

BAB 3

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek dan Subjek Penelitian

Objek penelitian (variabel penelitian) merupakan inti dari problematika dalam penelitian (Arikunto, 2012 dalam (Arini, 2012)). Subjek penelitian merupakan seseorang atau suatu hal yang dapat kita peroleh keterangannya. Amirin (1989). Yang menjadi subjek penelitian yaitu konsumen yang akan membeli makanan kering jajan tradisional di Toko Oleh-oleh Sumber Rejeki 3.

Dilakukannya penelitian ini supaya mengetahui pengaruh *Price, Product, Physical Evidence* terhadap keputusan pembelian pada makanan kering jajanan tradisional di pusat oleh-oleh sumber rejeki 3. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* (X) lebih dari satu yaitu harga, produk, dan bukti fisik perusahaan.

Sedangkan yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah keputusan pembelian. Pada penelitian ini, adapun yang menjadi objek penelitiannya adalah harga, produk, dan bukti fisik di toko oleh-oleh yang berada di Kabupaten Garut yaitu Toko Oleh-oleh Sumber Rejeki 3.

3.2. Jenis Penelitian

Penelitian studi kasus adalah penelitian yang terperinci mengenai satu obyek dalam kurun waktu tertentu. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menggambarkan objek penelitian dan juga menguji hubungan antar variabel, sehingga jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif, verifikatif. (Umar 1999; 29 dalam (Studi et al., 2009))

Yang dimaksud penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha menjelaskan suatu perihal (keadaan, peristiwa, dan sebagainya) yang terjadi pada saat ini. (Sujana dan Ibrahim, 1989:65 dalam (Rachmawati, Teknologi, & Semarang, 2011)). Menggunakan metode penelitian

verifikatif bertujuan untuk menguji kebenaran hasil dari suatu penelitian (Narimawati, 2010, hlm.29).

Hal ini penelitian deskriptif dan verifikatif bertujuan untuk mendapatkan gambaran dan mengetahui seberapa pengaruh *price*, *product*, dan *physical evidence* terhadap konsumen dalam pembelian makanan kering jajan tradisional di Toko Oleh-oleh Sumber Rejeki 3.

3.3. Operasional Variabel

Operasional Variabel yaitu mengenai segala macam dan apapun yang akan diterapkan peneliti tujuannya untuk mempelajari sehingga peneliti mendapatkan informasi yang dicarinya, kemudian peneliti akan menarik kesimpulan. Sugiyono (2013, hal. 39). Saat penelitian, agar dapat membedakan konsep analisis, perlu adanya penjabaran melalui konsep operasional variabel.

Adapun variabel yang akan diuji adalah pengaruh *Price*, *Product*, *Physical Evidence* terhadap Konsumen Dalam Pembelian Makanan Kering Jajan Tradisional. Secara lebih rinci operasional masing-masing variabel dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 3. 1
Operasional Variabel Analisis Pengaruh Price, Product, dan Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kering Jajanan Tradisional di Pusat Oleh-oleh Sumber Rejeki 3

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitik	Skala
Harga (X1)	- Harga adalah berupa uang (kemungkinan juga barang) yang diperlukan untuk mendapatkan uang dari barang maupun	1. keterjangkau an harga 2. kesesuaian harga dengan kualitas 3. Daya saing harga	1. Harga dapat dijangkau oleh semua masyarakat 2. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas 3. Skema harga	Ordinal

Fauziah, 2022

ANALISIS PENGARUH PRICE, PRODUCT, DAN PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JAJANAN TRADISIONAL DOROKDOK, ENDOG LEWO, RENGGINANG DI PUSAT OLEH-OLEH SUMBER REJEKI 3

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	<p>pelayanan yang didapat. (Basu Swastha 2005:185)</p>		<p>memiliki daya saing.</p>	
<p>Produk (X2)</p>	<p>Produk adalah semua jenis yang nantinya dapat dipasarkan untuk mendapatkan perhatian kemudian dibeli dan digunakan atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan juga kebutuhan. (Kotler dan Armstrong 2000)</p>	<p>1. Design produk yang menarik (<i>design</i>) 2. Keanekaragaman produk (<i>product variety</i>) 3. Kualitas (<i>quality</i>) 4. Nama merk (<i>brand name</i>) 5. Ukuran (<i>size</i>)</p>	<p>1. Penampilannya menarik dan makanannya dapat menggugah selera. 2. Terdapat berbagai macam pilihan rasa 3. Kualitas pengemasan produknya baik. 4. Membeli karena merk. 5. Ukurannya sesuai.</p>	<p>Ordinal</p>
<p><i>Physical Evidence</i> (X3)</p>	<p><i>Physical Evidence</i> adalah suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan</p>	<p>1. Lingkungan 2. Tata Letak 3. Kebersihan</p>	<p>1. Kenyamanan tempat saat berbelanja 2. Penataan yang tepat 3. Kebersihannya terjaga</p>	<p>Ordinal</p>

Fauziah, 2022

ANALISIS PENGARUH PRICE, PRODUCT, DAN PHYSICAL EVIDENCE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA JAJANAN TRADISIONAL DOROKDOK, ENDOG LEWO, RENGGINANG DI PUSAT OLEH-OLEH SUMBER REJEKI 3

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	produk jasa yang ditawarkan. (Assauri, 2010:98)			
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tahap keputusan dimana konsumen secara actual melakukan pembelian suatu produk. (Tjiptono, 2015:193)	1.Pilihan Produk 2.Pilihan Merek 3.Pilihan Penyalur 4.Waktu Pembelian 5.Jumlah Pembelian	1. Kebutuhan akan produk 2. Varian produk 3. Kualitas produk 4. Kepercayaan merek 5. Popularitas merek 6. Kemudahan mendapatkan produk 7. Ketersediaan produk 8. Frekuensi pembelian	Ordinal

3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Menurut Endang Mulyatiningsih (2013:9) pengertian populasi adalah sekelompok makhluk hidup ataupun benda mati yang memiliki karakteristik dan akan diteliti. Populasi adalah yang melingkupi subjek atau objek dan memiliki kualitas juga karakteristik lalu ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari, setelah itu peneliti menarik kesimpulannya. Populasi ini tidak hanya tentang jumlah yang berada dalam subyek atau obyek yang dipelajari, tetapi mencakup karakteristik itu sendiri juga sifat pada subyek dan obyek. (Sugiyono,2007:61).

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian populasi itu adalah keseluruhan unsur obyek

sebagai sumber data dengan karakteristik tertentu dalam sebuah penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di Kabupaten Garut yang pernah melakukan pembelian makanan kering jajan tradisional di Toko Oleh-oleh Sumber Rejeki. Menurut data, pengunjung yang datang pada bulan Juli 2020 ada 6.550 orang.

3.4.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan mewakili populasi yang diteliti. Sampel adalah masih termasuk dari populasi (sebagian dari populasi yang diteliti). Sampel adalah bagian dari sumber data yang diambil dari sebagian besar populasi dan dapat mewakili seluruh populasi (Arikunto (2010:174)).

Adapun teknik *non probability sampling* yang dipakai adalah *accidental sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016:96) yakni konsumen yang sudah pernah atau sering membeli salah satu makanan kering jajanan tradisional yang meliputi dorokdok, rengginang dan endog lewo di Sumber Rezeki 3 Garut. Untuk menentukan jumlah sampel dapat menggunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut:

Rumus Slovin :

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir (tingkat kesalahan dalam sampling ini adalah 5%)

Jumlah populasi yang akan diteliti sebanyak 6.550 orang. Maka sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut sebesar :

$$n = \frac{6.550}{1 + (6.550)(0,5)^2}$$

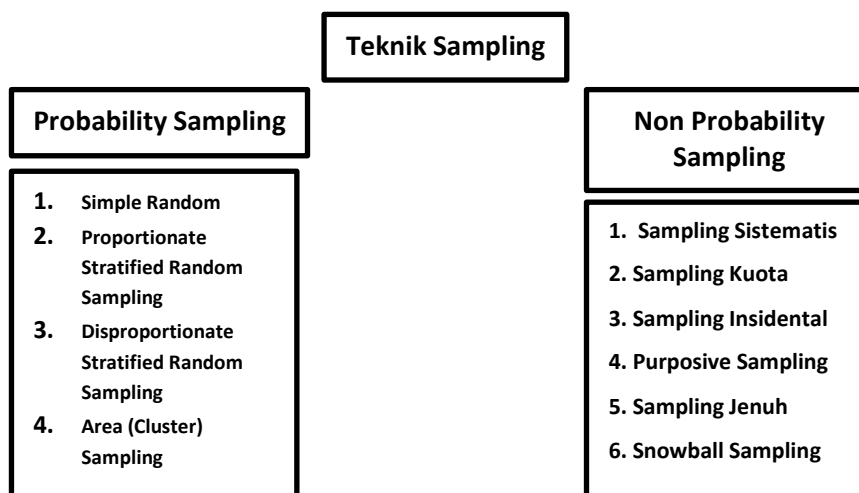
$$n = \frac{6.550}{17.375}$$

$$= 376,97 = 377$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 377 orang. Sampel yang diambil adalah sebagian pengunjung atau konsumen yang pernah melakukan pembelian makanan kering jajan tradisional di Toko Oleh-oleh Sumber Rejeki.

3.4.3. Teknik Sampling

Menurut Ridhwan (2012:57) Teknik sampling merupakan cara dalam mengambil sampel dan dapat mewakili dari populasi. Dalam menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Ada beberapa teknik sampling yang dapat digunakan. Secara skematis, teknik macam-macam sampling sebagai berikut :



Gambar 3. 1
Macam-macam Teknik Sampling Sugiono (2017:81)

Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dan teknik *Accidental sampling*. *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan menurut sugiyono (Sugiyono, 2016:96) *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah unit informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan program tertentu (Ahmad Tanzeh, Pengantar Metode..., hal. 53). Pengumpulan data adalah metode dalam menyelesaikan masalah secara sistematis dan standar tujuannya yaitu memperoleh data yang diperlukan (Ibid., hal. 57).

3.5.1. Metode Angket (Kuesioner)

Metode angket atau kuesioner adalah data yang sudah disiapkan berisi pertanyaan tentang suatu masalah pada bidang yang akan diteliti. Untuk mendapatkan data tersebut, peneliti menyebarkan angket kepada responden (orang yang menjawab pada angket) (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hal. 7). Kuesioner ini digunakan untukantisipasi pemborosan pada waktu, digunakannya kuesioner ini untuk mengefektifkan waktu, meminimalisir keluar tenaga yang banyak, sehingga dengan menggunakan kuesioner lebih efektif.

Dalam hal ini, penulis membuat pertanyaan-pertanyaan tertulis kemudian dijawab oleh responden/sampling. Kuesionernya adalah pertanyaan berupa pilihan dan responden menjawabnya sesuai dengan minat responden. Kuesionernya menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi, seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument berupa pertanyaan maupun pernyataan. Adapun alternatif jawaban dengan menggunakan skala likert yaitu dengan memberikan skor pada masing-masing jawaban pernyataan alternatif:

Tabel 3. 2
Alternatif Jawaban Kuesioner

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju	5

2	Setuju	4
3	Cukup Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Tidak Sangat Setuju	1

Kuesioner ini digunakan untuk mengetahui pengaruh (*price, product, dan ohysical evidence*) terhadap keputusan pembelian pada makanan kering jajanan tradisional di pusat oleh-oleh sumber rejeki 3.

3.5.2. Studi Dokumentasi

Menurut Nana Syaodih Sukmadinata (2007: 221) “Studi dokumenter (*documentary study*) merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik”.

3.6. Uji Coba Instrumen

Instrumen yang sudah disusun perlu diujicobakan terlebih dahulu untuk mengetahui validitas dan reliabilitasnya. Analisis kuantitatif adalah metode analisa data yang memerlukan perhitungan statistik dan matematis. Untuk mempermudah dalam melakukan analisis digunakan program SPSS. Adapun alat yang digunakan adalah sebagai berikut :

3.6.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah kuesioner tersebut valid atau tidak. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya. Apabila seluruh instrument yang diujikan sesuai, maka instrument tersebut dikatakan valid (Ferdinand, 2006).

Menurut (Sugiyono, 2016:137), Bahwa dengan menggunakan instrument penelitian yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi, instrument yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliable.

Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pernyataan dengan skor total. Memakai rumus teknik korelasi product moment yang rumusnya sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x.y) - (\sum x).(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

X = Variabel bebas

Y = Variabel terikat

($\sum X^2$) = Jumlah kuadrat pengamatan variabel X

($\sum X$)² = Kuadrat jumlah pengamatan variabel X

($\sum Y^2$) = Jumlah kuadrat pengamatan variabel Y

($\sum X.Y$) = Jumlah hasil kali variabel X dan Y

Syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrument valid adalah nilai indeks valid adalah nilai indeks validitasnya $\geq 0,3$ (Sugiyono, 2016 : 179). Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat korelasidibawah 0,3 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

Tabel 3. 3

Uji Validitas Price (X1)

No Item	Variabel	R-hitung	R-tabel	Keputusan
1	Price	0.670	0.10129	Valid
2		0.726		Valid
3		0.571		Valid
4		0.674		Valid
5		0.675		Valid
6		0.605		Valid
7		0.760		Valid

8	0.697	Valid
9	0.758	Valid

Sumber: lampiran

Tabel 3. 4

Uji Validitas Product (X2)

No Item	Variabel	R-hitung	R-tabel	Keputusan
1	Product	0.714	0.10129	Valid
2		0.752		Valid
3		0.746		Valid
4		0.611		Valid
5		0.586		Valid
6		0.711		Valid
7		0.700		Valid
8		0.684		Valid
9		0.741		Valid
10		0.721		Valid
11		0.706		Valid
12		0.733		Valid
13		0.572		Valid
14		0.520		Valid
15		0.543		Valid

Sumber: lampiran

Tabel 3. 5**Uji Validitas *Physical Evidence* (X3)**

No Item	Variabel	R-hitung	R-tabel	Keputusan
1	<i>Physical Evidence</i>	0.726	0.10129	Valid
2		0.847		Valid
3		0.815		Valid
4		0.804		Valid
5		0.779		Valid
6		0.781		Valid

Sumber: lampiran

Tabel 3. 6**Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)**

No Item	Variabel	R-hitung	R-tabel	Keputusan
1	Keputusan Pembelian	0.571	0.10129	Valid
2		0.614		Valid
3		0.586		Valid
4		0.473		Valid
5		0.501		Valid
6		0.545		Valid
7		0.721		Valid
8		0.667		Valid
9		0.690		Valid
10		0.739		Valid

11	0.735	Valid
12	0.730	Valid
13	0.609	Valid
14	0.621	Valid
15	0.698	Valid
16	0.650	Valid
17	0.701	Valid
18	0.701	Valid
19	0.766	Valid
20	0.688	Valid
21	0.743	Valid
22	0.684	Valid

Sumber: lampiran

3.6.2. Uji Reabilitas

Reliabilitas menunjuk pada pengertian bahwa instrumen yang digunakan dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Syarat kualifikasi suatu instrument pengukur adalah konsisten, keajegan, atau tidak berubah-ubah (Saifuddin Azwar, 2012:110).

Instrumen yang reliabel belum tentu valid. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Perhitungan untuk mencari harga reliabilitas instrumen didasarkan pada pendapat Arikunto (2006:109) yang menyatakan bahwa untuk menghitung reliabilitas dapat digunakan rumus Spearman Brown, yaitu:

$$R = \frac{2r}{1+r}$$

Keterangan:

r : Hasil Korelasi

R : Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukuran dapat dipercaya atau diandalkan. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS 17.0 dengan model Alpha Cronbach's yang diukur berdasarkan skala alpha cronbach's 0 sampai 1.

Tabel 3. 7

Ringkasan Hasil Validitas dan Reabilitas Kuesioner Penelitian

No.	Variabel	No. Item	No. Item Tidak Valid	Koefisien Spearman Brown
1	<i>Price</i>	1-9	-	0.661
2	<i>Product</i>	10-24	-	0.783
3	<i>Physical Evidence</i>	25-30	-	0.869
4	Keputusan Pembelian	31-52	-	0.869

Sumber: Lampiran

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1. Analisis Deskriptif

Mohamad Ali (1982:120) menjelaskan bahwa: “metode penelitian deskriptif digunakan untuk memecahkan sekaligus menjawab permasalahan yang terjadi pada masa sekarang”.

Metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan dan mencari hubungan variabel itu dengan variabel yang lain. (Sugiyono 2009:35). Analisis dilakukan dengan cara menghitung hasil skor pada kuesioner yang telah terisi. Rumus untuk mencari skor ideal adalah sebagai berikut :

- 1) Nilai Indeks Maksimum = skor tertinggi x jumlah pernyataan x jumlah responden
- 2) Nilai Indeks Minimum = skor terendah x jumlah pernyataan x jumlah responden
- 3) Jenjang variabel = Nilai indeks maksimum – Nilai indeks minimum
- 4) Jejak variabel = Jenjang variabel : Banyak kelas interval
- 5) Presentase Skor = (total skor : nilai maksimum) x 100%

Analisis deskriptif pada penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran mengenai :

- 1) *Price, Product, dan Physical Evidence* di Toko Oleh-oleh Sumber Rejeki 3.
- 2) Keputusan Pembelian di Toko Oleh-oleh Sumber Rejeki 3.

3.7.2. Analisis Data Verifikatif

3.7.2.1. Uji Normalitas

Menurut Suliyanto (2011:69) berpendapat bahwa, uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan yaitu uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov.

Menurut Suliyanto (2011:75) uji normalitas menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov merupakan uji

menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika $K \text{ hitung} < K \text{ tabel}$ atau $\text{Sig.} > \alpha$.

3.7.2.2. Uji Korelasi Product Momen

Setelah data terkumpul berhasil diubah menjadi data interval, maka langkah selanjutnya menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi Product moment Method atau dikenal dengan rumus pearson (Sugiyono:183), yaitu:

$$r_{xy} = \frac{(nxy) - (x)(y)}{\sqrt{(nx^2 - (x)^2)(ny^2 - (y)^2)}}$$

Dimana: $-1 \leq r \leq +1$

r= koefisien korelasi

x= variabel independen

y= variabel dependen

n= jumlah responden

Adapun untuk melihat hubungan atau korelasi, penulis menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2015: 184) sebagai berikut

Tabel 3. 8

Interpretasi Koefisien Korelasi

Besarnya Pengaruh	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

3.7.2.3. Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghozali (2011:105-106) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing

variabel independen, jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

3.7.2.4. Uji Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Menurut Sugiyono (2014:277) bahwa: “Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2”.

Secara matematis model regresi linier berganda dapat digambarkan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

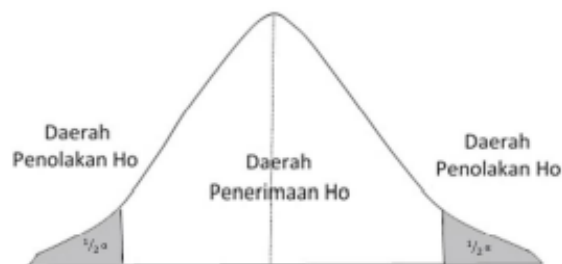
Keterangan:

X_1	= Harga
X_2	= Produk
X_3	= Tempat
Y	= Keputusan Konsumen
a	= konstanta atau <i>intercept</i>
b_1, b_2, b_3	= koefisien regresi atau <i>slope</i>
ε	= <i>Error</i> , variabel gangguan

3.6.6. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2016:64). Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah hipotesis asosiatif, yakni dugaan terhadap ada tidaknya hubungan secara signifikan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2014:174). Jika asumsi atau dugaan tersebut dikhususkan mengenai populasi, umumnya mengenai nilai-nilai parameter populasi, maka hipotesis itu disebut sebagai hipotesis statistic.

Jenis uji hipotesis yang akan digunakan adalah uji dua pihak (Two Tail Test). Uji dua pihak digunakan bila hipotesis nol (H_0) berbunyi “sama dengan” dan hipotesis alternatifnya (H_a) berbunyi “tidak sama dengan” ($H_0 =$; $H_a \neq$) (Sugiyono, 2014:187). $H_0 : \rho = 0, 0$ berarti tidak ada hubungan.



Sumber: (Sugiyono, 2014: 188)

Gambar 3. 2

Uji Dua Pihak

$H_a : \rho \neq 0$, “tidak sama dengan nol” berarti lebih besar atau kurang (-) dari nol berarti ada hubungan, $\rho =$ nilai korelasi dalam formulasi yang dihipotesiskan. Uji dua pihak dapat digambarkan sebagai berikut.

Untuk menguji apakah variabel independent mempunyai pengaruh terhadap variabel dependent, maka dilakukan pengujian hipotesis dengan Uji T dan Uji F.

3.7.2.5. Uji T

Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2005). Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut (Ghozali, 2005) :

1. Jika angka probabilitas signifikansi $> 0,5$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel bebas (kualitas produk dan harga) secara individual tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).
2. Jika angka probabilitas signifikansi $< 0,5$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti bahwa variabel bebas (kualitas

produk dan harga) secara individual memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

3.7.2.6. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel berpengaruh terhadap variabel terikat secara bersama-sama atau simultan. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel pada taraf signifikansi sebesar 5% atau $\alpha = 0,5$. Dasar penerikan kesimpulan atas pengujian ini adalah sebagai berikut :

1. Jika F hitung $>$ F tabel maka H1 ditolak dan H0 diterima. Hal ini berarti bahwa variabel bebas secara bersama-sama atau simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika F hitung $<$ F tabel maka H1 diterima dan H0 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel bebas secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3.7.2.7. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Apabila nilai koefisien korelasi sudah diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan mengkuadratkannya. Besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Kd = (r)^2 \times 100\%$$

(Sugiyono, 2011:231)

Keterangan:

Kd: nilai koefisien determinasi

r : nilai koefisien korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- a. Jika K_d mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* lemah.
- b. Jika K_d mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* kuat.