

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.¹ Jadi disini ada variabel indepenen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). Ada tiga variabel dalam penelitian ini teknik, yaitu dua variabel bebas (harga dan promosi) dan satu variabel terikat yaitu perilaku konsumen.

2. Pendekatan Penelitian

Pedekatan penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada *filsafat positifme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumenst penelitian, analisi data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.² Menurut Usman Rianse dan Abdi dalam bukunya penelitian Kuantitatif merupakan hasil perpaduan antara *mazhabmarburg* yang berkolaborasi dengan aliran *Filsafat positivisme*.³

¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 11

² *Ibid.*, hlm. 8

³ Usman Rianse dan Abdi, *Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 19

Penelitian ini berjenis kuantitatif, karena digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh harga dan promosi terhadap perilaku konsumen pada toko Tabita Syar'I Boutique.

B. Populasi, Sampel dan Sampling Penelitian

1. Populasi

Populasi yaitu keseluruhan sasaran yang seharusnya diteliti dan pada populasi itu hasil penelitian diberlakukan. Populasi adalah tempat terjadinya masalah yang kita selidiki. Jadi populasi adalah keseluruhan obyek yang menjadi sasaran penelitian dan sampel yang akan diambil dari populasi ini.⁴ Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah pembeli atau konsumen Tabita Syar'I Boutique.

2. Sampel

Sampel adalah “kelompok kecil individu yang dilibatkan langsung dalam penelitian”.⁵ Dalam definisi lain sampel adalah sebagian atau wakil yang diteliti. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Dalam penelitian ini saya mengambil sampel dari populasi konsumen yang membeli produk Tabita Syar'I Boutique yang ada di Kanigoro yang mana populasi konsumen di Kanigoro 400 orang.

⁴ Moh. Kasiran, *Metode Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Yogyakarta: Sukses Offset, 2010), hlm. 257

⁵ Ibnu Hadjar, *Dasar-dasar Metodologi Kuantitatif Dalam Pendidikan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), hlm. 133

Rumus yang digunakan untuk menentukan besarnya jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin yaitu:

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

Dimana :

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan tingkat kesalahan (10% atau 0,1).

Dalam penelitian ini, jumlah sampel Tabita Syar'i Boutique dari rumus *Slovin* adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{400}{1 + N(e^2)} \\ &= \frac{400}{1 + 400(0,1)^2} \\ &= \frac{400}{1 + 400(0,01)} \\ &= \frac{400}{5} = 80 \end{aligned}$$

Dari hasil diatas maka jumlah sampel yang dibutuhkan di Tabita Syar'i Boutique sebanyak 80 responden.

3. Sampling Penelitian

Dalam penelitian ini teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel

yang akan dijadikan sumberdata sebenarnya, dengan memperhatikan sifat – sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau benar – benar mewakili populasi.⁶ Teknik pengambilan sampel pada penelitian yaitu menggunakan Probability sampling dengan menggunakan sampling random sederhana (*simple random sampling*). Ciri utama sampling ini ialah setiap unsur dari keseluruhan populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Pengambilan sampel populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Pengertian data adalah sekumpulan informasi atau nilai yang diperoleh dari pengamatan atau observasi suatu objek, data dapat berupa angka dan dapat pula merupakan lambang atau sifat. Pada dasarnya kegunaan data (setelah diolah dan dianalisis) ialah sebagai dasar yang objektif di dalam proses pembuatan keputusan – keputusan atau kebijaksanaan – kebijaksanaan dalam rangka untuk memecahkan persoalan oleh pengambilan keputusan.⁷

Untuk mendapatkan data yang akurat peneliti menggunakan data primer dan data sekunder sebagai berikut:

⁶ Asep Saepul Hamdi dan E Bahrudin, *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: CV Budi Utama 2014, cet. 1), hlm. 46

⁷ Situmorang Syafrizal Helmi, *Analisis Data: Untuk riset manajemen dan bisnis*, (Medan: USU Press, 2010), hlm. 1

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang bersumber dari hasil wawancara terstruktur terhadap responden dengan menggunakan kuisioner (daftar pertanyaan terstruktur).⁸ Dalam penelitian ini data diperoleh secara langsung dengan memberikan kuisioner atau daftar pertanyaan kepada pembeli gamis Tabita Syar'i Boutique.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dan disatukan oleh studi – studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain. biasanya sumberdata tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip – arsip resmi.⁹

2. Variabel Penelitian

Didalam suatu penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas oleh seorang peneliti sebelum melakukan pengumpulan data. Variabel adalah fenomena yang bervariasi dalam bentuk, kualitas, mutu standart dan sebagainya. Dari definisi ini maka variabel adalah sebuah fenomena (yang berubah - ubah) dengan demikian maka bisa jadi tidak ada satu peristiwa dalam ini yang disebut variabel, tinggal tergantung bagaiman kualitas variabelnya.¹⁰

⁸ Ida Bagoes Mantra, *Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 130

⁹ Ida Bagoes Mantra, *Filsafat Penelitian dan Metode Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 2

¹⁰ Burhan bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif : Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005), hlm. 7

Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu sebagai berikut:

a. Variabel Independen

Variabel bebas adalah sejumlah gejala atau faktor atau unsur – unsur yang menentukan atau mempengaruhi ada atau munculnya gejala atau faktor – faktor yang lain, yang pada gilirannya gejala atau faktor atau unsur yang kedua itu tersebut dengan variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah harga dan promosi.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen yaitu variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹¹ Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah perilaku konsumen di Tabita Syar'i Boutique.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dimana fenomena ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Skala likert disebut juga *summated rating scale*. Skala ini banyak digunakan karena skala ini memperbanyak peluang kepada

¹¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm.

responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan atau *agreement* terhadap suatu pertanyaan. Pertanyaan diberikan berjenjang mulai dari tingkat terendah sampai tertinggi.¹²

Untuk mengukur skor skala likert ini sebagai berikut:

- SS = Sangat setuju diberi skor 5
- S = Setuju diberi skor 4
- N = Netral diberi skor 3
- TS = Tidak setuju diberi skor 2
- STS = Sangat tidak setuju diberi skor 1.

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akurat, teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut :

a. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah faktor yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sifat utama dari data ini tidak terbatas pada ruang dan waktu, sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk hal – hal yang telah silam. Dokumen ini dibagi menjadi dua yaitu dokumen resmi dan dokumen pribadi. Dalam penelitian ini dokumen yang digunakan adalah dokumen yang dikelola oleh pemilik Tabita Syar'i Boutique

¹² Bilson Simamora, *Riset Pemasaran*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2004), hlm.

dimana berupa data – data mengenai omset dan data konsumen.

b. Kuisisioner/angket

Kuisisioner/angket adalah daftar pernyataan atau pertanyaan yang dikirimkan kepada responden baik secara langsung atau tidak langsung, (melalui pos atau perantara). Sebagian besar riset pemasaran menggunakan bentuk-bentuk kuisisioner, baik melalui pos, wawancara langsung, via telepon maupun via email dan mesin faximile.¹³ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuisisioner tertutup. Sehingga pertanyaan – pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda. Jadi kuisisioner jenis ini responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian adalah alat yang digunakan untuk pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti, disini alat yang digunakan adalah angket. Supaya instrumen penelitian ini dapat berfungsi secara efektif, maka syarat validitas dan reabilitas harus diperhatikan sungguh-sungguh.¹⁴ Jumlah instrumen penelitian ini tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan oleh

¹³ Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono, *Riset pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: PT. Elex Media komputindo, 2002), hlm. 71

¹⁴ W. Gulo, *Metedologi Penelitiani*, (Jakarta: Grasindo, 2000), hlm. 123

peneliti. Selanjutnya dari variabel-variabel tersebut ditentukan indikator yang akan diukur. Dari indikator ini kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrument berupa kuesioner/angket yang menggunakan likert dengan 5 opsi jawaban. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.

Untuk memudahkan peneliti dalam proses pembentukan kuisisioner, maka peneliti terlebih dahulu merumuskan kisi-kisi instrumen penelitian sebagai berikut :

Tabel 2.1

Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Pertanyaan Item
Harga	Keadaan perekonomian	1. Harga produk Tabita terjangkau oleh semua kalangan. 2. Harga ditentukan oleh perusahaan.
	Penawaran dan permintaan	3. Harga dengan kualitas produk sesuai dengan yang ditawarkan. 4. Harga tiap produk bervariasi.
	Persaingan	5. Harga produk mampu bersaing dan sesuai dengan kemampuan/daya beli masyarakat. 6. Harga tersebut lebih murah dari butik lain.
	Biaya	7. Harga produk sesuai dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. 8. Harga termasuk biaya

		pengiriman pada konsumen jika secara online.
	Tujuan Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 9. Harga produk Tabita sesuai dengan manfaat yang dirasakan. 10. Fasilitas penunjang yang diberikan sangat memadai.
Promosi	Periklanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk Tabita di upload di media sosial dengan tampilan yang menarik. 2. Saya mengetahui produk Tabita dari brosur yang disebar oleh pemilik butik.
	Penjualan Pribadi	<ol style="list-style-type: none"> 3. Menawarkan produk Tabita di beberapa kalangan terdekat (kerabat, sanak keluarga, dll). 4. Banyaknya orang yang menawarkan produk Tabita pada anda membuat anda menjadi termotivasi untuk menggunakannya.
	Promosi Penjualan	<ol style="list-style-type: none"> 5. Produk Tabita melakukan promosi penjualan melalui diskon, potongan harga dll. 6. Produk Tabita memberikan premi lebih menarik dibandingkan produk lainnya.
	Publisitas	<ol style="list-style-type: none"> 7. Informasi dan penjelasan yang diberikan menarik, jelas dan sesuai dengan kenyataan sehingga saya berminat menggunakannya.
Perilaku konsumen	Faktor Budaya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Toko Tabita mempertahankan eksistensinya sebagai toko penjual busana muslim di tengah maraknya style barat yang seringkali

		bertolak belakang dengan pakaian muslim. 2. Desainnya cocok untuk segala acara.
	Faktor Psikologi	3. Saya termotivasi menggunakan produk Tabita karna lebih nyaman saat dipakai. 4. Saya menggunakan produk Tabita karna bahan yang nyaman dan model yang simpel sehingga banyak peminat untuk membelinya.

E. Analisis Data

Dalam menganalisa hasil penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode kauntitatif asosiatif. Analisa data merupakan kegiatan data dari seluruh responden yang terkumpul. Teknik analisis data merupakan cara untuk menganalisa data yang diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah. Peneliti harus memastikan pola analisis yang digunakan tergantung pada jenis data yang dikumpulkan. Analisa data bertujuan untuk menyusun data dalam cara yang bermakna sehingga dapat dipahami.¹⁵

Dalam penelitian ini, data bersifat kuantitatif yang berwujud angka – angka hasil perhitungan dan pengukuran dianalisis dengan menggunakan analisa statistik sebagai berikut :

¹⁵ Syafizal Helmi Sitomurang, *Analisa Data*, (Medan: USU Press, 2010), hlm. 9

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahan suatu instrument. Validitas menunjukkan seberapa cermat suatu alat tes melakukan fungsi ukurnya atau suatu alat ukur yang dapat mengukur apa yang ingin diukur. Selanjutnya disebutkan validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap item atau instrument (bisa pertanyaan maupun pernyataan) benar-benar mampu mengungkapkan variabel yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu variabel.¹⁶

Untuk mengetahui tingkat validitas dapat dilihat dari *Corrected Item-Total Correlation* yang merupakan korelasi antara skor item dengan skor total item (nilai r_{hitung}) dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} maka item tersebut dikatakan valid.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan

¹⁶ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustakarya, 2009), hlm. 96

oleh instrumen pengukuran. Digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Kuesioner dikatakan reliabel apabila hasil uji statistik Alpha $\alpha > 0,60$. Interpretasinya yaitu sebagai berikut:

- a. Nilai alpha cronbach 0,00 s.d 0.20. berarti kurang reliable
- b. Nilai alpha cronbach 0,21 s.d 0.40. berarti agak reliable
- c. Nilai alpha cronbach 0.42 s.d 0.60. berarti cukup reliable
- d. Nilai alpha cronbach 0.61 s.d 0.80 berarti reliable
- e. Nilai alpha cronbach 0.81 s.d 1.00 berarti sangat reliable.

3) Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data mengalami penyimpangan atau tidak. Uji Asumsi Klasik terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Kemudian

pengolahannya menggunakan aplikasi software SPSS 22.0 dengan perumusan sebagai berikut:

H_0 = data tidak berdistribusi normal

H_1 = data berdistribusi normal

Pendekatan normalitas data apakah berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji Komlogorov-Smirnov. Ketentuan pengujian ini adalah jika probabilitas atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari *level of significant* (α) maka data berdistribusi normal. Jika nilai *Sig.* atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi adalah normal (simetris).³¹ Dengan menggunakan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$, diterima H_1 jika nilai signifikansi $\geq \alpha$ dan tolak H_1 jika nilai signifikansi $\leq \alpha$.

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai

korelasinya antar sesama variabel bebas lain sama dengan nol.

Untuk mendeteksi adanya multiolinieritas, Nugroho menyatakan jika nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10, maka model terbatas dari multiolinieritas.¹⁷ VIF disini maksudnya adalah suatu estimasi berapa besar multiolinieritas. meningkatkan varian pada suatu koefisian estimasi sebuah variabel penjelas. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multiolinieritas, akibatnya dapat menurunkan nilai t.

Hipotesa yang digunakan dalam uji multikolinearitas adalah :

Ho : Tidak ada Multikolinearitas

Ha : Ada Multikolinearitas

Dasar pengambilan keputusannya adalah :

Jika $VIF > 10$ maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Jika $VIF < 10$ maka Ho diterima dan Ha ditolak.

4) Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik

¹⁷ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustakarya, 2009), hlm. 78

adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.¹⁸ Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah variabel pengganggu mempunyai varian yang sama atau tidak. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik Plot antara nilai prediksi variabel bebas (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized. Dasar analisisnya adalah sebagai berikut:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas.

¹⁸Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*,....., hal. 158

Sedangkan untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilihat pola gambar *Scatterplot* model tersebut.

5) Uji Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.¹⁹ Menurut Subagyo dan Djarwanto analisis ini untuk mengetahui besarnya pengaruh harga dan promoai terhadap perilaku konsumen.

Rumus :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + e$$

Keterangan :

Y = Variabel dependent (perilaku konsumen)

a = Konstanta

X₁ = Harga

X₂ = Promotion

e = Error

b₁, b₂, b_n = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependent yang didasarkan pada perubahan variabel independent. Apabila (+) maka terjadi kenaikan, dan apabila (-) maka terjadi penurunan.

¹⁹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*..... hlm. 56

6) Uji Hipotesis

Hipotesis adalah suatu proporsi, kondisi atau prinsip yang dianggap benar dan barangkali tanpa keyakinan, agar bisa ditarik suatu konsekuensi yang logis dan dengan cara ini kemudian diadakan pengujian (testing) tentang kebenarannya dengan mempergunakan fakta-fakta (data) yang ada.²⁰ Hipotesis juga sering dikatakan dengan jawaban sementara terhadap rumusalan masalah penelitian. Untuk menguji data, hipotesis menggunakan tingkat signifikan ditentukan dengan $\alpha = 5\%$.

Pengujian hipotesa secara kuantitatif dapat dilakukan melalui analisa data secara statistika. Untuk itu hipotesa harus dirumuskan dalam bentuk hipotesa nol dan hipotesa alternatif. Dalam analisa data hasil perhitungan statistika hipotesa nol ditolak. Dengan demikian berarti hasil perhitungan statistika yang non signifikan mengharuskan hipotesa alternatif ditolak dan sebaliknya hipotesa nol diterima.

a. Uji Parsial (Uji T)

Untuk mengetahui keterandalan serta kemakmuran dari nilai koefisien regresi, sehingga dapat diketahui apakah pengaruh variabel harga (X_1), Promosi (X_2), terhadap perilaku konsumen (Y), signifikan atau tidak. Kriteria pengujian yang digunakan yaitu : H_0 diterima jika $t_{hitung} <$

²⁰ J. Supranto, *Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1990), hlm. 33

$t_{\text{tabel}} \Rightarrow$ tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga dan promosi terhadap perilaku konsumen. H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} < t_{\text{Tabel}} = >$ ada pengaruh yang signifikan antara harga dan promosi terhadap perilaku konsumen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji salah satu hipotesis di dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama – sama (simultan) terhadap variabel terikat. Hasil uji F dilihat dari tabel ANOVA dalam kolom sig dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka dapat dikatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama – sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- b. Jika nilai probabilitas $> 0,05$, maka dapat dikatakan tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama – sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

7) Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau presentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Apabila analisis yang digunakan adalah regresi sederhana, maka yang digunakan adalah nilai *R square*.

Namun, apabila analisis yang digunakan adalah regresi berganda , maka yang digunakan adalah *Adjusted R Square*.