada pihak Manajer Aneka rasa Restoran Jambi. Wawancara ini dilakukan untuk memperoleh data mengenai profit perusahaan, serta data-data yang mendukung dalam penelitian ini.
2. Pengamatan/Observasi

   Observasi meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek pengamatan meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera. Penulis melakukan kunjungan langsung ke Aneka Rasa Restoran Jambi.
3. Penelitian keperputakaan (*Library Research*) teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara mempelajari, mengkaji dan memahami sumber-sumber data yang ada pada beberapa buku yang terkait dalam penelitian. Penulis mencari berbagai literatur dari para ahli mengenai kualitas produk, harga, *place* sebagai variabel *independent*, dan keputusan pembelian sebagai variabel *dependent*.
4. Kuesioner, menurut sugiyono (2010:119) mengemukakan bahwa " kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan

cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner berisi pertanyaan dan pernyataan mengenai karakteristik responden, pengalaman tamu pada Aneka rasa Restoran Jambi mengenai kualitas produk, harga, *place*, serta keputusan pembelian konsumen. Kuesioner ditujukan kepada konsumen Aneka rasa Restoran Jambi.

5. Studi Literatur

   Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang berkaitan dengan masalah variabel yang diteliti.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Pengujian Validitas

Uji validitas diguanakan untuk mengetahui *valid* atau tidaknya kuesioner yang disebarkan. Dalam uji validitas digunakan metode koefisien *product moment pearson* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = Koefisien validitas item yang dicari

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total

∑X = Jumlah skor dalam distribusi X

∑Y = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y

n = Banyaknya responden

Menurut Suharsimi Arikunto (2012:148), keputusan pengujian validitas, item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas menggunakan nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total memakai teknik korelasi *product moment*, dikarenakan skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal dan terdapat prasyarat pengolahan data yang menggunakan teknik korelasi *product moment* sekurang-kurangnya merupakan data interval. Maka data dalam penelitian ini perlu untuk ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Succesive Interval* (MSI). Teknik korelasi menggunakan *pearson product moment.* Untuk proses perhitungannya dibantu dengan *software* SPSS 17 *for windows* .

TABEL 3.3

HASIL PENGUJIAN VALIDITAS

KUALITAS PRODUK (X_1)				
No	**Pernyataan**	**r_{hitung}**	**r_{tabel}**	**Kesimpulan**
***Performance* (kinerja produk)**				
1	Tingkat penampilan makanan dan minuman	0,416	0,374	**Valid**
2	Tingkat kualitas makanan dan minuman	0,487	0,374	**Valid**
***Features* (Keistimewaan)**				
3	Tingkat variasi makanan dan	0,385	0,374	**Valid**

	minuman			
4	Tingkat keunikan makanan dan minuman yang dihasilkan	0,463	0,374	**Valid**
***Reliability* (keandalan)**				
5	Tingkat kebersihan produk	0,511	0,374	**Valid**
***Conformance* (konformasi)**				
6	Tingkat kesesuaian ukuran makanan dan minuman yang disajikan	0,639	0,374	**Valid**
7	Tingkat kesesuaian rasa produk	0,706	0,374	**Valid**
Aesthetic (estetika)				
8	Tingkat daya tarik mengkonsumsi dilihat dari keindahan penampilan produk	0,623	0,374	**Valid**
Harga (X_2)				
No	**Pernyataan**	r_{hitung}	r_{tabel}	**Kesimpulan**
Daftar harga				
1	Tingkat kejelasan informasi harga yang terdapat di daftar menu	0,618	0,374	**Valid**
Potongan harga				
2	Tingkat kesesuaian potongan harga	0,586	0,374	**Valid**
3	Tingkat besarnya nilai potongan yang diberikan	0,620	0,374	**Valid**
lokasi				
No	**Pernyataan**	r_{hitung}	r_{tabel}	**Kesimpulan**
Akses				
1	Tingkat kemudahan menjangkau restoran	0,648	0,374	**Valid**
Tempat parkir yang luas				
2	Tingkat luasnya tempat parkir	0,646	0,374	**Valid**
Lingkungan				
3	• Tingkat keamanan lokasi	0,692	0,374	**Valid**
4	Tingkat kenyamanan lingkungan sekitar restoran	0,713	0,374	**Valid**
Keputusan Pembelian				
No	**Pernyataan**	r_{hitung}	r_{tabel}	**Kesimpulan**
Pilihan Produk				
1	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan produk yang ditawarkan	0,437	0,374	**Valid**
2	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan variasi produk yang ditawarkan	0,521	0,374	**Valid**
Pilihan Merek				
3	Tingkat keputusan pembelian kepopuleran merek restoran	0,656	0,374	**Valid**
Pilihan penyaluran				
4	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan lokasi	0,719	0,374	**Valid**
Waktu Pembelian				
5	Tingkat keputusan frekuensi pembelian saat *week day*	0,698	0,374	**Valid**

Jumlah Pembelian				
6	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan jumlah menu yang tersedia	0,703	0,374	**Valid**
Metode Pembayaran				
7	Tingkat kemudahan dalam melakukan pembayaran	0,728	0,374	**Valid**
8	Tingkat daya tarik melakukan pembayaran melalui cash/debit	0,534	0,374	**Valid**

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2014

Tabel 3.3 dengan hasil pengujian validitas diatas menunjukkan bahwa bahwa keseluruhan item pertanyaan yang berjumlah 23 pertanyaan dapat dikatakan valid karena nilai r_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yaitu 0,374 pada derajat kebebasan (df=n-2) dengan responden sebanyak 30 responden.

3.2.6.2 Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik (Suharsimi Arikunto, 2010: 221). Jika suatu instrumen dapat dipercaya, rumus yang dipergunakan adalah *Alpha Cronbach*.

Menurut Sugiyono (2009:365) "pengujian reabilitas kuesiner penelitian dilakukan dengan menggunakan Rumus *Alpha Cronbach*, untuk mencari reliabilitas instrumen, misalnya angket. Rumus koefisien reabilitas Alfa *Cronbach* :

$$r_i = \frac{k}{(k-1)}\left[1 - \frac{\sum s_i^2}{St^2}\right]$$

Sumber : Sugiyono (2009:365)

Keterangan:

r = Nilai Reliabilitas

k = jumlah item

$\sum S_i^2$ = jumlah item

St^2 = varian total

Sedangkan rumus untuk varian total dari varian item adalah :

$$St^2 = \frac{\sum Xt^2}{n} - \frac{(\sum Xt)^2}{n^2} \qquad Si^2 = \frac{Jki}{n} - \frac{JKs}{n^2}$$

Keterangan Jki = Jumlah kuadran seluruh skor item

JKs = Jumlah kuadran subyek

Tabel 3.4

Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Variabel	$C\alpha_{hitung}$	$C\alpha_{tabel}$	Kesimpulan
1	**Kualitas produk**	0,803	0,700	**Reliabel**
2	**Harga**	0,771	0,700	**Reliabel**
3	**Lokasi**	0,840	0,700	**Reliabel**
4	**Keputusan Pembelian**	0,869	0,700	**Reliabel**

Sumber: Hasil Pengolahan 2014

Jika koefisien internal seluruh item $C\alpha_{hitung} \geq C\alpha_{tabel}$ dengan tingkat signifikasi 10% maka item pertanyaandikatakan reliabel karena $C\alpha_{hitung} \geq 0{,}700$

3.2.7 Teknik Analisis Data

Analisis data proses penyederhanaan data dan penyajian data dengan mengelompokkan dalam suatu bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasi. (

Ulber Silalahi, 2010:332). Dalam penelitian ini teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda. Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependent (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prdiktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (Sugiyono, 2010:277)

3.2.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam suatu penelitian adalah mungkin bagi anda untuk memiliki lebih dari satu variabel independent yang digunakan untuk meramalkan satu veriabel dependent. Model analisis data digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel terikat dan untuk menguji kebenaran dari dugaan sementara digunakan rumus sebagai berikut :

Persamaan Regresi Linier Ganda

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3}$$

Sumber : Sugiyono (2010:283)

Keterangan:

a = konstanta

b = koefisien regresi

Y = variabel *dependent* (variabel terikat).

X = variabel *independent* (variabel bebas).

3.2.7.2 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) yaitu angka yang menunjukan besarnya derajat kemampuan menerangkan variable bebas terhadap variable terikat dari fungsi

tersebut. Dengan cara simultan variable X dan Y dapat dihitung dengan koefisien determinasi secara simultan melalui rumus

$$\text{Koefisien Determinasi} = r^2 \times 100\ \%$$

Besarnya nilai R^2 diantara nol dan satu ($0<R^2<1$). Jika nilainya semakin mendekati satu, maka model tersebut baik dan tingkat kedekatan antara variable bebas dan terikat semakin dekat pula.

Menurut Sugiyono (2010:231) untuk mengetahui besar kecilnya terhadap koefisien korelasi dapat berpedoman pada tabel 3.5 dibawah ini.

TABEL 3.5

INTERPRETASI BESARNYA KOEFISIEN KORELASI

Besarnya Nilai	Interpretasi
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013:231)

3.2.7.3 Pengujian Hipotesis

Objek penelitian dalam penelitian ini ialah kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan lokasi (X_3) sebagai variabel bebas atau *variable independent*, sedangkan veriabel terikatnya atau *variable dependent* yaitu keputusan pembelian (Y).

Pada hipotesis tersebut selanjutnya dilakukan pengujian dan untuk pengujian digunakan uji signifikan koefesien berganda, dangan taraf signifikan 5 % atau 0,05. Adapun rumus untuk menghitung pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan rumus :

3.2.7.3.1 Uji Hipotesis Secara Parsial dengan Uji t (Uji T)

Dalam pengujian hipotesis menggunakan uji t, taraf signifikansi yang digunakan 5%. adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{b}{SE}$$

Keterangan :

b = koefisien regresi

se = standar error

t = t_{hitung} yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t_{tabel}

Selanjutnya t hitung kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel. Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_O ditolak dan H_a diterima

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_O ditolak dan H_a ditolak

3.2.7.3.2. Uji Hipotesis Secara Simultan dengan Uji F (Uji F)

Berikut ini merupakan rumus

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

(Sugiyono, 2010:235)

Keterangan :

F = nilai F

R = Koefisien korelasi ganda

n = Jumlah anggota sampel

Selanjutnya nilai F_{hitung} kemudian dibandingkan dengan nilai F_{tabel} kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_o ditolak dan H_a diterima

Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_o diterima dan H_a ditolak