

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Dalam penelitian, desain/rancangan penelitian dalam suatu kajian memiliki fungsi untuk memudahkan peneliti dalam menyelesaikan penelitiannya dengan cepat. Dalam kajian ini, peneliti menggunakan desain penelitian kuantitatif. Penelitian Kuantitatif menurut Creswell dalam Nikolaus Duli merupakan jenis penelitian yang menjelaskan fenomena dengan cara mengumpulkan data numerik yang dianalisis menggunakan metode berbasis matematika, utamanya statistik.¹

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan metode penelitian eksplanatori atau kausal, penelitian eksplanatori menurut Umar dalam Andi Ibrahim, dkk. adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lain atau bagaimana satu variabel mempengaruhi variabel lain.² Penelitian ini digunakan karena peneliti mencoba menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel X_1 (Lokasi) dan X_2 (Harga) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian Konsumen).

¹ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, (Deepublish Publisher; Batam, 2019), 4.

² Andi Ibrahim, dkk., *Metodologi Penelitian, (Gunadarma Ilmu; Makassar, 2018)*, 48.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini dilakukan di Bromfiets Cafe Srengat Blitar, yang beralamatkan di Jl. Raya Dandong No. 121, Srengat, Kabupaten Blitar, Jawa Timur, 66152.

C. Definisi Operasional Variabel

Pada dasarnya variabel penelitian menurut Sugiono dalam Muslich Anshori dan Sri Iswati merupakan sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Apabila penelitian dilakukan untuk membuktikan ada tidaknya hubungan antar variabel, dan atau bentuk hubungan antar variabel, maka penelitian tersebut dilakukan dengan pendekatan kuantitatif³. Dilihat dari sudut fungsinya dalam sebuah penelitian biasanya variabel terbagi menjadi dua yaitu Variabel bebas (variabel yang mempengaruhi) dan variabel terikat (variabel yang dipengaruhi), kedua variabel tersebut biasanya juga disebut variabel bebas dan variabel terikat. Hubungan antar variabel dapat berupa hubungan antara dua variabel saja (hubungan bivariat) atau antara lebih dari dua variabel, biasanya antara satu variabel yang dipengaruhi dan beberapa variabel yang mempengaruhi.⁴ Oleh karena itu, variabel dalam penelitian ini yaitu :

³ Muslich Anshori dan Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Airlangga University Press; Surabaya, 2019), 61.

⁴ Syahrudin dan Salim, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Citapustaka Media; Bandung, 2012), 103.

1. Variabel Independent

Jika terdapat dua variabel yang saling berhubungan, sedangkan bentuk hubungannya adalah perubahan pada variabel yang satu mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel yang lain, maka variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan variabel tersebut adalah variabel bebas atau dapat dikatakan variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel yang lain. Variabel bebas dapat lebih dari satu variabel,⁵ Variabel ini biasanya dilambangkan dengan variabel “X”. Variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu variabel lokasi (X_1) dan variabel harga (X_2).

i. Lokasi

Lokasi adalah tempat di mana suatu perusahaan beroperasi dalam kegiatan untuk menghasilkan laba ekonomi dari barang atau jasa yang dijual.⁶ Menurut Basu Swastha⁷ indikator lokasi meliputi :

⁵ Muslich Anshori dan Sri Iswati, 62.

⁶ Hari Purnomo,, 78.

⁷ Basu Swastha, Manajemen Penjualan, (Yogyakarta: BPFE, 2009). Hlm 73

Tabel 3 1

Indikator Penelitian Variabel X₁

Variabel	Indikator
Lokasi (X ₁)	1) Akses
	2) Visibilitas
	3) Tempat Parkir
	4) Ekspansi
	5) Lingkungan

Sumber : Basu Swastha.

ii. Harga

Harga adalah unit moneter atau ukuran lain termasuk barang dan jasa yang dipertukarkan untuk memperoleh hak untuk memiliki atau menggunakan barang atau jasa.⁸ Peneliti menggunakan empat indikator menurut Kotler Philip and Keller Kevin Lane dalam Damajanti Sri Lestari,⁹ yang meliputi :

⁸ Sabar Napitupulu, Nirwana Tapiomas, Riduan Tobink, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis Dengan Teori-Teori Para Ahli*, (PT Atalya Rileni Sudeco: Jakarta, 2021), 77.

⁹ Damajanti Sri Lestari, Fedianty Augustinah, Liling Listyawati, Kasmawati (2023), "Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Bukit Amaish Café Dan Resto Di Parepare Sulawesi Selatan" *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi (JIABI) – Vol. 7 No. 2.*

Tabel 3 2

Indikator Penelitian Variabel X2

Variabel	Indikator
Harga (X₂)	1) Keterjangkauan harga
	2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
	3) Daya saing harga
	4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Sumber : Kotler Philip and Keller Kevin Lane dalam Damajanti Sri Lestari,dkk.

2. Variabel Dependent

Jika terdapat dua variabel yang saling berhubungan, sedangkan hubungannya adalah perubahan pada variabel yang satu mempengaruhi atau menimbulkan perubahan pada variabel yang lain, maka variabel yang dipengaruhi atau variabel yang ditimbulkan tersebut merupakan variabel terikat atau dapat dikatakan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau bergantung pada

variabel yang lain.¹⁰ Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel “Y”. Adapun variabel dependent dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen (Y) yang berkunjung di Bromfiets Cafe Srengat Blitar.

Keputusan pembelian konsumen adalah pemilihan antara dua atau lebih pilihan alternatif, dengan kata lain konsumen harus mempunyai pilihan alternatif untuk membuat suatu keputusan pembelian¹¹. Peneliti menggunakan lima indikator keputusan pembelian konsumen menurut Kotler dalam Meithiana Indrasari yang meliputi :

Tabel 3 3

Indikator Penelitian Variabel Y

Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian Kosumen (Y)	1. Pengenalan kebutuhan
	2. Pencarian informasi
	3. Pengevaluasian alternatif
	4. Keputusan Pembelian
	5. Perilaku setelah pembelian

Sumber : Kotler dalam Meithiana Indrasari.

¹⁰ Muslich Anshori dan Sri Iswati, 62.

¹¹ Meithiana Indrasari, 70.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek-subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Nazir dalam Muslich Anshori dan Sri Iswati populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan¹². Populasi yang dimaksud peneliti adalah keseluruhan yang diteliti oleh peneliti, yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Bromfiets Cafe Srengat Blitar.

2. Sampel

Sampel menurut Siregar dalam Nikolaus Duli adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi¹³. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*. Tidak ada anggota populasi yang mempunyai kesempatan atau peluang yang sama untuk diambil sebagai sampel dalam metode pengambilan sampel ini.¹⁴ Peneliti menggunakan purposive sampling, yaitu sampel yang memenuhi persyaratan tertentu agar dapat dimasukkan ke dalam populasi. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian di Bromfiets Cafe Srengat Blitar.

¹² Muslich Anshori dan Sri Iswati, 100.

¹³ Nikolaus Duli, 56.

¹⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 122.

Mengingat bahwa jumlah konsumen yang membeli produk Bromfiets Cafe Srengat Blitar tidak diketahui secara pasti, menurut Wibisono (dalam Riduwan dan Akdon, 2013 : 255) dalam Siti Lam'ah Nasution¹⁵ rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut:

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2} \cdot \delta}{\varepsilon} \right]^2$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z_α = Nilai tabel Z = 0,05

δ = Standart Deviasi

ε = Margin error (5%)

Jika dihitung:

$$n = \left[\frac{Z_{\alpha/2} \cdot \delta}{\varepsilon} \right]^2 = \left[\frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right]^2 = 96,04 = 96 \text{ responden}$$

Dengan demikian, berdasarkan hasil perhitungan sampel, peneliti menggunakan sampel sebanyak 96 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Setiap proyek penelitian melibatkan berbagai metode atau prosedur pengumpulan data, khususnya pendekatan yang diambil peneliti untuk mengumpulkan data secara tidak memihak. Meskipun

¹⁵ Siti Lam'ah Nasution, "Pengaruh Citra Perusahaan, Pelayanan, dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Master Cash & Credit Kota Pinang", (Ecobisma, Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen), Vol.6 No.1 Jan 2019.

ada banyak teknik penelitian yang berbeda, semuanya pada dasarnya bertujuan untuk mengumpulkan pengetahuan atau data yang dapat menjelaskan atau membahas masalah yang diteliti secara objektif.¹⁶ Oleh karena itu, peneliti menggunakan penyebaran kuesioner sebagai metode pengumpulan data dari responden. Serangkaian pertanyaan tertulis digunakan dalam metode kuesioner untuk mengumpulkan data atau informasi dari responden atau sumber data.

F. Instrumen Penelitian

Alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data adalah instrumen penelitian.¹⁷ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa kuisisioner. Kuisisioner adalah seperangkat pertanyaan yang dikirim ke responden untuk dijawab untuk mengumpulkan data dengan memberikan daftar pertanyaan tersebut¹⁸. Instrumen/Alat ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bromfiets Cafe Srengat Blitar.

G. Analisis Data

Setelah tahap pemilihan dan pengumpulan data penelitian kemudian selanjutnya melakukan proses pengujian data, yang termasuk bagian dari proses tersebut adalah analisis data. Dalam penelitian kuantitatif, setelah semua data yang dibutuhkan terkumpul, kegiatan

¹⁶ Syahrudin dan Salim, 135.

¹⁷ Muslich Anshori dan Sri Iswiati, 82.

¹⁸ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 123.

yang dilakukan selanjutnya adalah analisis data¹⁹. Pada saat melakukan analisis data, penelitian ini menggunakan program SPSS 25. Maka penelitian ini dalam melakukan analisis data, kegiatan yang dilakukan adalah

1. Editing

Data harus diedit sebelum dapat diproses. Untuk memudahkan dalam memberi kode dan memproses data dalam teknik statistik maka dibutuhkan suatu proses meninjau dan menyesuaikan ketepatan pada data penelitian disebut prosedur penyuntingan (proses *editing*). Melalui daftar pertanyaan atau interview atau yang lainnya peneliti telah mengumpulkan data kemudian perlu diedit terlebih dahulu dari kemungkinan kesalahan yang dilakukan oleh pengumpul data pada proses mencatat atau mengisi kuisisioner yang belum dilengkapi atau adanya ketidakkonsisten. Tujuan dari editing data adalah untuk menjamin data penelitian lengkap, konsisten serta siap untuk diproses analisis²⁰.

2. Coding

Suatu proses mengelompokkan dan memberi kode pada berbagai respon yang didapatkan dari instrumen survey informasi yang berada dalam kategori yang sama disebut dengan *coding*. Proses ini memiliki tujuan untuk memudahkan pada saat

¹⁹ Muslich Anshori dan Sri Iswiati, 120.

²⁰ Ibid., 120.

pemrosesan memasukkan data ke komputer²¹. Kode adalah sinyal yang berbentuk huruf atau angka. Karakter-karakter ini, baik berupa angka atau huruf, akan mengungkapkan identitas atau petunjuk terhadap informasi atau data yang akan diperiksa.²² Dua faktor dalam penelitian ini dikodekan: variabel independen (keputusan pembelian konsumen) dan variabel dependen (lokasi dan harga).

- a) Untuk variabel dependen yaitu Lokasi (X_1) dan harga (X_2)
- b) Untuk variabel independen yaitu keputusan pembelian konsumen (Y).

3. Scoring

Memberi skoring pada item-item yang perlu diberi skor disebut dengan proses *scoring*²³. Pada proses *scoring* dalam lembar jawaban angket ditentukan berdasarkan peringkat pemberian skor angka-angka pilihan yaitu:

- a) Sangat Setuju = 5
- b) Setuju diberi = 4
- c) Kurang Setuju = 3
- d) Tidak Setuju = 2
- e) Sangat Tidak Setuju = 1

4. Tabulating Data

²¹ Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif* (Kencana: Jakarta, 2017), 140.

²² Mifbahuddun dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 28.

²³ Arikunto, *Prosedur Penelitian.*, 241-242.

Metode langsung untuk menentukan berapa banyak observasi yang dikategorikan ke dalam beberapa kelompok disebut tabulasi data (Tabulating data).²⁴ Memasukkan suatu data pada tabel tertentu serta mengatur dan menghitung angka yaitu proses yang disebut tabulating data/tabulasi data²⁵. Tabulasi data digunakan untuk mempermudah proses perhitungan dan memasukkan data ke dalam rumus, atau hasil perhitungan.

5. Processing

Pemrosesan (*processing*) adalah tindakan menghitung, memproses, atau memanfaatkan statistik untuk menganalisis data.. Teknik dalam processing yaitu:

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji Validitas menurut Sugiono adalah sebuah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan atau mengukur data itu valid. Ukuran validitas suatu alat ukur menunjukkan seberapa akuratnya alat ukur tersebut. Suatu alat ukur dikatakan valid jika skala pengukuran mampu mengekstrak informasi dari variabel yang diteliti dan mengukur hasil yang diinginkan. Tingkat validitas instrumen menunjukkan seberapa dekat data yang dikumpulkan sesuai dengan

²⁴ Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, 141.

²⁵ M. Burhan Bunging, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ((Jakarta: Pustaka Media, 2005), 168.

gambaran tentang validitas yang dimaksud. Kriteria untuk menentukan validitas tersebut yaitu :

- Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dinyatakan valid
- Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dinyatakan tidak valid²⁶.

2) Uji Reliabilitas

Pengujian keandalan memberi indikasi tingkat kepercayaan atau ketergantungan suatu alat ukur.²⁷ Alat yang berguna untuk pengujian reliabilitas adalah koefisien Alpha Croanbach. Uji reliabilitas dianggap reliabel jika nilai alpha lebih besar dari 0,6. Keandalan dihitung dengan menggunakan program SPSS 25. Tingkat stabilitas alpha dapat diamati dari:

- a) Kurang reliabel jika nilai alpha 0,00-0,2
- b) Agak reliabel jika nilai alpha 0,21-0,4
- c) Cukup reliabel apabila nilai alpha 0,41-0,6
- d) Reliabel apabila nilai alphanya 0,61-0,8
- e) Sangat reliabel apabila nilai alphanya 0,81-1,00²⁸

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas yaitu untuk menguji apakah model regresi mendekati normalitas dalam pengambilan

²⁶ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Belajar SPSS* (Jakarta : Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

²⁷ Sugiono, *Statistika untuk*,365.

²⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Belajar SPSS* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009), 97.

keputusan konsumen, bila nilai dan media sama, apakah model regresi berdistribusi normal. Uji t dan uji F, seperti diketahui, didasarkan pada nilai residual yang terdistribusi secara normal. Uji statistik dengan ukuran sampel kecil tidak tepat jika premis ini tidak terpenuhi. Data normal dapat dilihat dalam beberapa cara, termasuk melihat kecondongan atau kurtosis. Untuk data yang terdistribusi normal, skewness adalah 0 (nol).

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berusaha menentukan apakah korelasi antara variabel independen ditemukan oleh model regresi. Tidak boleh ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi yang baik. Variabel tidak ortogonal (variabel independen yang nilai korelasinya terhadap variabel independen adalah nol) jika ada korelasi antara variabel independen. Berikut ini adalah cara menentukan apakah multikolinieritas hadir dalam model regresi:

- a) Meskipun banyak faktor independen tidak secara individual memiliki efek berarti terhadap variabel dependen, estimasi model regresi empiris menghasilkan nilai R^2 yang relatif tinggi.
- b) Melakukan pemeriksaan matriks korelasi variabel independen. Ada bukti multikolinieritas ketika variabel

independen memiliki korelasi yang cukup tinggi, biasanya lebih tinggi dari 0,90. Namun, korelasi yang rendah antar variabel bebas tidak selalu menunjukkan bahwa variabel bebas itu bebas dari multikolinearitas karena efek gabungan dari dua atau lebih variabel bebas.

c) Contoh-contoh berikut juga menunjukkan multikolinearitas: 1) Kebalikan dari nilai toleransi; 2) Inflasi varians (VIF). Tingkat di mana kedua pengukuran ini menunjukkan faktor independen lain mana yang memengaruhi setiap variabel independen. Dengan kata lain, variabel dependen adalah hasil regresi dari semua variabel independen terhadap satu sama lain. Jumlah varians dalam variabel independen yang dipilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya diukur dengan toleransi. Karena $VIF = 1/\text{toleransi}$, nilai toleransi yang rendah setara dengan angka VIF yang tinggi. Nilai toleransi $<10>10$ adalah ambang batas yang biasa digunakan untuk mengidentifikasi multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Pada model regresi homoskedastisitas terjadi ketika ada ketidaksetaraan antara residual dua pengamatan;

heteroskedastisitas terjadi ketika terdapat perbedaan antara residual dua pengamatan. Model regresi yang baik harus bersifat homoskedastisitas. Memeriksa hubungan antara residual SRESID dan nilai prediksi ZPRED, variabel dependen, merupakan salah satu metode untuk menentukan apakah heteroskedastisitas ada dalam penelitian ini. Memeriksa keberadaan atau ketiadaan pola tertentu dalam distribusi antara SRESID dan ZPRED dapat membantu dalam mengidentifikasi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Untuk data yang diperiksa, di mana sumbu X mewakili residual (Y prediksi - Y aktual) dan sumbu Y mewakili sumbu Y prediksi. Pemeriksaan mendasarnya adalah:

Pola tertentu, seperti pada B, menunjukkan heteroskedastisitas. Titik-titik tersebut menyusun diri mereka sendiri menjadi pola yang jelas dan teratur yang awalnya bergelombang dan kemudian menyempit.

Jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik di atas dan di bawah 0 tersebar di sumbu y , heteroskedastisitas tidak muncul.

4) Uji Autokorelasi

Hubungan antara residual suatu observasi dan observasi lainnya dikenal sebagai uji autokorelasi. Tujuan uji ini

adalah untuk menentukan apakah periode kesalahan palsu t dan periode kesalahan palsu t-1 berkorelasi dalam model regresi linier. Investigasi ini menggunakan Durbin-Watson dengan SPSS untuk menentukan apakah autokorelasi ada atau tidak.²⁹

c. Analisis Korelasi Pearson

Analisis korelasi dilakukan untuk memastikan kekuatan hubungan antara variabel yang diteliti. Pearson Product Moment dalam penelitian ini digunakan sebagai teknik korelasi untuk memastikan derajat atau kekuatan hubungan timbal balik antara dua variabel. Hubungan positif dan negatif adalah dua jenis hubungan yang berbeda yang ada antara dua variabel.³⁰

Koefisien korelasi (r) adalah metrik yang digunakan untuk menilai seberapa kuat atau lemahnya hubungan antara X dan Y. Adapun rumusnya yaitu sebagai berikut :

$$r_{X_1X_2Y} = x = \frac{\sqrt{r^2_{X_1Y} + r^2_{X_2Y} - 2 \cdot r_{X_1Y} \cdot r_{X_2Y} \cdot r_{X_1X_2}}}{1 - r^2_{X_1X_2}}$$

Keterangan :

$r_{X_1X_2Y}$ = Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y.

$r^2_{X_1Y}$ = Korelasi antara *product moment* X_1 dengan Y.

$r^2_{X_2Y}$ = Korelasi antara *product moment* X_2 dengan Y.

²⁹ Sugiono, *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (2014), 191.

³⁰ *Ibid.*, 191.

$r_{X_1X_2}$ = Korelasi antara *product moment* X_1 dengan X_2 .

Selama nilai r tidak melebihi posisi dan harga ($-1 \leq r \leq +1$), korelasi PPM direpresentasikan oleh (r). Korelasi negatif sempurna ditunjukkan oleh $r = -1$, tidak ada korelasi ditunjukkan oleh $r = 0$, dan korelasi tinggi ditunjukkan oleh $r = 1$. Tabel interpretasi nilai R memberikan penjelasan berikut tentang signifikansi lokasi dan harga R : **Tabel 3. 4**

Tabel 3 4

Interpretasi Koefisien Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80-0,999	Sangat kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup kuat
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat Rendah

Sumber : Sugiono³¹.

d. Analisis Regresi Berganda

Saat menguji hipotesis, kekuatan variabel independen dalam variabel dependen diperhitungkan. Analisis regresi kuadrat

³¹ Ibid, 191.

terkecil berganda (OLS) digunakan dalam penelitian ini, dengan memanfaatkan model dasar.³²

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Variabel *dependent* (nilai yang diprediksikan)

X₁ dan X₂ = Variabel *independent*

a = *Konstanta*

b = Koefisien regresi

e. Uji Hipotesis

1) Uji F

Jika faktor-faktor independen yang digabungkan memberikan pengaruh besar pada variabel dependen, hal ini dapat dipastikan menggunakan uji F. Uji F memiliki langkah-langkah berikut:³³

a) Menentukan Hipotesis

Ho: $\beta_1 = \beta_2 = 0$, yang menunjukkan bahwa harga dan lokasi, faktor independen, tidak memiliki dampak yang jelas pada variabel dependen, yaitu keputusan pembelian konsumen.

Ho: $\beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, yang menunjukkan dampak substansial dari faktor independen (harga dan lokasi) pada

³² Ibid, 68.

³³ Sugiono, *Statistik Untuk Penelitian*, (2007), 193.

variabel dependen (keputusan pembelian konsumen).

b) Menentukan Tingkat Signifikan

Dalam penelitian ini, signifikansi ditetapkan sebesar 5% (0,05), maka terdapat peluang kesalahan sebesar 5% (0,05) pada variabel dependen yaitu keputusan pembelian konsumen.

c) Pengambilan Keputusan Konsumen

- Jika probabilitas (sig F) > a (0,05), maka H_0 diterima yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen/keputusan pembelian konsumen.
- Jika probabilitas (sig F) < a (0,05), maka H_0 ditolak artinya berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen/keputusan pembelian konsumen.

2) Uji T

Hipotesis penelitian tentang kontribusi relatif setiap variabel independen terhadap variabel dependen diuji menggunakan uji-t. H_a ditolak sedangkan H_0 diterima jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$.

H_a diterima dan H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan dari koefisien determinasi merupakan untuk melakukan pengukuran berapa besarnya kesanggupan model dalam menjelaskan variabel terikat.³⁴ Untuk menentukan berapa jauh variabel X (pengaruh lokasi dan harga) mampu mendeskripsikan variabel Y (keputusan pembelian konsumen). Ukuran dalam pengkajian koefisien determinasi adalah : $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

R^2 menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat jika lebih condong ke arah 1. Nilai R^2 juga menunjukkan bahwa nilainya mendekati 100%. Rumus berikut berlaku untuk koefisien determinasi:³⁵

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

Keterangan : R^2 = nilai koefisien determinasi.

R = nilai koefisien korelasi

³⁴ Dwi Prayitno, “*Mandiri Belajar SPSS*” (Yogyakarta : Media kom, 2008), 79.

³⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, 231.