

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah Mobil Toyota di Kota Sukabumi. Selanjutnya yang menjadi subjek penelitian adalah orang yang membeli Mobil Toyota dan berdomisili di Kota Sukabumi.

3.2 Desain Penelitian

Menurut Cooper & Schindler (2014:126-129), terdapat delapan perspektif untuk mengklasifikasikan desain penelitian yaitu:

3.2.1 Derajat Kristalisasi Pertanyaan Penelitian

Sebuah studi dapat dipandang sebagai eksplorasi atau formal. Keduanya memiliki perbedaan yang penting yaitu tingkat struktur dan tujuan langsung dari penelitian. Studi eksplorasi cenderung ke arah struktur longgar dengan tujuan menemukan tugas penelitian di masa depan. Sedangkan studi formal, di sisi lain, dimulai dengan hipotesis atau permintaan penelitian dan mencakup prosedur yang benar dan penamaan sumber data. Desain penelitian formal digunakan untuk menguji teori atau memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian tertentu.

Berdasarkan tingkat perumusan masalahnya, maka penelitian ini menggunakan studi formal.

3.2.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data diklasifikasikan menjadi monitoring dan *communication processes*. *Monitoring* adalah mencakup studi di mana



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



peneliti menginpeksi aktivitas subjek atau sifat beberapa materi tanpa berusaha memperoleh tanggapan dari siapapun. Dalam studi komunikasi, peneliti mengumpulkan data dengan cara mempertanyakan subjek dan mengumpulkan tanggapan mereka dengan cara pribadi atau umum. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuesioner.

3.2.3 Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.2.4 Tujuan Studi

Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain *ex post facto*, karena faktor penelitian berada di luar kendali peneliti atau sebaliknya tidak dapat diprediksi.

Tujuan penelitian memiliki dua jenis, yaitu penelitian deskriptif dan penelitian kausal. Penelitian deskriptif berkaitan dengan mencari tahu siapa, apa, di mana, kapan, atau berapa banyak. Sedangkan penelitian kausal menjelaskan hubungan antar variabel, bagaimana satu variabel menghasilkan perubahan pada variabel lain. Penelitian ini menggunakan penelitian kausal dengan tujuan untuk menentukan apakah ada pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk mobil Toyota.

3.2.5

Dimensi Waktu

Penelitian ini menggunakan studi *cross-sectional*, karena peneliti mencatat pengamatan variabel-variabel penelitian satu kali dan mencerminkan waktu tertentu, yaitu tahun 2023.

3.2.6

Ruang Lingkup Topik Bahasan

Penelitian ini menggunakan studi *statistical*, karena studi statistik dimaksudkan untuk pembahasan yang lebih luas daripada analisis mendalam.



Mereka membuat asumsi berdasarkan karakteristik sampel dalam upaya menangkap karakteristik masyarakat.

3.2.7 Lingkungan Penelitian

Desain penelitian dibedakan berdasarkan apakah studi dilakukan dalam pengaturan dunia nyata (keadaan lapangan) atau dalam keadaan yang dibuat secara artifisial (kondisi laboratorium). Dalam penelitian ini, kuesioner dibagikan sebagai bagian dari studi lapangan.

3.2.8 Kesadaran Persepsi Partisipan

Fungsi desain dapat berkurang ketika partisipan dalam studi sadar bahwa penelitian sedang dilakukan sehingga partisipan dapat mempengaruhi hasil penelitian secara tidak langsung.

Ada tiga tingkat persepsi:

- a. Peserta menganggap tidak ada penyimpangan dari rutinitas sehari-hari.
- b. Partisipan merasakan penyimpangan, tetapi tidak terkait dengan peneliti.
- c. Peserta menganggap penyimpangan sebagai akibat dari peneliti.

Dalam penelitian ini, peneliti mengupayakan agar penelitian dapat dilakukan dengan baik sehingga partisipan tidak merasakan adanya penyimpangan dalam rutinitas sehari-hari.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2021:168), populasi adalah wilayah generalisasi di mana subjek atau hal dengan jumlah dan karakteristik tertentu dipilih oleh



peneliti untuk diperiksa dan kesimpulan yang dibuat dimasukkan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kota Sukabumi yang pernah membeli produk mobil Toyota.

Sampel

Menurut Sugiyono (2021:169), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Hanya beberapa subjek populasi yang dijadikan sampel dalam penelitian. Penentuan jumlah sampel yang *representative* menurut Hair et al (2010), adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Sampel dalam penelitian ini adalah:

Sampel= jumlah indikator x 5

$$= 20 \times 5$$

$$= 100$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka sampel minimum dalam penelitian ini adalah 100 responden yang membeli mobil Toyota.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *nonprobability sampling* dimana teknik sampling ini memberikan kesempatan atau peluang yang tidak sama bagi setiap anggota populasi atau setiap unsur untuk dipilih sebagai sampel. Sedangkan teknik pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling* yaitu pengambilan sampel dengan memilih satuan *sampling* atas dasar kriteria tertentu yang sudah dirumuskan peneliti yaitu pelanggan yang pernah membeli produk mobil Toyota di Kota Sukabumi.



3.4 Lokasi Penelitian

© Lokasi yang dijadikan dalam penelitian ini adalah Toyota Auto 2000 Kota Sukabumi dan Selamat Toyota Kota Sukabumi. Pemilihan lokasi tersebut dikarenakan Toyota memiliki dua tempat di Kota Sukabumi.

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2021:89), variabel penelitian pada dasarnya adalah peneliti menyeleksi segala sesuatu dalam bentuk apapun untuk dipelajari guna mengumpulkan informasi tentangnya dan menarik kesimpulan. Sesuai judul penelitian yang dipilih peneliti yaitu Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mobil Toyota di Kota Sukabumi, maka peneliti mengelompokkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi variabel independen yaitu kualitas produk dan persepsi harga, sedangkan variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Masing-masing variabel didefinisikan sebagai berikut:

3.5.1 Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kualitas suatu objek yang dijual kepada konsumen menentukan nilainya., sehingga pelaku usaha harus mampu menghasilkan barang yang lebih bernilai atau berkualitas. Pengukuran variabel kualitas produk dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3. 1
Pengukuran Variabel Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Kualitas produk	Kinerja	Fitur keunggulan dalam menjalankan fungsinya telah memenuhi keinginan	Interval
	Reliabilitas	Daya tahan produk Toyota baik selama dikonsumsi	Interval
	Fitur	Fungsi-fungsi sekunder yang ditambahkan berfungsi baik	Interval
	Keawetan	Produk Toyota dapat bertahan meskipun dipakai berulang-ulang	Interval
		Produk Toyota dapat bertahan meskipun dalam jangka waktu yang lama	Interval
	Konsisten	Produk Toyota sudah memenuhi standar	Interval
		Produk Toyota sudah memenuhi spesifikasi tertentu	Interval
	Desain	Desain produk Toyota telah memenuhi keinginan	Interval

Sumber: Sangadji dan Sopiah (2018)

3.5.2 Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 3. 2
Pengukuran Variabel Persepsi Harga

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Persepsi harga	<i>Reference price</i>	Harga mudah diingat ketika melihat produk Toyota	Interval
	<i>Asymmetries of information</i>	Produk Toyota ber nilai unggul secara keseluruhan	Interval
	<i>Brand Awareness</i>	Harga yang ditawarkan oleh Toyota sesuai dengan manfaat yang diberikan atau bahkan melebihi ekspetasi saya	Interval
	<i>Brand Loyalty</i>	Akan melakukan pembelian berulang pada merek Toyota	Interval
	<i>Product familiarity</i>	Memiliki pengetahuan subjektif tentang produk Toyota	Interval
	<i>Quality perception</i>	Merek Toyota mudah dikenal	Interval

Sumber: Baines et. al. (2022:517)

3.3 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan keputusan terakhir yang sudah dipikirkan oleh konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa dengan mempertimbangkan segala aspek yang ada serta informasi yang telah diterima. Pengukuran variabel keputusan pembelian dalam penelitian ini dilakukan sebagai berikut:



Tabel 3. 3
Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian

Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian	Pilihan produk	Saya membeli produk mobil Toyota sesuai dengan kebutuhan	Interval
	Pilihan merk	Saya membeli produk mobil Toyota karena mereknya mudah dikenali	Interval
	Pilihan dealer	Saya membeli produk mobil Toyota karena memiliki banyak cabang	Interval
	Jumlah pembelian	Saya membeli produk mobil Toyota karena banyaknya produk yang tersedia	Interval
	Waktu pembelian	Saya membeli produk mobil Toyota karena banyak diskon di waktu tertentu	Interval
	Metode pembayaran	Saya membeli produk mobil Toyota karena memiliki banyak metode pembayaran yang memudahkan konsumen	Interval

Sumber: Kotler dan Keller (2016)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan Teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *google form* agar responden dapat mengisi secara online/*daring* beberapa pertanyaan mengenai kualitas produk, persepsi harga, dan keputusan pembelian. Jenis data yang diperoleh berupa data-data primer yaitu pengambilan data secara langsung kepada responden. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang membeli produk mobil Toyota. Jenis kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner tertutup.

Kuesioner disusun dengan menggunakan skala *likert*, yaitu dengan meminta pendapat responden dalam melengkapi kuesioner yang mengharuskan mereka untuk menunjukkan tingkat persetujuannya terhadap beberapa pertanyaan dengan kriteria



Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-Ragu (RG), Tidak Setuju (ST), Sangat Tidak Setuju (STS). Peneliti menetapkan skor masing-masing jawaban sebagaimana pada

tabel 3.4 berikut:

Tabel 3. 4
Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Ragu-Ragu	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Imam Ghozali (2018)

Berikut merupakan rumus untuk menentukan rentang skala:

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

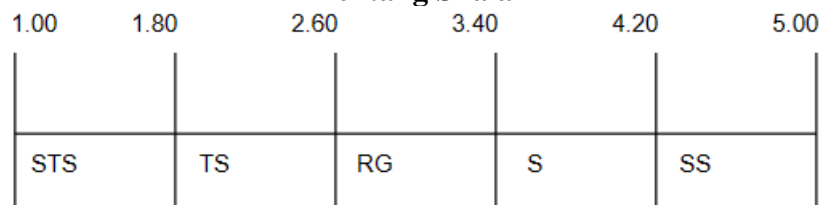
Keterangan:

- RS : Rentang skala
- m : Skor tertinggi pada skala
- n : Skor terendah pada skala
- b : jumlah kelas atau kategori

Skor terbesar adalah 5 dan skor terkecil adalah 1, maka rentang skalanya adalah sebagai berikut:

$$RS = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Gambar 3. 1
Rentang Skala



Keterangan:

- 1.00 -1.80 : Sangat Tidak Setuju (STS)
- 1.81-2.60 : Tidak Setudu (TS)



- 2.61-3.40 : Ragu-ragu (RG)
- 3.41-4.20 : Setuju (S)
- 4.21-5.00 : Sangat Setuju (SS)

3.7 Pengolahan Data dan Analisis Data

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

3.7.1 Uji Validitas

Setelah kuesioner disebar, data yang diperoleh harus diolah. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 27 untuk dapat membantu seluruh proses dalam mengolah data dan analisis data.

Menurut Sugiyono (2021:226), uji validitas adalah apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Uji validitas instrument digunakan untuk memastikan sejauh mana standar ketelitian alat ukur yang dijamin oleh alat ukur (kuesioner). Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut akurat atau valid mengukur evaluasi dalam kuesioner. Pengujian validasi ini menggunakan rumus *pearson product moment*, dengan kriteria sebagai berikut:

$$r \text{ hitung} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

- r hitung : Nilai *pearson product moment*
- n : Banyaknya responden (sampel)
- X : nilai X (variabel independent)
- Y : nilai Y (variabel dependen)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Adapun uji validitas dilakukan dengan menggunakan kriteria sebagai

berikut:

- a. Jika r hitung (*Item Total Correlation*) $> r$ tabel (0,361), maka pernyataan kuesioner dianggap valid.
- b. Jika r hitung (*Item Total Correlation*) $< r$ tabel (0,361), maka pernyataan kuesioner dianggap tidak valid dan item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2021:227), uji reliabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Realibilitas dapat diukur dengan melakukan uji statik *Cronbach Alpha* melalui SPSS.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$: Jumlah varian butir

σ_t^2 : Varian total

Adapun uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,60$ maka suatu variabel dapat dikatakan reliabel
- b. Jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $< 0,60$ maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3.7.3 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2021:259), statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

$$\bar{x} = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{x} : *Mean* (rata-rata)

\sum : Jumlah

X_i : Nilai X ke I sampai ke n

n : Ukuran sampel

3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2021:337) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, untuk meramalkan kondisi (naik turunnya) variabel dependen (kriteria), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Analisis akan menggunakan regresi berganda jika setidaknya ada dua faktor independen.

Penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda dikarenakan terdapat dua variabel independen yaitu kualitas produk dan persepsi harga serta memiliki satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Persamaan regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut:

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

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Keterangan:

- Y : Keputusan pembelian
- β_0 : Konstanta
- β_1 : Koefisien regresi kualitas produk
- β_2 : Koefisien regresi persepsi harga
- X_1 : Variabel kualitas produk
- X_2 : Variabel persepsi harga
- e : Error

Uji Kausal

a. Uji Normalitas Residual

Menurut Sugiyono (2021:290), uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah data untuk setiap ukuran yang dianalisis terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang layak adalah model dengan distribusi normal atau hampir normal, sehingga memungkinkan untuk menjalankan uji statistik.

Penelitian ini menguji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan SPSS. Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dan model regresi normal.
- 2) Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dan model regresi tidak berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:107), uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah faktor-faktor independen dalam model



regresi memiliki korelasi (independen). Seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi yang baik. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinieritas.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Model regresi yang bebas multikolinieritas menurut pedoman adalah mempunyai angka *tolerance* mendekati 1. Batas VIF adalah 10, jika VIF di bawah 10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Dasar pengambilan keputusan:

- 1) $VIF < 10$ atau $value\ Tolerance > 0,1$, tidak terjadi multikolinearitas.
- 2) $VIF > 10$ atau $value\ Tolerance < 0,1$, terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika variannya tidak sama atau berbeda disebut terjadi Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *glejser*. Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai sig $> 0,05$, tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai sig $< 0,05$, terjadi heteroskedastisitas.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3.7.6 Uji Model

a. Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)

Uji F ini digunakan untuk menguji keberartian dari suatu model regresi linier berganda untuk meyakinkan apakah model regresi dapat dipakai atau tidak.

Adapun yang menjadi hipotesis nol H_0 dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$ model regresi tidak signifikan

H_a : Paling sedikit satu dari $\beta_i \neq 0$, $i = 1-2$ model regresi signifikan

Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai Sig-F $< 0,05$ maka tolak H_0 , artinya model regresi signifikan
- 2) Jika Sig-F $\geq 0,05$ maka terima H_0 , artinya model regresi tidak signifikan

Jika hasil uji F signifikan, maka akan dilanjutkan pengujian uji t.

b. Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen secara parsial.

$H_{01}: \beta_1 = 0$ Kualitas Produk tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian

$H_{a1}: \beta_1 > 0$ Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

$H_{02}: \beta_2 = 0$ Persepsi Harga tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian

$H_{a2}: \beta_2 > 0$ Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian

Menentukan tingkat signifikan (α) = 0,05

Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika $\text{Sig-t} < 0,05$ maka tolak H_0 artinya variabel independent memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel dependent.
- 2) Jika $\text{Sig-t} \geq 0,05$ maka terima H_0 artinya variabel independent tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara positif terhadap variabel dependent.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.