

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Metode penelitian kuantitatif merupakan pendekatan ilmiah yang digunakan untuk mengkaji fenomena yang dapat diukur secara objek dengan tujuan yang jelas. Metode ini menekankan pengumpulan dan analisis data secara sistematis untuk menguji hipotesis, mengetahui hubungan antar variabel, serta menghasilkan generalisasi yang dapat dipertanggung jawabkan. Tahapan penelitian kuantitatif meliputi perumusan masalah, penentuan variabel, penyusunan instrumen penelitian, pengumpulan data, serta analisis statistik. Validitas dan reliabilitas instrumen menjadi aspek penting dalam memastikan keakuratan dan keandalan hasil penelitian.<sup>45</sup>

Berdasarkan penjelasan Sugiyono yang dikutip oleh Jefta Andika Kurniawan dan M. Tony Nawawi, penelitian kuantitatif berlandaskan pada paradigma positivisme. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan populasi atau sampel yang mewakili objek yang diteliti. Data dikumpulkan melalui instrumen yang terukur dan terstandar, kemudian dianalisis dengan teknik statistik. Metode ini bertujuan untuk menguji hipotesis secara objektif, sehingga temuan yang diperoleh dapat dijelaskan secara ilmiah dan dapat digeneralisasikan..<sup>46</sup>

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode

---

<sup>45</sup> Hanla Arif Rachman and Hery Purnomo , Yochanan, Andi Ilham Samanlangi, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*, Bambang Is. (CV Saba Jaya Publisher, n.d.).

<sup>46</sup> Jefta Andika Kurniawan “Pengaruh Kompensasi Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Kurnia Mandiri Jaya Pada Divisi Distribusi Kantor Pusat Di Cirebon.”, *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 2, no. 3 (2020): 723-729.

pengumpulan data berupa survei daring. Kuesioner akan dibagikan kepada responden yang termasuk dalam kriteria populasi melalui tautan Google Form.

## **B. Definisi Oprasional Variabel**

### 1. Variabel Bebas (X) : Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2)

Variabel bebas atau *independent variable* merupakan variabel yang memengaruhi variabel terikat (*dependent variable*). Dalam penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah harga dan kualitas produk Menurut Kotler dan Armstrong, harga secara sempit dapat diartikan sebagai jumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh suatu produk atau jasa. Secara lebih luas, harga mencerminkan total nilai yang diberikan konsumen sebagai imbalan atas manfaat yang diperoleh dari penggunaan produk atau layanan, sekaligus memungkinkan perusahaan mendapatkan keuntungan yang wajar sesuai dengan nilai yang tercipta bagi pelanggan.<sup>47</sup> Sementara itu, Tony Wijaya menyatakan bahwa kualitas produk merupakan integrasi menyeluruh dari berbagai karakteristik yang dimiliki produk, yang terbentuk melalui tahapan pemasaran, perancangan, produksi, hingga proses pemeliharaan. Sinergi dari seluruh aspek tersebut membuat produk mampu memenuhi, bahkan melebihi, ekspektasi konsumen.<sup>48</sup> Berikut adalah tabel oprasional variabel pada harga dan kualitas produk:

---

<sup>47</sup> Kotler, P., *Principles of Marketing (17th Ed.)*.

<sup>48</sup> Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*.

**Tabel 3.1: Oprasional Variabel Harga (X<sub>1</sub>)**

Variabel	Oprasional	Deskripsi
Harga (X <sub>1</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh</li> <li>4. Daya saing harga dibandingkan warung sejenis</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan konsumen untuk membeli produk dengan harga yang sesuai dengan daya beli tanpa menimbulkan beban finansial yang berlebihan.</li> <li>2. Tingkat kesepadanan antara harga yang dibayar dengan mutu produk yang diterima konsumen.</li> <li>3. Keseimbangan antara biaya yang dikeluarkan dengan manfaat atau nilai guna yang dirasakan konsumen.</li> <li>4. Kemampuan usaha dalam menetapkan harga yang kompetitif dibandingkan pesaing sejenis.</li> </ol>

Sumber: Kotler, P., & Armstrong, G., (2016)<sup>49</sup>

**Tabel 3.2: Oprasional Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)**

Variabel	Oprasional	Deskripsi
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bahan</li> <li>2. Rasa</li> <li>3. Porsi</li> <li>4. Penampilan</li> <li>5. Kebersihan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Komponen utama dalam pembuatan makanan yang menentukan nilai gizi, cita rasa, tekstur, dan keamanan produk.</li> <li>2. Hasil tanggapan indera pengecap terhadap perpaduan berbagai rasa yang menciptakan cita rasa khas dan memuaskan.</li> <li>3. Ukuran standar jumlah makanan yang disajikan untuk menjaga konsistensi kualitas dan kuantitas produk.</li> <li>4. Kondisi visual makanan yang mencakup daya tarik, kesegaran, dan kebersihan yang memengaruhi persepsi konsumen.</li> <li>5. Kondisi higienis dalam proses pengolahan hingga penyajian makanan untuk menjamin keamanan dan kesehatan konsumen.</li> </ol>

Sumber: Ade Tiara Yulinda, Erwin Febriansyah, Fenti Sukma Riani (2016)<sup>50</sup>

<sup>49</sup> Kotler, P., *Principles of Marketing (17th Ed.)*.

<sup>50</sup> Ade Tiara Yulinda, Erwin Febriansyah, Fenti Sukma Riani, "Pengaruh Store'S Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee."

## 2. Variabel Terkait (Y) : *Consumer Decision*

Variabel terikat, atau dependent variable, adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independent variable). Dalam penelitian ini, variabel terikat yang diteliti adalah *consumer decision*. Menurut Kotler dan Keller dalam Meithiana Indrasari *consumer decision* merupakan proses konsumen pengenalan dan penilaian terhadap informasi yang diperoleh untuk memilih, membeli, dan menggunakan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka.<sup>51</sup> Berikut adalah tabel operasional variabel pada *consumer decision*:

**Tabel 3. 3: Operasional Variabel *Consumer Decision* (Y)**

Variabel	Operasional	Deskripsi
<i>Consumer Decision</i> (Y)	1. Price (harga) 2. Product (produk) 3. Place (lokasi) 4. Promotion (promosi)	1. Elemen bauran pemasaran yang menjadi sumber pendapatan perusahaan. 2. Segala sesuatu yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. 3. Saluran distribusi atau tempat yang memudahkan konsumen memperoleh produk. 4. Kegiatan untuk menginformasikan dan menarik minat konsumen agar melakukan pembelian

Sumber: Philip Kotler (2012)<sup>52</sup>

### C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>53</sup> Sedangkan Sampel penelitian ditetapkan sebagai subjek yang mewakili populasi dalam suatu studi. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-*

<sup>51</sup> Dr.Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.

<sup>52</sup> Philip Kotler *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Edisi 13. Jilid 1. Erlangga: Jakarta, 2012).

<sup>53</sup> Arif Rachman and , Yochanan, Andi Ilham Samanlangi, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*.

*probability sampling*, yaitu populasi tidak diketahui jumlah anggotanya, dan dengan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya. Sedangkan *purposive sampling*, yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Kriteria tersebut disesuaikan dengan tujuan penelitian agar sampel yang dipilih benar-benar mewakili karakteristik yang relevan dengan objek penelitian.<sup>54</sup> maka dengan menggunakan *purposive sampling* diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan.

Populasi yang digunakan untuk mengambil penelitian ini adalah para konsumen yang melakukan pembelian produk pada Lalapan Murah Mas Ndut di Jalan Sunan Ampel No.30, Ngronggo, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64127. Pengambilan sampel menggunakan tabel penentuan jumlah sampel dari masyarakat kota kediri dan pernah melakukan pembelian di Lalapan Murah Mas Ndut. Dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui secara pasti maka yang dilakukan peneliti untuk mengukur sampel dengan menggunakan rumus *Cochran*:<sup>55</sup>

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{(0,9604)}{(0,025)}$$

$$n = 384,16 = 385 \text{ Orang}$$

Keterangan:

$n$  = sampel

<sup>54</sup> Sidik Priadana dan Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Tangerang: Pascal Books, 2021).

<sup>55</sup> Arif Rachman and , Yochanan, Andi Ilham Samanlangi, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R&D*.

$z$  = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

$p$  = peluang benar 50% = 0,5

$q$  = peluang salah 50% = 0,5

$e$  = *margin error* 5% = 0,05

Menurut Sugiyono, tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar **5%** merupakan batas kesalahan yang lazim digunakan dalam penelitian sosial karena dianggap telah mewakili tingkat ketelitian yang memadai dan dapat menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan.<sup>56</sup> Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh jumlah sampel sebesar 384,16. Menurut Sugiyono, apabila hasil perhitungan jumlah sampel menghasilkan angka pecahan (terdapat koma), maka jumlah tersebut dibulatkan ke atas agar jumlah sampel mencukupi dan penelitian lebih representatif. Oleh karena itu, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 385 responden.<sup>57</sup>

#### **D. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi atau data dari lapangan. Alat ini berfungsi untuk mengukur variabel yang menjadi fokus penelitian sehingga data kuantitatif yang diperoleh dapat dipercaya dan tepat. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan berupa kuesioner, yaitu metode pengumpulan data dengan meminta responden mengisi pertanyaan yang telah dirancang sebelumnya oleh peneliti. Metode ini dipilih agar data yang diperoleh sesuai dan relevan dengan tujuan penelitian.<sup>58</sup> Dalam penelitian ini digunakan skala Likert sebagai instrumen pengukuran untuk menilai tanggapan peserta. Skala Likert merupakan alat

<sup>56</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*, Bandung : Alfabeta., 2018.

<sup>57</sup> Ibid

<sup>58</sup> Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Bantul: KBM Indonesia, 2021).

yang digunakan untuk mengukur sikap, pandangan, atau persepsi individu terhadap suatu pernyataan atau objek penelitian tertentu. Adapun skala likert yang dimaksud adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 4: Pertanyaan Skala Likert**

NO	PERTANYAAN	KODE	SKOR
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Netral	N	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2019:147)<sup>59</sup>

## E. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Sumber dan Jenis Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan terbagi menjadi dua jenis, yakni data primer dan data sekunder. Data primer berfungsi sebagai sumber utama penelitian, yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari responden atau objek penelitian. Data ini disebut juga sebagai data asli karena diperoleh secara langsung dari sumber pertama dan mencerminkan informasi yang paling aktual dan relevan dengan kebutuhan penelitian. Dalam studi ini, informasi utama diperoleh dari pembeli atau mereka yang pernah melakukan transaksi dengan mengisi survei yang diberikan kepada mereka. Di sisi lain, informasi tambahan didapatkan dari berbagai referensi seperti literatur, artikel ilmiah, situs internet, dan lain-lain.

### 2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan berbagai cara atau teknik yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

<sup>59</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

Peneliti dapat menggunakan satu atau beberapa pendekatan, seperti observasi, penyebaran kuesioner, maupun analisis dokumen. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah kuesioner, yaitu dengan memberikan sejumlah pertanyaan-pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian kepada responden, sehingga data yang diperoleh bersifat relevan, valid, dan sesuai dengan tujuan penelitian.

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian benar-benar valid. Untuk mengetahui apakah instrumen tersebut valid<sup>60</sup>. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan  $r_{hitung}$  untuk tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dalam uji validitas. Pertanyaan atau pernyataan dianggap valid apabila  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan sebaliknya. Berikut merupakan penyajian data hasil uji validitas yang menggunakan SPSS V. 23.

### 2. Uji Reliabilitas

Sebuah kuesioner dinyatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan di dalamnya menunjukkan konsistensi atau kestabilan dalam kurun waktu yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan dengan berdasarkan pada kemantapan *Cronbach,s Alpha* berikut:<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

<sup>61</sup> Budi Darma., . . *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. (Guepedia, last modified, 2021).

**Tabel 3. 5: Jumlah Total Kriteria Koefisien Reliabilitas**

NILAI	KETERANGAN
0,00 < 0,20	sangat kurang reliabel
0,20 < 0,40	kurang reliabel
0,40 < 0,60	cukup reliabel
0,60 < 0,80	reliabel
0,80 < 1,00	sangat reliabel

Sumber: Budi Darma (2021)

### 3. Uji Statistik Deskriptif

Kuantitas data untuk setiap variabel ditentukan oleh penelitian yang telah dilakukan. Berikut ini dirangkum hasil kuesioner yang diberikan kepada Customer Lapangan Murah Mas Ndut. Variabel Harga ( $X_1$ ) memiliki, Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) dan variabel *Consumer Decision* ( $Y$ ). Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap *Consumer Decision* pada pelanggan Lapangan Murah Mas Ndut maka akan dilakukan pengujian dengan menggunakan aplikasi SPSS v.25. Nilai rata-rata (Mean), nilai tertinggi (Max), nilai terendah (Min), dan *Standar Deviasi dari* masing-masing variabel Harga ( $X_1$ ), variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) dan *Consumer Decision* ( $Y$ ) harus diukur secara deskriptif agar dapat melihat gambaran umum data secara keseluruhan.<sup>62</sup>

### 4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam analisis regresi linear berganda dilakukan untuk memastikan bahwa koefisien regresi yang diperoleh benar-benar valid, akurat, serta dapat digunakan sebagai estimasi parameter yang dapat dipertanggung jawabkan secara statistik. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi syarat-syarat dasar, sehingga

---

<sup>62</sup> Ibid.

hasil analisis dapat dipercaya dan menggambarkan hubungan antar variabel secara tepat. Dalam penelitian ini, dilakukan pengujian untuk mendeteksi adanya pelanggaran terhadap asumsi klasik, yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.<sup>63</sup>

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual atau kesalahan pada model regresi berdistribusi normal atau mendekati normal. Pengujian ini penting karena asumsi normalitas residual menjadi salah satu syarat agar hasil analisis regresi dapat ditafsirkan secara akurat dan sah secara statistik. Dengan demikian, uji ini bertujuan memastikan bahwa data yang diperoleh memiliki distribusi yang normal. Kriteria dalam pengujian ini dengan menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov*, yaitu sebagai berikut:<sup>64</sup>

- Sig > 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.
- Sig < 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengidentifikasi adanya hubungan atau korelasi yang tinggi antarvariabel independen dalam model regresi. Pengujian ini penting untuk memastikan bahwa masing-masing variabel bebas memberikan pengaruh yang berbeda

---

<sup>63</sup> Syaiful Syaiful Muhammad Rinaldi, Muhammad Nanang Prayudyanto, "Persepsi Masyarakat Terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan Bus Transjabodetabek Dengan Metode Uji Asumsi Klasik Dan Uji Regresi Linear Berganda," *Seminar Nasional Ketekniksipilan, Infrastruktur Dan Industri Jasa Konstruksi (KIIJK)* 1, no. 1 (2021): 309–315, <https://prosiding.uika-bogor.ac.id/index.php/kiijk/article/view/364>.

<sup>64</sup> Sila Amali Madina. Nastiti, Estri, Tahta Tahta Damayanti, "DAMPAK PELANGGARAN ASUMSI KLASIK TERHADAP ESTIMASI MODEL EKONOMETRIKA," *Jurnal Pijar* 2, no. 1 (2023): 150–158.

dan tidak saling bertumpang tindih, sehingga estimasi koefisien regresi menjadi lebih tepat dan dapat diandalkan. Uji ini dilakukan dengan menganalisis nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*.<sup>65</sup>

- Apabila nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka menunjukkan tidak adanya multikolinieritas.
- Apabila nilai *tolerance*  $< 0,10$  dan nilai VIF  $> 10$ , maka menunjukkan adanya multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians dari nilai residual dalam model regresi. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa penyebaran kesalahan (*error term*) pada setiap nilai prediksi bersifat konstan. Salah satu cara yang umum digunakan adalah dengan mengamati pola sebaran titik pada *grafik scatterplot* dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>66</sup>

- 1) Jika titik-titik pada grafik menunjukkan pola tertentu yang teratur (misalnya bergelombang, melebar, lalu menyempit), maka dapat disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Sebaliknya, apabila pola sebaran titik tidak menunjukkan bentuk tertentu dan tersebar secara acak di sekitar garis horizontal, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

---

<sup>65</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, 2018.

<sup>66</sup> Nastiti, Estri, Tahta Tahta Damayanti, "DAMPAK PELANGGARAN ASUMSI KLASIK TERHADAP ESTIMASI MODEL EKONOMETRIKA."

d. Uji Korelasi Berganda

Uji korelasi ganda dimanfaatkan untuk mengeksplorasi tingkat keterkaitan antara dua atau lebih variabel yang bersifat independen (X) terhadap variabel dependen (Y) ketika diuji secara bersamaan atau simultan. Melalui pengujian ini, peneliti dapat menilai kekuatan serta arah hubungan kolektif antara variabel bebas ( $X_1$  dan  $X_2$ ) dengan variabel terikat (Y) dalam suatu model penelitian.<sup>67</sup> Rumus yang digunakan dalam korelasi berganda yaitu:

$$R_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{r^2_{x_1y} + r^2_{x_2y} - 2(r_{x_1y})(r_{x_2y})(r_{x_1x_2})}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

Keterangan:

$R_{x_1x_2y}$  = korelasi antara variabel bebas ( $x_1$  dan  $x_2$ ) secara dengan variabel terikat (y).

$r^2_{x_1y}$  = korelasi *product moment* antara  $x_1$  dan y

$r^2_{x_2y}$  = korelasi *product moment* antara  $x_2$  dan y

$r_{x_1x_2}$  = korelasi *product moment* antara  $x_1$  dan  $x_2$

5. Uji Autokorelasi

Uji Durbin-Watson digunakan untuk melakukan uji autokorelasi. Tujuan uji ini adalah untuk memastikan apakah terdapat penyimpangan dari norma dalam korelasi antara residual model regresi dari satu observasi ke observasi berikutnya. Kriteria evaluasi yang digunakan adalah sebagai berikut:<sup>68</sup>

a) Apabila  $0 < d < d_L$ , maka terjadi autokorelasi positif.

<sup>67</sup> Tony Nawawi, Kurniawan, Jefta Andika, "Pengaruh Kompensasi Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Kurnia Mandiri Jaya Pada Divisi Distribusi Kantor Pusat Di Cirebon," *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 2, no. 3 (2020): 723–29.

<sup>68</sup> Irham Fahmi, *Teori Dan Teknik Pengambilan Keputusan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada), 2016.

- b) Apabila  $dL < d < dU$ , maka tidak ada kepastian terjadi atau ragu-ragu.
- c) Apabila  $4 - dL < d < 4$ , maka terjadi autokorelasi negatif.
- d) Apabila  $4 - dU < d < 4 - dL$ , maka tidak ada kepastian atau ragu-ragu.
- e) Apabila  $dU < d < 4 - dL$ , maka tidak ada autokorelasi positif atau negatif.

## 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier ganda diterapkan untuk memahami seberapa besar pengaruh dari dua atau lebih variabel independen (X) berpengaruh terhadap satu variabel dependen (Y) secara simultan dan linier. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan dengan menerapkan metode *Ordinary Least Square* (OLS) atau persamaan kuadrat terkecil, yang berfungsi sebagai model dasar dalam menggambarkan dan menjelaskan hubungan antar variabel secara matematis dan empiris:<sup>69</sup> Berikut adalah rumus dari linier berganda (*multiple linear regression*):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan: Y	=	<i>Consumer Decision</i>
$\alpha$	=	Nilai Konstanta
$\beta_1, \beta_2$	=	Koefisien regresi berganda
$X_1$	=	Harga
$X_2$	=	Kualitas Produk
e	=	<i>Error</i> atau Residual

## 7. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dapat diterima atau harus ditolak, serta untuk

---

<sup>69</sup> Irma Susanti, "Penerapan Metode Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Mengatasi Masalah Multikolinearitas Pada Kasus Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Di Kabupaten Aceh Tamiang.," *Jurnal gamma-PI* 4, no. 2 (2022): 10-17.

membandingkan nilai yang diperoleh dari data sampel dengan nilai yang diperoleh dari populasi<sup>70</sup> berikut adalah jenis hipotesis:

a. Uji F (simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $f_{hitung}$  dengan  $f_{tabel}$ . Kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut:<sup>71</sup>

- 1) Jika nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak, yang berarti bahwa variabel independen tersebut secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai  $f_{hitung} < f_{tabel}$ , maka hipotesis diterima, yang berarti bahwa variabel independen tersebut secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji t (parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh setiap variabel independen secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel dependen.<sup>72</sup> Dalam penelitian ini, uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas seperti harga ( $X_1$ ) kualitas produk ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen,

---

<sup>70</sup> Muhammad Athoillah Gangga Anuraga, Artanti Indrasetianingsih, "Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar Dengan Software R," *Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3, no. 2 (2021): 327–334.

<sup>71</sup> Shinta Ramadanis et al., "Pengaruh Efikasi Diri Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Kinerja Pegawai Honorer Pada Dinas Pendidikan Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Solok," *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 3, no. 1 (2023): 84–109.

<sup>72</sup> Habibatul Hidayati and Citra Willyanda Putri, "Pengaruh Rasio Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas, Dan Aktivitas Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Asuransi Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 15, no. 2 (2022): 658–668.

yaitu *consumer decision* (y). kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai *t hitung* > *t tabel* , maka hipotesis ditolak, yang berarti variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika nilai *t hitung* < *t tabel* , maks hipotesis diterima, yang berarti variabel tersebut tidak dipengaruhi terhadap variabel dependen.

#### 8. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar sumbangan atau persentase pengaruh variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y) secara bersama-sama. Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan sejauh mana model regresi mampu menjelaskan variasi pada variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas dalam model. Adapun perhitungannya menggunakan rumus sebagai berikut:<sup>73</sup>

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

Keterangan :

Kd = Nilai Koefisien determinasi

r<sup>2</sup> = Kuadrat dari koefisien berganda

---

<sup>73</sup> Amelia Tahitu et al, "Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Gaya Kepemimpinan Lurah Milenial DI Kota Ambon," *Jurnal Badati* 6, no. 1 (2024): 53–72.