

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis pendekatan

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variable bebas (*Independen*) terhadap variabel terkait (*dependen*).⁷⁷ Penelitian ini menggunakan kuesioner, angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol dan mempunyai hasil yang sesuai dengan objek yang ada di lapangan.

Menurut Tanzeh pada bukunya, pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, dan membangun fakta, menunjukkan gabungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku formal, dan dirancang sematang mungkin sebelumnya.⁷⁸

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini menggunakan jenis survey. Penelitian survei adalah metode penelitian yang mengkaji populasi yang besar dengan menggunakan metode sampel yang memiliki tujuan untuk mengetahui perilaku, karakteristik,

⁷⁷ Sugiono, *Statistikk Untuk Peneletian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hal.11

⁷⁸ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Teras. 2009), hal.99

dan membuat deskripsi serta kesimpulan yang ada dalam populasi tersebut. Dalam penelitian *surve*, informasi yang dikumpulkan menggunakan angket atau kuesioner. Penelitian ini digolongkan dalam penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan dua variabel atau lebih.⁷⁹ Variabel yang diangkat dalam penelitian ini meliputi variabel bebas (X₁, X₂, X₃, X₄) dan variabel terkait (Y). Variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah kualitas produk, persepsi harga, lokasi, dan promosi *word of mouth* sedangkan variabel terkait (Y) adalah keputusan pembelian terhadap konsumen di warung Bakso Bibit.

B. Populasi, sampling dan sampel penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.⁸⁰ Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan dari obyek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup dan sebagainya, sehingga obyek-obyek ini dapat menjadi sumber penelitian.⁸¹ Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen warung bakso Pak Bibit.

⁷⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung:Alfabeta, 2007), Hal.12

⁸⁰ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Yogyakarta: UPEE-UMY, 2005), hal.97

⁸¹ Burhan Pungin, *Metode Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Kencana, 2005) hal.99

2. Sampling

Pada penelitian ini menggunakan sampling dengan kuota yang mana untuk teknik menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai dengan jumlah yang sudah ditentukan. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik sampel *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang anggota populasinya tidak mempunyai peluang yang sama untuk menjadi anggota sampel. Teknik pengambilan sampel *Nonprobability Sampling* peneliti menggunakan *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono, *Accidental Sampling* adalah teknik pengumpulan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila di pandang orang yang ditemui cocok sebagai sumber data.⁸² Untuk penelitian ini mengambil sampel sesuai dengan karakteristik yang ditentukan yaitu pada para konsumen atau pelanggan warung bakso Pak Bibit. Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus *lemeshow* oleh Stanley Lemeshow, karena populasi belum diketahui. Berikut rumus *lemeshow* yang digunakan dalam penelitian ini⁸³:

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

⁸² Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung:Alfabeta, 2015), hal.121

⁸³ 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 Galih Priyambodo*. Tahun 2019, hal.10

3. Sampel penelitian

Menurut Sugiyono, sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari keseluruhan subyek atau obyek penelitian yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili. Ketetapan jenis dan jumlah anggota sampel yang diambil akan sangat mempengaruhi keterwakilan (*representativeness*) sampel terhadap populasi. Keterwakilan populasi akan sangat menentukan kebenaran kesimpulan dari hasil penelitian.⁸⁴ 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 belum diketahui, maka dari itu digunakan rumus Lemeshow sebagai berikut⁸⁵ :

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

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 populasi belum diketahui maka, diperlukan tingkat kepercayaan untuk menentukan besar sampel penelitian. Terdapat

⁸⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal.121

⁸⁵ *Ibid*, Galih Priyambodo, hal.10.

tingkat kepercayaan/confidence yang bisa digunakan, yaitu 90% (1.645), 95% (1.96), dan yang paling tinggi 99% (2.576). Agar bisa melihat nilai p (1-p) bisa dilihat melalui tabel :

Tabel 3.1
Nilai 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

Peneliti memilih nilai P 0,5 dalam menentukan jumlah sampel. Lemeshow menyatakan “*choosing 0.5 for OP in the formula for sampel size will always provide enough observations*”. Menggunakan nilai P 0.5 sudah cukup memenuhi persyaratan untuk menentukan besaran sampel. Persisi yang digunakan adalah 0.1 (d). Berdasarkan rumus lemeshow, dihasilkan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96 \cdot 0.5 (1 - 0.5)}{0.1^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0.25}{0.01}$$

$$n = 96.04$$

Sehingga didapatkan hasil sampel 96.04. Dari hasil tersebut dibulatkan menjadi 96. Dengan demikian, jumlah sampel dalam

penelitian ini ditentukan sebanyak minimal 96 sampel yang cukup untuk mewakili populasi.

C. Sumber data, variabel dan skala pengukuran

1. Sumber data

a. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan skunder.⁸⁶ Data yang diperoleh langsung dari para konsumen warung bakso Pak Bibit dengan menggunakan angket atau kuesioner.

b. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti. Dalam penelitian ini data diperoleh langsung kepada responden dengan memberikan kuesioner atau daftar pertanyaan dari para konsumen atau pelanggan warung bakso Pak Bibit.

2. Variabel Penelitian

a. Variabel independen atau bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terkait. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas yaitu kualitas produk, harga, dan lokasi yang di beri simbol X. dimana

⁸⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015, hal. 187

dalam variabel bebas ini kualitas produk (X_1), persepsi harga (X_2), lokasi diberi simbol (X_3), dan promosi *word of mouth* (X_4).

b. Variabel dependen atau terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Y). Pada penelitian ini variabel terikatnya adalah Keputusan pembelian konsumen di warung bakso Pak Bibit (Y).

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yaitu prosedur pemberian angka pada suatu objek agar dapat menyatakan karakteristik dari objek tersebut. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skalah likert. Skala likert merupakan skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel.⁸⁷ Menggunakan skala likret karena penelitian ini merupakan fenomena sosial yang berhubungan dengan ekspresi pendapat, perasaan, dan persepsi.⁸⁸ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Skala Likret dengan ukuran.

⁸⁷ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi Perbandingan Peerhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal.25.

⁸⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung Alfabeta, 2011), hal.63.

Tabel 3.2
Skala likret

No	Pendapat	Bobot
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	KS = Kurang Setuju	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

D. Teknik pengumpulan data instrumen penelitian

1. Teknik Pengumpulan data

a. Metode Kuesioner (Angket)

Metode angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁸⁹ Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan responden.

b. Metode Observasi

Observasi adalah proses pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian untuk mendukung kegiatan penelitian, sehingga dapat menggambarkan secara jelas kondisi objek penelitian tersebut.⁹⁰

c. Metode Dokumentasi

⁸⁹ Puguh Suharsono, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hal.142

⁹⁰ Syofia Siregar, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*, Jakarta: PT. Indeks, 2009), hal 142

Teknik dokumentasi merupakan metode untuk mengumpulkan data yang bersifat “*nonbehavior*”, dalam hal ini adalah data yang bersumber dari dokumen. Metode dokumentasi didefinisikan sebagai pencatatan secara sistematis gejala-gejala yang ada dilapangan yang dijadikan objek penelitian tersebut.⁹¹

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu alat ukur yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian dari para responden agar lebih mudah, lebih cermat, sistematis, dan lengkap untuk diolah dan dianalisis lebih lanjut.⁹² dalam penelitian ini menggunakan kuesioner/angket. Angket disusun oleh peneliti dengan melihat responden dari objek penelitian. Untuk mempermudah responden dalam memahami isinya, kuesioner disusun dengan sederhana. Dengan begitulah responden diharapkan dapat mengisi kuesioner dengan baik.

Untuk memudahkan peneliti dalam proses pembentukan kuesioner, maka peneliti terlebih dahulu merumuskan kisi-kisi instrument penelitian sebagai berikut.

⁹¹ Didin Fatihudin, *Kapita Selekta Metode Penelitian*, (Surabaya: Penerbit Qiara Media,2020), hal. 128

⁹² Suharismi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010, hlm.203

Tabel 3.3
Kisi- Kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Pernyataan
1	Kualitas Produk (X ₁)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fitur produk 2. Gaya dan desain produk 3. Segi rasa dan ke higienisan 	<ul style="list-style-type: none"> • Pada bakso Pak Bibit menyediakan beberapa macam pilihan jenis bakso • Menu Bakso Pak Bibit disajikan dengan bersih, rapi dan menarik • Bakso Pak Bibit memiliki ciri khas tersendiri dari produk bakso lainnya • Produk Bakso Pak Bibit yang disajikan dengan cepat • Porsi Bakso Pak Bibit yang disajikan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen • Bakso Pak Bibit memiliki cita rasa yang khas dan tidak pernah berubah dari dahulu.
2	Persepsi Harga (X ₂)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 2. Kesesuaian harga dengan manfaat yang akan diterima 3. Keterjangkauan harga 4. Daya saing harga 	<ul style="list-style-type: none"> • Harga bakso sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan dan porsi yang disajikan • Harga pada bakso Pak Bibit terjangkau (murah) • Konsumen memperoleh beberapa manfaat hemat waktu karena tidak perlu memasak bakso sendiri dan sebanding dengan harga yang dibayarkan • Bakso Pak Bibit menawarkan produknya dengan harga yang lebih ekonomis dan sesuai kemampuan konsumen • Di Bakso Pak Bibit ada potongan harga/bonus jika melakukan pembelian dalam porsi banyak • Harga bakso Pak Bibit dapat bersaing dengan harga di warung bakso lainnya.
3	Lokasi (X ₃)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi strategis atau akses lokasi 2. Faktor lingkungan 3. Kedekatan dengan kediaman konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> • Akses lokasi bakso Pak Bibit mudah dijangkau konsumen • Lokasi Bakso Pak Bibit berada di tengah kota • Lokasi bakso Pak Bibit berada di tengah kota, dekat dengan pusat keramaian dan pusat perbelanjaan. • Kondisi lingkungan warung bakso Pak Bibit bersih, nyaman dan tidak

			<p>berantakan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memiliki tempat parkir yang luas dan aman • Apakah rumah konsumen dekat dengan warung bakso Pak Bibit.
4	Promosi Word Of Mouth (X ₄)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membicarakan 2. Mempromosikan 3. Merekomendasikan 	<ul style="list-style-type: none"> • Sering mendengar orang-orang membicarakan tentang bakso Pak Bibit. • Sering mendengar informasi baik tentang produk bakso Pak Bibit. • Saya sering mempromosikan bakso Pak Bibit kepada keluarga, teman, orang lain, ataupun lainnya. • Sering mendapat rekomendasi bakso Pak Bibit dari orang lain, teman atau keluarga • Bakso Pak Bibit sangat bagus dan cocok direkomendasikan kepada orang lain • Saya akan merekomendasikan bakso Pak Bibit kepada orang lain sebagai pilihannya
5	Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebiasaan dalam membeli produk 2. Pencarian informasi 3. Membeli produk karena rekomendasi orang lain 4. Melakukan pembelian ulang 	<ul style="list-style-type: none"> • Membeli Bakso Pak Bibit karena sesuai kebutuhan dan keinginan saya • Saya mencari informasi dan mengulas informasi yang diberikan tentang Bakso Pak Bibit apakah sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga berminat untuk membeli. • Membeli karena mendapat rekomendasi yang baik dari orang lain atau teman • Saya merasa puas terhadap produk Bakso Pak Bibit • Membeli Bakso Pak Bibit karena sudah percaya dengan kualitas produknya • Saya akan membeli lagi produk bakso Pak Bibit untuk kedepannya

3. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan keabsahan suatu instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian terhadap validitas kuesioner adalah korelasi produk momen antara skor setiap butir pertanyaan dengan skor total, sehingga sering disebut sebagai inter item total *correlation*.

⁹³ Ketentuan validitas instrument sah apabila r hitung $>$ r table.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama.⁹⁴ Hasil pengukuran dapat dipercaya bila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, selama objek yang diukur tidak berubah. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha 0-1. Trithon menyatakan jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima

⁹³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta; PT Prestasi Pustakarya,2009), hal. 95

⁹⁴ Ovan dan Andika Saputra, *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Rentabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*, (Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia,2020), hal.4

kelas dengan range yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,00 – 0,20 berarti kurang reliable
- b. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,21 – 0,40 berarti agak reliable
- c. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,41 – 0,60 berarti cukup reliable
- d. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,61- 0,80 berarti reliable
- e. Nilai *Alpha Cronbach's* 0,81 – 1,00 berarti sangat reliabel⁹⁵

E. Teknik analisis data

Menganalisis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif. Analisis data merupakan kegiatan dari data keseluruhan responden yang terkumpul. Menganalisa data yang sudah diperoleh dengan tujuan untuk menguji rumusan masalah merupakan analisis data. Dalam penelitian ini, data bersifat kuantitatif yang berwujud angka-angka hasil perhitungan dan pengukuran dianalisis dengan menggunakan analisis statistic sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data mengalami penyimpangan atau tidak. Uji asumsi klasik terdiri dari:

⁹⁵ Agus Eko Sugianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0* (Tulungagung: Prestasi Pustaka Publisser, 2009), hlm.97

a. Uji Normalitas

Merupakan teknik membangun persamaan garis lurus untuk membuat penafsiran, agar penafsiran tersebut tepat maka persamaan yang digunakan untuk menafsirkan juga harus tepat. Uji normalitas data adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal atau tidak sehingga dapat dipakai dalam statistic parametik.⁹⁶ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *kolomogorov-simirnov* yang mana untuk dasar pengambilan keputusan sebagai berikut : jika nilai signifikansi atau probabilitas $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal. Sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi secara tidak normal.⁹⁷

b. Uji Multikolinieritas

Pada uji multikolinieritas ini dilakukan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas itu saling berkorelasi. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dilakukan dengan cara melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model tidak ada multikolinieritas atau terbebas dari multikolinieritas antara variabel dalam model regresi. VIF adalah suatu estimasi berapa besar multikolinieritas

⁹⁶ Mashuri Machfudz, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Malang: Genius Media, 2014), hal.137

⁹⁷ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT Prestasi Pustakarya, 2009), hal.77

meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinieritas telah menaikkan sedikit varian pada koefisien estimasi, akibatnya menurunkan nilai t.⁹⁸

c. Uji Heteroskedastisitas

Pada uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah heteroskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk menentukan heteroskedastisitas dapat menggunakan uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan pada uji ini adalah jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, namun sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan terjadi masalah heteroskedastisitas. Selain menggunakan uji Glejser juga dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot model tersebut.

Tidak terdapat heterokedastisitas jika :

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
- 2) Titik-titik data menyebar diatas, dibawah atau disekitar angka 0 dan 3.

⁹⁸ Umar Husein, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (ajakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hal.143

3) Titik-titik dan tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.⁹⁹

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel atau lebih variabel *independen* terhadap satu variabel *dependen*. Dan memprediksi variabel *dependen* dengan menggunakan variabel *independen*.

3. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah suatu proporsi, kondisi atau prinsip yang dianggap benar dan barangkali tanpa keyakinan, agar bisa ditarik suatu kesimpulan yang logis dengan cara ini kemudian diadakan pengujian tentang kebenarannya dengan mempergunakan fakta-fakta atau data yang ada.¹⁰⁰

a. Uji-T

Dalam Uji-T ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen sebagai dasar pengambilan keputusan.

⁹⁹ Dwi Priyanto, *Analisis Korelasi dan Multivariate dengan SPSS*, (Yogyakarta: Gava Media, 2013), hal.60

¹⁰⁰ J. Suprpto, *Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1990), hal.33

b. Uji-F

Uji-F ini digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel bebas terhadap variabel dependen (kualitas produk, persepsi harga, lokasi, dan promosi *word of mouth*) terhadap variabel terkait atau independen (keputusan pembelian konsumen). Pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} . Apabila nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} , maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

4. Analisis koefisiensi determinasi (R^2)

Dalam Koefisiensi determinasi (R^2) ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel *independen* (kualitas produk, persepsi harga, lokasi dan promosi *word of mouth*) terhadap variabel *dependen* (keputusan pembelian konsumen). Nilai koefisiensi determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisiensi determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel

independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.¹⁰¹

¹⁰¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Ed.7* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hal.83-85