

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Pendekatan dengan pendekatan kuantitatif didefinisikan sebagai pendekatan yang sifatnya objektif, yaitu meliputi pengumpulan data serta analisis data menggunakan metode pengujian statistik.⁴⁴ Penelitian ini dilaksanakan dengan acuan pendekatan kuantitatif, dengan pertimbangan data yang diteliti akan rumuskan dan dilakukan pengujian dengan data berupa statistik, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan yang akan digunakan untuk menjadi alat uji guna mengukur minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara dua variabel atau lebih, yang mana hubungan variabel dalam penelitian ini adalah hubungan kausal yang bersifat sebab akibat.⁴⁵ Hubungan yang dilaksanakan dalam penelitian ini menguji yaitu variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan

⁴⁴ Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: Grasindo, 2015), hlm. 18

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 11

Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap variabel terikat yaitu Minat Beli Konsumen (Y).

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi dalam kegiatan penelitian didefinisikan sebagai seluruh objek yang ada di wilayah tertentu, dengan kriteria memenuhi syarat ataupun seluruh objek yang berada dalam sebuah wilayah tertentu.⁴⁶ Penentuan jenis populasi ini didasarkan atas permasalahan yang akan diuji berkaitan dengan tanggapan anggota mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian produk pada PT. Gemilang Logam. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian produk pada PT. Gemilang Logam yaitu berjumlah sekitar 150 konsumen. Seperti hal yang diungkap oleh Bapak Yoyon selaku pemilik PT. Gemilang Logam:

“Konsumen yang melakukan pembelian produk disini tidak terlalu banyak kurang lebih sekitar 150 konsumen, karena pada dasarnya konsumen yang melakukan pembelian produk disini mayoritas merupakan konsumen tetap yang melakukan pembelian produk dalam bentuk grosir. Ada juga sebenarnya konsumen yang melakukan pembelian ecer namun sangat jarang sekali.”⁴⁷

⁴⁶ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm. 65

⁴⁷ Wawancara dengan Bapak Yoyon selaku pemilik PT. Gemilang Logam, Pada 10 Desember 2021 Pukul 13.00

2. Sampling

Sampling dalam kegiatan penelitian adalah sebuah cara untuk mengetahui kebaikan atas sebuah pilihan responden yang mewakili atas sebuah objek tertentu.⁴⁸ Teknik Sampling didefinisikan sebagai metode yang dipakai guna menentukan sampel serta ukuran sampel. Penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) dari populasi untuk menjadi anggota dari sampel, dimana teknik pengambilan *simple random sampling* ini mengambil sampel dari populasi dengan cara acak (random) tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi tersebut.⁴⁹ Penelitian ini akan mengambil secara acak sampel dari populasi konsumen PT. Gemilang Logam Tulungagung.

3. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian kecil atas sebuah cara untuk mengetahui perwakilan atas suatu populasi. Sampel yang dipakai pada penelitian ini yaitu konsumen yang melakukan pembelian produk pada PT. Gemilang Logam. Dalam menentukan besarnya sampel dapat dibuat dengan merumuskan data-data yang besarnya menyebabkan ketidakmungkinan. Oleh karena itu pengkajiannya hanya dilakukan untuk pengambilan

⁴⁸ Muhamad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif Dilengkapi dengan Contoh Aplikasi. Proposal Penelitian dan Laporrannya*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), hlm. 162

⁴⁹ Yusfita Yusuf, *Pengantar Dasar Statistika Berbasis Masalah*, (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020), hlm. 24-25

sampel.⁵⁰ Pengukuran jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

E = persentase kelonggaran ketelitian, kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir, e = 10 %.

Jadi, dengan jumlah populasi 150 konsumen, maka untuk ukuran sampel dengan menggunakan taraf kesalahan 10% adalah:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{150}{1+150(0,1)^2}$$

$$n = \frac{150}{2,5}$$

$$n = 60$$

Berdasarkan penghitungan tersebut diketahui jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 60 responden.

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Data merupakan segala informasi yang dijadikan dan diolah untuk kegiatan penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan

⁵⁰ Johan Arifin, *SPSS 24 Untuk Penelitian dan Skripsi*, (Jakarta: Alex Media Computindo, 2017), hlm. 10

keputusan.⁵¹ Secara khusus juga dijelaskan mengenai data yang digunakan dalam penelitian merupakan bentuk atas penggambaran atas variabel penelitian.⁵² Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

a) Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari lokasi penelitian yaitu dengan cara observasi dan wawancara pada PT. Gemilang Logam melalui kuosioner yang diberikan secara langsung kepada responden.

b) Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber tertulis seperti buku, jurnal, majalah, arsip, dan dokumentasi pribadi maupun dokumentasi resmi. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah profil lembaga, dan data penjualan produk.

2. Variabel

Variabel dalam sebuah penelitian dapat dinyatakan sebuah atribut atau objek yang dapat menggambarkan mengenai sebuah perwakilan atas objek penelitian, objek-objek ini saling berhubungan satu dengan yang lainnya yang kemudian dikaji hubungannya. Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

⁵¹ Muhamad, *Metodologi Penelitian*, hlm. 97

⁵² Purwanto, *Statistika Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hlm. 41.

a. Variabel Independen

Variabel independen didefinisikan sebagai variabel yang dapat mempengaruhi ataupun yang menjadi penyebab adanya variabel dependen. Variabel independen yang digunakan yaitu Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel independen.⁵³ Variabel dependen yang digunakan yaitu Minat Beli Konsumen (Y).

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran mempunyai arti yaitu suatu angka petunjuk pada variabel penelitian menurut aturan yang telah ditentukan. Skala pengukuran yang dipakai yaitu skala ordinal yang tujuannya adalah untuk memilah antara kategori dari suatu variabel dengan tingkatan skala lainnya. Skala pengukuran ini menjadi sebuah hal penting dalam menentukan cara pengukuran data-data yang diperoleh.⁵⁴

Penelitian ini menggunakan skala ukur *likert*, merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial yang dijabarkan pada indikator variabel, dimana skala ini memiliki 5 pilihan jawaban penelitian.⁵⁵

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian*, hlm. 38

⁵⁴ *Ibid.*, hlm. 92

⁵⁵ Slamet Riyanto & Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*, (Sleman: CV Budi Utama, 2012), hlm. 24

Penentuan pilihan dalam skala *likert* yaitu sebanyak 5 poin menjadi bentuk jawaban tertutup atas pilihan yang telah ditentukan dalam sebuah angket penelitian. Berikut skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.1
Pemeringkatan Skala Likert

No	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu	R	3
4	Kurang setuju	KS	2
5	Sangat tidak setuju	STS	1

Pilihan skala likert dalam penelitian ini didasarkan kepada kemudahan dalam penggunaan skala ini, karena menunjukkan dan menggambarkan pilihan jawaban yang variatif dan dapat mewakili populasi atas kegiatan penelitian yang dilaksanakan.

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mempunyai arti yaitu prosedur maupun tata cara seorang peneliti agar mendapatkan data yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan yaitu menggunakan kuesioner kepada konsumen pada PT. Gemilang Logam.

a. Angket/Kuesioner

Angket/kuesioner dalam penelitian kuantitatif merupakan sebuah cara pengumpulan data utama, karena dengan teknik ini maka peneliti

akan mengumpulkan data-data utamanya dan dapat bersinggungan secara langsung dengan responden dengan menggunakan media angket, peneliti juga dapat mengetahui bagaimana tanggapan responden atas pernyataan-pertanyaan penelitian.

b. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian kuantitatif menjadi sebuah langkah penting dalam pengumpulan data-data pendukung terlepas dari angket penelitian yang disebarkan. Metode dokumentasi pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui jumlah konsumen, profil lembaga, beserta latar belakang PT. Gemilang Logam.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian kuantitatif merupakan sebuah alat yang dipakai atau dimanfaatkan guna membantu proses penelitian dalam mengamati suatu fenomena. Instrumen penelitian ditentukan guna membantu proses analisis pada masing-masing variabel penelitian, mulai dari Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Minat Beli Konsumen (Y).

Adapun instrumen yang digunakan oleh peneliti adalah:

Tabel 3.2

Kisi-kisi Instrumen

Variabel Penelitian	Indikator	Item Pernyataan
Kualitas Produk	Estetika (<i>esthetica</i>)	Produk pada PT. Gemilang Logam dikemas dengan kemasan yang menarik.

Deny Irawan ⁵⁶	Kinerja (<i>performance</i>)	Produk pada PT. Gemilang Logam memenuhi keinginan dari para pelanggan untuk melakukan pembelian.
	Kesesuaian (<i>conformance</i>)	Produk pada PT. Gemilang Logam disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.
	Daya tahan (<i>durability</i>)	Produk pada PT. Gemilang Logam memiliki daya tahan produk yang terjamin.
	Kualitas yang dipersepsikan (<i>perceived quality</i>)	Produk pada PT. Gemilang Logam menggunakan bahan baku yang berkualitas.
Harga Dedi ⁵⁷	Keterjangkauan harga	Harga produk pada PT. Gemilang Logam lebih terjangkau.
		Harga produk pada PT. Gemilang Logam bervariasi.
	Harga bersaing	Dengan kualitas produk yang sama harga produk pada PT. Gemilang Logam lebih rendah dibandingkan dengan usaha peralatan dapur lainnya.
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang diberikan pada PT. Gemilang Logam sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga yang ditawarkan pada PT. Gemilang Logam sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen.
Kualitas Pelayanan Nirwana ⁵⁸	Berwujud (<i>tangible</i>)	PT. Gemilang Logam memiliki layanan fasilitas fisik yang memadai termasuk toilet dan mushola.
	Kehandalan (<i>reability</i>)	PT. Gemilang Logam memiliki pelayanan yang ramah dalam melayani konsumen.
	Ketanggapan (<i>responsiveness</i>)	PT. Gemilang Logam memiliki pelayanan yang tanggap dalam melayani konsumen.

⁵⁶ Deny Irawan dan Edwin Japarianto. "Analisa Pengaruh", hlm. 2

⁵⁷ Dedi Ansari Harahap, "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (Pajus) Medan", Universitas Islam Sumatera Utara: *Ejurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol. 7 No. 3, 2015, hlm. 232

⁵⁸ Sendi Satriadi, "Tingkat Kualitas Pelayanan.....", hlm. 59

	Jaminan (<i>assurance</i>)	PT. Gemilang Logam memiliki layanan jaminan yang baik agar konsumen merasa puas dalam membeli produk.
	Empati (<i>empathy</i>)	PT. Gemilang Logam memiliki keserius dalam menanggapi keluhan dan permintaan dari konsumen.
Minat Beli Alvin ⁵⁹	Minat transaksional	Saya sudah benar-benar memiliki minat untuk membeli produk pada PT. Gemilang Logam.
	Minat referensial	Saya telah mereferensikan produk terhadap konsumen yang lain untuk mempengaruhi membeli produk pada PT. Gemilang Logam.
		Saya akan menjadikan produk pada PT. Gemilang Logam sebagai prioritas pilihan yang pertama dalam pembelian alat dapur dibandingkan dengan tempat pembelian alat dapur lainnya.
	Minat preferensi	Saya sudah memiliki referensi mengenai produk pada PT. Gemilang Logam yang saya inginkan.
Minat eksplorasi	Saya mencari informasi lebih lanjut terkait produk pada PT. Gemilang Logam yang saya inginkan.	

E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan usaha pengelolaan data menjadi sebuah informasi, sehingga menjadikan karakter serta sifat data dapat dengan mudah

⁵⁹ Alvin Yeremia Effendy dan Yohanes Sondang Kunto, "Pengaruh Customer Value Proposition Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Consumer Pack Premium Baru Bogasari", Universitas Kristen Petra: *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol. 1 No. 2, 2019, hlm. 3

dipahami serta bermasalah guna menjawab permasalahan yang memiliki kaitan dengan kegiatan penelitian.⁶⁰

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat keabsahan dan kevalidan suatu instrumen. Instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari variabel yang dimaksud. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r -hitung dengan nilai r -tabel. Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 0,1$, maka kriteria pengujinya sebagai berikut:⁶¹

1. Bila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pertanyaan valid
2. Bila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pertanyaan tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas memiliki tujuan yaitu untuk melihat bagaimana hasil pengukuran untuk senantiasa stabil apabila dilakukan pengukuran sebanyak 2 kali atau lebih pada indikator yang sama dengan menggunakan

⁶⁰ Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhibin, *Analisis Korelasi, Regresi & Jalur dalam Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2019), hlm. 52

⁶¹ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), hal. 75-77

alat ukur yang sama juga.⁶² Reliabilitas instrument diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* diukur berdasarkan skala *Cronbach's Alpha 0* sampai 1.

Sesuai dengan yang dikemukakan oleh Triton⁶³ bahwa skala itu dikelompokkan menjadi lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai *Cronbach's Alpha* 0,00 sampai dengan 0,20 berarti kurang reliabel.
- 2) Nilai *Cronbach's Alpha* 0,21 sampai dengan 0,40 berarti agak reliabel.
- 3) Nilai *Cronbach's Alpha* 0,41 sampai dengan 0,60 berarti cukup reliabel.
- 4) Nilai *Cronbach's Alpha* 0,61 sampai dengan 0,80 berarti reliabel.
- 5) Nilai *Cronbach's Alpha* 0,81 sampai dengan 1,00 berarti sangat reliabel.

⁶² *Ibid.*, hlm. 87

⁶³ Moh. Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), hlm.65

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan guna melihat normal atau tidak distribusi data. Apabila data yang dipakai berdistribusi normal maka bisa menggunakan uji statistik berjenis parametric. Sementara itu untuk data yang berdistribusi tidak normal maka uji yang digunakan yaitu uji nonparametrik.

Uji normalitas menggunakan pendekatan Kolmogorov Smirnov memiliki ketentuan sebagai berikut :

- 1) *Asympz. Sig (2-tailed)* > taraf signifikansi maka data berdistribusi normal.
- 2) *Asymp. Sig (2-tailed)* < taraf signifikansi maka data berdistribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) uji ini bertujuan untuk menguji apakah dengan model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai toleransi dan lawannya serta *variance inflation factor* (VIF). Jadi nilai toleransi yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi ($VIF = 1/Tolerance$). Kriteria yang digunakan adalah:⁶⁴

⁶⁴ Ajat Rujakat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 18

1. Jika nilai VIF $< 10,00$, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas.
2. Jika nilai Tolerance $> 0,100$, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kondisi dimana terjadi ketidaksamaan varians dari residual antara satu pengamat lainnya dalam model regresi. Sedangkan jika terjadi varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tidak mengalami perubahan atau tetap maka disebut homoskedastisitas. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat *Scatterplot* dengan dasar analisis sebagai berikut ini:⁶⁵

- 1) Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang akan membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Regresi Linier Berganda

Regresi linier memiliki arti yaitu alat ukur yang dipakai untuk memproyeksikan permintaan pada masa yang akan datang dengan menggunakan data terdahulu, guna melihat pengaruh dari variabel

⁶⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 21, Edisi 7*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hlm.139

independen terhadap variabel dependen. Uji statistik yang dipakai adalah menggunakan regresi linier berganda. Rumus yang dipakai dalam menghitung regresi linier berganda adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Beli Konsumen pada PT. Gemilang Logam
(Variabel Terikat)

α = Konstanta

$\beta_1\beta_2\beta_3$ = Koefisien Regresi

x_1 = Kualitas Produk (Variabel Bebas)

x_2 = Harga (Variabel Bebas)

x_3 = Kualitas Pelayanan (Variabel Bebas)

e = Standar Error

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara sama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakan uji anova atau F-test. Sedangkan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan uji t-statistik.

a. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independent berpengaruh atau tidaknya secara signifikan terhadap variabel dependent. Dalam penelitian ini, uji F secara simultan (bersama-

sama) digunakan untuk menguji signifikansi kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen. Adapun kriteria pengujian untuk uji F yakni dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} sebagai berikut:⁶⁶

- 1) Jika hasil $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya setiap variabel independent tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent.
- 2) Jika hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya setiap variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent.

Selain itu uji F dapat diketahui dengan melihat perbandingan dari taraf signifikansi 0,1 (α : 10%). yaitu:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,1$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti setiap variabel independent terdapat pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,1$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti setiap variabel independent tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent.

b. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independent berpengaruh atau tidaknya secara signifikan terhadap

⁶⁶ Sofyan Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), hlm. 305-306

variabel dependent. Dalam penelitian ini, uji t secara parsial digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen. Adapun kriteria pengujian untuk uji T yakni dengan membandingkan antara T_{hitung} dengan T_{tabel} adalah sebagai berikut:⁶⁷

- 1) Jika hasil $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya setiap variabel independent tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent.
- 2) Jika hasil $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya setiap variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent.

Selain itu uji T dapat diketahui dengan melihat perbandingan dari taraf signifikansi 0,1 (α : 10%). yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,1$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yaitu variabel independent tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent.
- 2) Jika signifikansi $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yaitu variabel independent berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel besar

⁶⁷ *Ibid.*, hlm. 303-304

kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. R^2 semakin kuat jika mendekati 1, sedangkan R^2 semakin lemah jika mendekati 0. Apabila nilai determinan kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Apabila nilai determinan besar maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat bagus.⁶⁸

⁶⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: UNDIP, 2009), hlm.97