

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik.⁸⁶ Dimana data yang digunakan dalam penelitian berupa angka-angka sebagai alat untuk menganalisis keterangan mengenai hal hal yang ingin diketahui. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang struktur dan mengkuantifikasikan data untuk digeneralisasikan.⁸⁷ Penyusunan harus terencana dan terstruktur secara jelas dari awal hingga akhir, yaitu mulai dari tujuan penelitian, subjek dan objek penelitian, sampel penelitian, sumber data, metode pengumpulan data hingga menganalisis data. Dalam penelitian ini, metode kuantitatif digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga, lokasi dan keragaman produk terhadap minat beli konsumen.

2. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif, dimana penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel

⁸⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hal. 7.

⁸⁷ Muslich Anshori Sri Iswati, *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan UNAIR (AUP), 2009), hal. 13.

atau lebih.⁸⁸ Hubungan antar variabel disini adalah hubungan kausalitas (sebab akibat) yang ditimbulkan dari pengaruh variabel harga (X1), lokasi (X2), dan keragaman produk (X3) terhadap variabel minat beli konsumen (Y).

B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek atau totalitas subjek penelitian yang dapat berupa orang, benda, suatu hal yang di dalamnya dapat diperoleh dan atau dapat memerikan informasi (data) penelitian.⁸⁹ Maka, populasi tidak hanya meliputi orang, melainkan juga meliputi objek dan benda-benda alam lainnya. Populasi ini nantinya dijadikan sebagai bahan penelitian yang akan diuji pengaruhnya yang ditimbulkan dari variabel-variabel penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini, yaitu konsumen pada Kopi Ruang Temu Tulungagung.

2. Sampling dan Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari Populasi. Kalimat ini memiliki 2 makna, pertama semua unit populasi harus memiliki peluang untuk terambil sebagai unit sampel, dan yang kedua sampel dilihat sebagai praduga populasinya atau sebagai populasi dalam bentuk kecil.⁹⁰ Teknik

⁸⁸ Albert Kurniawan, *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 44.

⁸⁹ Eddy Roflin, Iche Andriyani Liberty dan Pariyana, *Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran*, (Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2021), hal. 5.

⁹⁰ *Ibid.*, hal. 11.

sampling atau teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* secara *accidental sampling* atau *sampling insidental*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan.⁹¹ Jadi, konsumen di Kopi Ruang Temu Tulungagung yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti bisa digunakan sebagai sampel, apabila konsumen yang ditemui tersebut dianggap cocok untuk dijadikan sebagai sumber data atau informasi.

3. Sampel Penelitian

Sampel penelitian merupakan bagian dari jumlah populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini mengambil sampel dari populasi konsumen yang melakukan pembelian di Kopi Ruang Temu Tulungagung. Mengingat adanya keterbatasan biaya dan waktu dalam penelitian, maka tidak memungkinkan untuk meneliti keseluruhan populasi dan hanya sebagian konsumen yang diteliti. Pengambilan sampel menggunakan rumus *lemeshow* karena jumlah populasi yang tidak diketahui, maka dari itu digunakan rumus *lemeshow* sebagai berikut:⁹²

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} P(1 - P)}{d^2}$$

⁹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hal. 80.

⁹² Galih Priyambodo, Pengaruh Marketing Public Relations Tools Dbl Academy Terhadap Brand Awareness Pada Orang Tua Yang Memiliki Anak Usia 5-15 Tahun Di Surabaya, (*Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian*), Vol. 2, No. 1, 2019), hal. 10.

Keterangan:

n = Jumlah sampel

$Z^2_{1-\alpha/2}$ = Z adalah skor pada $1-\alpha/2$ tingkat kepercayaan

p = Estimasi proporsinya

d = Presisi yang digunakan

Karena jumlah populasinya tidak diketahui. Maka diperlukan tabel tingkat kepercayaan untuk menentukan besar sampel penelitian. Terdapat 3 tingkat kepercayaan/*confidence* yang bisa digunakan, yakni 90% (1,645), 95% (1,960), dan yang paling tinggi 99% (2,576). Kemudian agar bisa menentukan nilai $P(1-p)$ bisa dilihat melalui tabel:

Tabel 3.1 Nilai P dan P(1-p)

P	P(1-p)
0,5	0,25
0,4	0,24
0,3	0,21
0,2	0,16
0,1	0,09

Berikutnya peneliti memilih nilai P 0,5 dalam menentukan jumlah sampel. Lemeshow menyatakan “*choosing 0.5 for P in the formula for sample size will always provide enough observations*”. Menggunakan nilai P 0,5 sudah cukup memenuhi persyaratan untuk menentukan

besaran sampel. Presisi yang digunakan adalah 0,1 (d). Berdasarkan rumus *lemeshow*, dihasilkanlah perhitungan sebagai berikut :

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

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Sehingga didapatkan hasil sampel 96,04. Dari hasil tersebut dibulatkan dan menjadi 100. Dengan demikian penelitian ini jumlah sampelnya adalah 100 responden.

C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Menurut sumbernya, data penelitian dikelompokkan menjadi dua yakni data primer dan data sekunder, berikut penjelasan dari data primer dan data sekunder:

a. Data Primer

Data jenis ini merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data utama.⁹³ Maka, untuk memperoleh data primer, peneliti harus

⁹³ Enny Radjab dan Andi Jam'an, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar, 2017), hal. 110.

mengumpulkannya secara langsung dengan melakukan penelitian di lapangan, yaitu dengan cara melakukan penyebaran kuesioner (angket) kepada beberapa konsumen di Kopi Ruang Temu Tulungagung.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya. Data sekunder biasanya berwujud data dokumentasi atau data laporan yang telah tersedia.⁹⁴ Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari Kopi Ruang Temu Tulungagung.

2. Variabel

Sesuai dengan judul penelitian, dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu:

a. Variabel Independen atau Variabel Bebas (Variabel X)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah harga (X1), lokasi (X2), dan keragaman produk (X3).

b. Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Variabel Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli konsumen (Y).

3. Skala Pengukuran

⁹⁴ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011), hal. 91.

Salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner (angket). Dalam penelitian ini skala pengukuran menggunakan skala *likert*, yaitu skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap, pandangan, ataupun persepsi dari responden dalam merespon pernyataan-pernyataan terkait indikator-indikator dari variabel penelitian yang sedang diukur.⁹⁵ Jadi, skala likert ini digunakan untuk mengukur sikap, pandangan, dan persepsi dari konsumen di Kopi Ruang Temu Tulungagung terkait harga, lokasi, dan keragaman produk. Terdapat lima kategori skor dalam skala likert yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
- b. Setuju (S) diberi skor 4
- c. Kurang Setuju (KS) diberi skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh data atau informasi yang akurat dan nantinya akan dijadikan sebagai

⁹⁵ Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Sleman: Aswaja Persindo, 2015), hal. 183-184.

bahan penelitian. Berikut teknik yang digunakan dalam penelitian ini:

a. Kuesioner atau Angket

Kuesioner (angket) yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan kepada responden untuk memperoleh jawaban.⁹⁶ Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, dimana alternatif jawaban telah disediakan oleh peneliti. Jadi, responden hanya perlu memilih salah satu dari alternatif jawaban tersebut dengan memberikan tanda checklist (√). Kuesioner ini akan dibagikan kepada beberapa konsumen di Kopi Ruang Temu Tulungagung.

b. Dokumentasi

Dokumen yaitu berasal dari kata dokumen yang memiliki arti barang-barang tertulis.⁹⁷ Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data historis yang diperlukan sebagai sumber informasi dalam penelitian. Dengan kata lain, teknik ini digunakan untuk memperoleh data sekunder, berupa data penjualan produk di Kopi ruang Temu Tulungagung 1 tahun terakhir. Jadi data ini diperoleh dari catatan penjualan di Kopi Ruang Temu Tulungagung, yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti,

⁹⁶ Iwan Fachrozi, dkk, *Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Olahraga*, (Malang: Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Malang, 2020), hal. 22.

⁹⁷ *Ibid.*, hal. 44.

sehingga dapat digunakan untuk memperkuat penelitian yang dilakukan.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah pedoman tertulis tentang wawancara, pengamatan, dan pertanyaan yang disiapkan untuk mendapatkan informasi.⁹⁸ Instrumen penelitian didasarkan pada perumusan masalah yang dikaji oleh peneliti. Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* pada kuesioner (angket) yang disebarakan kepada responden. Penggunaan skala *likert* ini sebagai tolak ukur atas sikap, pandangan, ataupun persepsi dari responden dalam melihat objek penelitian. Instrumen yang digunakan pun harus valid dan reliabel agar data kuantitatif yang dihasilkan dapat akurat. Maka, untuk memudahkan dalam pembuatan kuesioner, diperlukan kisi-kisi instrumen dari masing-masing variabel sebagai berikut.

Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Harga (X₁)

Variabel	Indikator	Pernyataan	No. Item
Harga	Kesesuaian harga dengan kualitas produk.	Menurut saya harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.	1
		Menurut saya Kopi Ruang Temu menyediakan produk-produk dengan kualitas baik dengan harga cukup murah.	2

⁹⁸ Ovan dan Andika Saputra, *CAMI: Aplikasi Uji Validasi dan Rentabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*, (Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020), hal. 1.

		Menurut saya harga yang ditawarkan Kopi Ruang Temu beragam sesuai dengan varian produk.	3
	Perbandingan harga produk	Menurut saya harga yang ditawarkan Kopi Ruang Temu memiliki persamaan dengan harga yang ditawarkan <i>coffee shop</i> lainnya.	4
		Menurut saya harga produk Kopi Ruang Temu dapat bersaing dengan produk lain.	5
		Menurut saya harga produk yang ditawarkan Kopi Ruang Temu cukup rendah.	6
	Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan	Menurut saya harga produk Kopi Ruang Temu sebanding dengan manfaat yang saya rasakan.	7
		Saya merasa harga yang ditawarkan di Kopi Ruang Temu sesuai dengan kemampuan beli saya.	8
		Menurut saya harga di Kopi Ruang Temu wajar dibandingkan dengan hasil yang saya dapatkan.	9

Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Lokasi (X₂)

Variabel	Indikator	Pernyataan	No. Item
Lokasi	Lokasi yang strategis	Menurut saya Kopi Ruang Temu memiliki tempat yang strategis.	10
		Menurut saya sarana dan prasana menuju Kopi Ruang Temu sangat mudah dijangkau.	11
		Menurut saya lokasi Kopi Ruang Temu dapat ditemukan dengan mudah.	12
		Kopi Ruang Temu berada di dekat jalan raya.	13

	Kesediaan lahan parkir	Menurut saya Kopi Ruang Temu menyediakan lahan parkir yang cukup luas.	14
		Menurut saya tempat parkir pada Kopi Ruang Temu cukup aman.	15
	Lingkungan	Kopi Ruang Temu berada didekat pusat keramaian.	16
		Menurut saya lingkungan di sekitar Kopi Ruang Temu cukup tenang.	17
		Menurut saya Kopi Ruang Temu memiliki tempat yang nyaman.	18
		Menurut saya Kopi Ruang Temu memiliki tempat yang mudah diakses.	19

**Tabel 3.4 Kisi-Kisi Instrumen Variabel
Keragaman Produk (X3)**

Variabel	Indikator	Pernyataan	No. Item
Keragaman Produk	Variasi Ukuran Produk	Menurut saya pilihan ukuran produk yang ditawarkan di Kopi Ruang Temu bervariasi.	20
		Menurut saya variasi ukuran produk yang ditawarkan pada Kopi Ruang Temu sesuai keinginan konsumen.	21
	Kualitas Produk	Menurut saya Kopi Ruang Temu menggunakan bahan baku yang berkualitas.	22
		Menurut saya kualitas produk yang ditawarkan di Kopi Ruang Temu sesuai dengan keinginan konsumen.	23
		Menurut saya Kopi Ruang Temu menawarkan beragam varian produk minuman dan makanan dengan kualitas rasa yang enak.	24
	Merk Produk	Menurut saya brand Kopi Ruang Temu mempunyai citra baik di masyarakat.	25

		Menurut saya brand Kopi Ruang Temu menyediakan produk minuman dan makanan dengan rasa yang khas.	26
	Kelengkapan Produk	Menurut saya Kopi Ruang Temu menawarkan beragam varian produk minuman dan makanan.	27
		Menurut saya produk yang ditawarkan di Kopi Ruang Temu cukup lengkap.	28

Tabel 3.5 Kisi-Kisi Instrumen Minat Beli Konsumen (Y)

Variabel	Indikator	Pernyataan	No. Item
Minat beli Konsumen	Minat transaksional	Saya tertarik untuk membeli produk di Kopi Ruang Temu karena tersedia banyak varian produk.	29
		Saya tertarik untuk membeli produk di Kopi Ruang Temu karena memiliki cita rasa yang enak.	30
	Minat referensial	Saya akan mereferensikan produk di Kopi Ruang Temu kepada orang lain.	31
		Saya akan mereferensikan kepada orang lain untuk mengunjungi Kopi Ruang Temu.	32
	Minat preferensial	Saya memilih Kopi Ruang Temu dalam kebutuhan dan keinginan saya akan kegiatan seperti mengerjakan tugas ataupun sekedar ngopi.	33
		Kopi Ruang Temu lebih menarik perhatian saya.	34
	Minat Eksploratif	Saya menanyakan informasi Kopi Ruang Temu kepada orang yang sudah pernah berkunjung.	35
		Saya mencari informasi mengenai produk melalui media sosial instagram Kopi Ruang Temu.	36

E. Teknik Analisis Data

Setelah data dari responden dan sumber data lain terkumpul, maka dilakukan analisis data guna menemukan jawaban dari rumusan masalah yang ada dan menguji hipotesis yang telah diajukan. Dikarenakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, maka teknik analisis datanya menggunakan statistik dan diuji dengan *IBM SPSS Statistics 26*. Terdapat beberapa teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keabsahan suatu instrumen penelitian. Alat ukur atau sebuah instrumen yang akan dilakukan penelitian untuk menjadi alat ukur yang bisa diterima salah satunya harus melalui uji validitas.⁹⁹ Jadi, uji validitas digunakan untuk menguji sah atau valid tidaknya instrumen penelitian yang berupa item-item pernyataan dalam kuesioner (angket). Selain itu, uji validitas juga bertujuan untuk mengetahui kualitas dari instrumen penelitian terhadap objek yang akan diteliti.

Suatu instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat mengukur serta mengungkapkan data dari variabel secara

⁹⁹ Aziz Alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*, (Surabaya: Health Books Publishing, 2021), hal. 12.

tepat dan tidak menyimpang dari keadaan yang sesungguhnya. Dalam mengambil keputusan pada uji validitas dapat dilakukan dengan cara membandingkan r hitung dengan r tabel. Apabila r hitung $>$ r tabel, berarti item dinyatakan valid. Namun, apabila r hitung $<$ r tabel, berarti item dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih.¹⁰⁰ Jadi, uji reliabilitas digunakan untuk menguji reliabel atau tidaknya instrumen penelitian yang berupa item-item pernyataan dalam kuesioner (angket). Instrumen yang baik tidak hanya valid, namun juga harus reliabel.

Instrumen dikatakan reliabel apabila instrumen tersebut digunakan secara berulang, tetapi menunjukkan hasil pengukuran yang sama. Dalam mengambil keputusan pada uji reliabilitas ini dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha* (α) yang diukur berdasarkan skala *Cronbach Alpha* dari 0 sampai dengan 1. Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60.¹⁰¹

¹⁰⁰ Ovan dan Andika Saputra, *CAMI: Aplikasi Uji Validasi dan Rentabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web...*, hal. 4.

¹⁰¹ Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi Mudah dengan IBM SPSS*, (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2019), hal. 175.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan pengujiannya dapat dipercaya. Model regresi yang baik seharusnya memenuhi beberapa asumsi klasik, diantaranya data terdistribusi normal, serta tidak terdapat multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Maka, dilakukan pengujian sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam mengambil keputusan pada uji normalitas dapat dilakukan dengan cara berikut:

1) Uji *Kolmogorov Smirnov*:

- a) Apabila nilai Sig. $> 0,05$; berarti data terdistribusi normal.
- b) Apabila nilai Sig. $< 0,05$; berarti data tidak terdistribusi normal.

2) Grafik Normal *P-P Plot*:

- a) Jika titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, berarti data terdistribusi normal.

- b) Jika titik-titik data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, berarti data tidak terdistribusi normal.¹⁰²

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang kuat antara variabel-variabel independen (bebas) dalam model regresi.¹⁰³ Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi antar variabel harga, lokasi, dan keragaman produk.

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas. Hal ini dikarenakan jika terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen, maka hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen akan menjadi terganggu. Dalam mengambil keputusan pada uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan cara berikut:

- 1) Membandingkan nilai *Tolerance* dengan 0,10:
 - a) Apabila nilai *Tolerance* > 0,10; berarti tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

¹⁰² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25, Edisi 9*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), hal. 161.

¹⁰³ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hal. 120.

- b) Apabila nilai *Tolerance* $< 0,10$; berarti terjadi multikolinearitas dalam model regresi.
- 2) Membandingkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan 10:
- a) Apabila nilai VIF < 10 , berarti tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.
 - b) Apabila nilai VIF > 10 , berarti terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual pengamatan yang satu ke pengamatan yang lainnya.¹⁰⁴ Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam mengambil keputusan pada uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara berikut:

- 1) Uji *Park*:
 - a) Apabila nilai Sig. $> 0,05$; berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.
 - b) Apabila nilai Sig. $< 0,05$; berarti terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

¹⁰⁴ *Ibid.*, hal. 122.

- 2) Grafik *Scatterplot*, tidak terjadi heteroskedastisitas jika:
- a) Titik-titik data tidak mengumpul.
 - b) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.
 - c) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak membentuk pola.¹⁰⁵

3. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk menguji bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (terikat), apabila dua atau lebih variabel independen (bebas) sebagai faktor prediktor dinaikkan turunkan nilainya. Dengan kata lain, uji regresi linear berganda digunakan untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, uji regresi linear berganda digunakan untuk menguji hubungan antara variabel harga, lokasi, dan keragaman produk dengan variabel minat beli konsumen. Adapun persamaan linear berganda dalam penelitian ini, yaitu:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Beli Konsumen

X1 = Harga

¹⁰⁵ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, (Ponorogo: Wade Group, 2017), hal. 129

X2	= Lokasi
X3	= Keragaman Produk
α	= Konstanta
b ₁ , b ₂ , b ₃	= Koefisien Regresi dari Variabel X ₁ , X ₂ , X ₃
e	= <i>error of term</i>

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji secara Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial atau sendiri-sendiri antara variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat).¹⁰⁶ Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah harga, lokasi, dan keragaman produk secara parsial atau sendiri-sendiri berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Dalam mengambil keputusan pada uji t ini dapat dilakukan dengan cara berikut:

- 1) Membandingkan t hitung dengan t table:
 - a) Apabila t hitung > t tabel maka H₀ ditolak dan H_a diterima, berarti variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
 - b) Apabila t hitung < t tabel maka H₀ diterima dan H_a ditolak, berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

¹⁰⁶ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 141.

2) Membandingkan nilai Sig. dengan 0,05:

- a) Apabila nilai Sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Apabila nilai Sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji F (Uji secara Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat).¹⁰⁷ Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah harga, lokasi, dan keragaman produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Dalam mengambil keputusan pada uji F ini dapat dilakukan dengan cara berikut:

1) Membandingkan F hitung dengan F tabel:

- a) Apabila F hitung $> F$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Apabila F hitung $< F$ tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

¹⁰⁷ *Ibid.*, hal 142.

2) Membandingkan nilai Sig. dengan 0,05:

- a) Apabila nilai Sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Apabila nilai Sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen (bebas).¹⁰⁸ Uji koefisien determinasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur seberapa besar perubahan atau variasi variabel harga, lokasi, dan keragaman produk dapat menjelaskan perubahan atau variasi dari variabel minat beli konsumen.

Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0-1. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Namun, apabila nilai koefisien determinasi mendekati 1, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua

¹⁰⁸ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hal. 142.

informasi informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.¹⁰⁹

Nilai koefisien determinasi dapat diukur oleh nilai R Square atau Adjusted R Square. Nilai R Square digunakan jika dalam penelitian menggunakan satu variabel independen (model regresi sederhana), sedangkan nilai Adjusted R Square digunakan jika dalam penelitian menggunakan variabel independen lebih dari satu (model regresi berganda). Dikarenakan penelitian ini termasuk model regresi berganda, maka yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai Adjusted R Square.

¹⁰⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25, Edisi 9*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), hal. 97.