BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah penetapan harga (X1) dan kualitas produk(X2) serta keputusan pembelian (Y).penelitian ini dilakukan di PT. Tenda Trijaya Indonesia di bandung dan yang menjadi unit analisis penelitian ini adalah konsumen ataupun calon konsumen produk tenda di PT. Tenda Trijaya Indonesia.

Menurut Husein Umar (2003:303) menjelaskan pengertian objek penelitian adalah " Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian juga dimana dana kapan penelitian akan dilakukan. Biasa juga ditambah hal-hal lain jika dianggap perlu".

Penelitian ini akan membahas apakah terdapat pengaruh yang signifikan dari penetapan harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) yang dilakukan oleh PT. Tenda Trijaya Indonesia.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Umi narimawati (2008:127) metode penelitian adalah merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatka data untuk mencapai tujuan tertentu.

Metode Penelitian ini menggunakan dua macam penelitian yaitu deksriptif dan verifikatif adapun pengertian menurut beberapa para ahli :

1. Penelitian Deskriptif

Menurut **Sugiyono (2005:21)** "penelitian deskripif adalah jenis penelitian yang mengambarkan apa yang di lakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk selanjutnya diolah menjadi data". Data tersebut kemudian di analisis untuk memperoleh kesimpulan,dalam penelitian deskriptif digunakan untuk mengambarkan mengenai faktor individu dan pengambilan keputusan.

2. Penelitian Verifikatif

Menurut **Sugiyono (2005:21)** menjelaskan bahwa "Penelitian Verifikatif pada dasarnya untuk menguji teori dengan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan mengunakan perhitungan statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel X terhadap variabel Y yang di teliti".

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini , perlu dibuat desain penelitian yang bertujuan agar data dan informasi yang diperoleh lengkap dan akurat. Selain itu dalam melakukan suatu penelitian sangat diperlukan perencanaan dan perancangan penelitian, sehingga penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis sesuai dengan yang diharapkan penulis.

Menurut Moh. Nazir dalam buku Metode Penelitian (2005:84) bahwa : **“**Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.”

Sedangkan menurut Sugiyono (2006:18), menjelaskan proses penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Sumber masalah
2. Rumusan masalah
3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
4. Pengajuan hipótesis
5. Metode penelitian
6. Menyusun instrumen penelitian
7. kesimpulan

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Operasional variable dimaksudkan untuk memperjelas variable-variabel yang diteliti beserta pengukurannya. Dalam melakukan penelitian ini penulis menetapkan tiga variabel seperti yang tertulis dalam judul penelitian, yaitu :

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Menurut Sugiyono (2006:33) Variable bebas adalah merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahanya atau timbulnya variable

dependent (terikat). Dalam penellitian ini yang menjadi variabel bebas ada dua variabel adalah penetapan harga(X1) dan kualitas produk(X2).

2. Variabel terikat (*dependent variabel*)

Menurut Sugiyono (2006:33) variable terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependent (terikat) adalah keputusan pembelian(Y).

Pengertian dari Operasionalisasi variabel menurut Husein Umar (2002:33) adalah :"Penentuan suatu *construct* sehingga menjadi variabel atau variabel-variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang dapat digunakan oleh peneliti dalam megoperasionalisasi *construct* sehingga memungkinkan peneliti yang lain untuk melakukan replikasi (pengulangan) pengukuran dengan cara yang sama, atau mencoba untuk mengembangkan cara *construct* yang lebih baik."

Tabel : 3.1

Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep variabel	indikator	ukuran	skala
Penetapan harga	keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti untuk suatu jangka waktu tertentu Buchari alma (2005:170)	1. Potongan harga dan Imbalan Khusus	• Potongan tunai, pengurangan harga jual bagi pembeli yang membayar hutangnya tepat waktu. • Potongan kuantitas, pengurangan harga jual bagi pembeli yang telah membeli dalam jumlah yang besar. • Imbalan khusus, imbalan yang diberikan kepada	**ordinal**

			siapa saja yang membeli barang baru dengan membawa barang lama	
		2. Penetapan Harga Promosi	• memasang harga miring pada beberapa barang dan berfungsi sebagai tumbal (loss leader) untuk menarik calon pembeli. • Pada even pameran tertentu penjual memasang harga khusus untuk memikat pembeli lebih banyak lagi.	
Kualitas Produk	suatu produk dikatakan berkualitas apabila dapat memberikan kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk. feigenbaum dalam M.N Nasution (2001:16)	1. performance	• kinerja dari produk tenda ini	**ordinal**
		2. features	• kelengkapan dari produk tenda ini	
		3. reability	• kehandalan akan kerusakan produk tenda ini	
		4. comformance to specifications	• kesesuaian produk tendanya dengan spesifikasi yang telah ditentukan	
		5. durability	• daya tahan akan berapa lama tenda akan bisa digunakan	
		6. Serviceability	• Mudah dalam memperbaiki tenda	
		7. Estetika	• Keindahan tenda dalam beberapa desain	
		8. perceived quality	• persepsi kualitas konsumen	

Keputusan pembelian	keputusan pembelian adalah "pengambilan keputusan oleh kosumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan". sutisna (2002:15)	1. Pengenalan kebutuhan	• Tingkat kebutuhan akan membeli produk tenda	**ordinal**
		2. Pencarian informasi	• Pencarian informasi mengenai produk tenda	
		3. Evaluasi alternatif	• Evaluasi mengenai produk tenda	
		4. Keputusan pembelian	• Tindakan pembelian terhadap produk tenda	
		5. Perilaku setelah pembelian	• Sikap terhadap produk tenda setelah melakukan pembelian	

3.2.3. Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Penelitian ini mengunakan dua sumber data yaitu data primer dan sekunder data primer ialah datadata yang diperoleh dengan cara observasi, wawancara dll, sedangkan sekunder ialah data yang telah diolah oleh pihak pertama atau data yang berasal dari perusahaan.

Menurut Umi narimawati (2008:11,12)

"Data primer adalah data atau informasi yang diperoleh secara langsung dari sumber yang biasanya melalui pertanyaan tulisan atau lisan".

"Data sekunder adalah data yang diperoleh bukan dari sumber pertama yang digunakan untuk menjawab masalah yang diteliti"

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Pengertian populasi Menurut sugiyono (2006:72), mengatakan bahwa sebagai berikut "wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya".

Populasi dari penelitian ini adalah adalah konsumen yang membeli produk tenda dari berbagai jenis tenda di PT. Tenda Trijaya Indonesia pada bulan November 2010 – april 2011 yaitu sebanyak 114 orang.

Sugiyono (2009:81) juga mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2009:82).

Sedangkan untuk menentukan jumlah sampel (n) Husein Umar (2004:78) menentukan sampel digunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan yang ditoleransi (1%, 5%, 10%)

Jika penelitian menggunakan metode deskriptif, maka minimal tingkat kesalahan dalam penentuan anggota sampel yang harus diambil adalah 10% dari jumlah populasi yang diketahui. Berikut ini adalah jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian:

$$n = \frac{114}{1 + 114\ (0.1)^2}$$

$$n = \frac{114}{2.14} = 53.27$$

Jadi, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 53.27 orang, dibulatkan menjadi 55 orang.

3.2.4. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian lapangan yang dilakukan penulis yaitu dengan cara sebagai berikut :

a. Obvervasi, yaitu dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan.
b. Wawancara, yaitu dengan cara melakukan komunikasi dengan pihak-pihak yang terkait sesuai dengan topik yang penulis teliti.
c. Kuesioner, yaitu dengan cara memberikan daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang

diteliti. Tehnik pengolahan data hasil kuisioner menggunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai positif 5 samapi dengan 1. Pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan, baik mengenai penetapan harga (X1) dan kualitas produk (X2) , maupun keputusan pembelian (Y). Karena data ini berskala ordinal, maka selanjutnya nilai-nilai dari alternatif tersebut dijumlahkan untuk setiap responden. Sugiyono (2006:89), mengatakan bahwa ”jawaban responden diberi skor dengan menggunakan skala likert”’ seperti terdapat dalam tabel berikut ini

Tabel 3.2
Skala likert

Jawaban	Skala nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber : sugiyono (2006:89)

3.2.4.1 Uji Validitas

Validas menurut suharsimi (2006 : 6)adalah suatu ukuran yang menunjukan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validas yang tinggi, sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r table. Pernyataan dikatakan valid apabila nilai r table dengan menggunakan level sigbifikan 5 %. Untuk menguji validitasnya menggunakan korelasri product moment dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n\left(\sum XY\right) - \left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{\sqrt{\left\{n\left(\sum X^2\right) - \left(\sum X\right)^2\right\}\left\{n\left(\sum Y^2\right) - \left(\sum Y\right)^2\right\}}}$$

Sumber: sugiyono 2004

Keterangan

r = koefisien korelasi pearson antar item instrument yang akan digunakan dengan variabel yang bersangkutan.

X = skor item instrument yang akan digunakan

Y = skor semua item instrument dalam variabel tersebut

n = jumlah response dalam uji coba instrumen

apabila nilai koefisien korelasi butir item pernyataan yang diuji lebih besar dari 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan tersebut merupakan konstruksiyang (*contruct)* valid.

3.2.4.2 Uji Reabilitas

Reabilitas instrument menurut suharsimi (2006:178) menununjukan pada satu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunkan sebagai alat pengumpul dan karena intrument tersebut sudah baik.

Untuk menghitung reabilitas intrument maka dilakukan analisis dengan menggunakan tehnik belah dua. Dengan memakai tehnik belah dua, dalam penelitian ini reabilitas kemudian diukur dengan tehnik spearman-brown. Berikut ini adalah rumus spearman-brown yang dimaksud (suharsimi:2006:180) :

Dengan rumus :

$$ri = \frac{2ri}{1+ rb}$$

Sumber: sugiyono 2004

Keterangan :

ri = reabilitas internal seluruh instrumen

rb = korelasi product moment antara belahan pertama dan kedua

Tabel 3.3
standar penilaian koedisien validitas dan reabilitas

Criteria	reability	Validity
Good	0,80	0,50
Acceptable	0,70	0,30
Marginal	0,60	0,20
poor	0,50	0,10

Sumber: barker et al, 2002

3.2.5. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

1. Analisis Kualitatif/Deskriptif

Analisis kualitatif dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif dengan menggunakan alat bantu analisis data statistik, baik yang bersifat deskriptif, digunakan dalam penelitian ini dengan maksud mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum.

Analisis dekskripdtif dugunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk

dalam kategori : sangat baik, baik, cukup baik , tidak baik, sangat tidak baik. Untuk itu dibuat kriteria pengklasifikasian yang mnegacu pada ketentuan-ketentuanyang dikemukakan oleh husein umar (2004:164) dimana rentang skor diperoleh dengan rumus berikut :

$$Rs = \frac{n(\text{m-1})}{\text{m}}$$

Sumber: Husein Umar (2004:164)

keterangan

rs = rentang skor

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap item

Tabel 3.4

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intesitas	Kriteria
20% - < 36%	Sangat Tidak Baik , Sangat Rendah
36% - < 52%	Tidak Baik , Rendah
52% - < 68%	Cukup Baik , Cukup
68% - < 84%	Baik , Tinggi
84% - < 100%	Sangat Baik , Sangat Tinggi

1. Analisis Kuantitatif (Verifikatif)

Analisis verifikatif adalah metode yang digunakan untuk memilih metode penelitian, menyusun instrument penelitian, mengumpulkan data dan

menganalisanya. Analisis verifikastif mentik beratkan dalam pengungkapan perilaku variabel penelitian

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of Successive Interval"* sedarmayanti (2002:101) Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

1. Transformasi Data Ordinal Menjadi Interval

Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi interval adalah sebagai berikut:

a. Menetukan frekuensi tiap responden
b. menentukan proporsi setiap responden yaitu dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah sampel
c. menentukan proporsi secara berurutan untuk setiap responden sehingga diperoleh proporsi kumulatif yang dianggap menyebar mengikuti sebaran norma baku
d. menentukan nilai Z untuk masing-masing proporsi kumulatif yang dianggap menyebar mengikuti sebaran nilai baku.

e. Menghitung scale of value untuk masing masing proporsi respondent dengan rumus

$$SV = \frac{\textit{(density at lower limit)- (density at upper limit)}}{\textit{(Area under upper limit)-(area under lower limit)}}$$

f. Mengubah scale of value (SV) terkecil menjadi sama dengan 1 dan mentranformasikan masing –masing skala menurut perubahan skala terkecil sehingga diperoleh transformed scale of value (TSV)

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel bebas adalah penetapan harga (X1) dan kualitas produk (X2), sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y). Menurut riduwan (2007:152) Berikut ini rumus regresi linear berganda:

$$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + e$$

Dimana:

Y = Variabel Y (keputusan pembelian)

α = Konstanta persamaan regresi

β1 = Koefisien regresi variabel X1

β2 = Koefisien regresi variabel X2

X1 = Variabel X1 (penetapan harga)

X2 = Variabel X2 (kualitas produk)

3. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel X1 (penetapan harga) dan X2 (kualitas produk) dengan variabel Y (keputusan pembelian) secara bersamaan.

Untuk memahami bagaimana menerapkan korelasi berganda pada penelitian, berikut ini adalah rumus korelasi berganda:

$$R_{X_1X_2Y} = \sqrt{\frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}}$$

Dimana:

R_{X1X2Y} = Korelasi berganda antara variabel X1 dan X2 dengan Y

X1 = Variabel X1 (penetapan harga)

X2 = Variabel X2 (kualitas produk)

Y = Variabel Y (keputusan pembelian)

b1, b2 = Koefisien regresi masing-masing variabel

a. Analisis Korelasi Pearson Product Moment

Untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel dalam pengaruh penetapan harga dan kualitas produk dampaknya terhadap keputusan pembelian digunakan analisis korelasi dan jenis korelasi yang digunakan adalah korelasi Pearson Product Moment yang dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$rXY = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber : Sugiyono (2009:183)

Dimana:

rXY = Koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y

X = Variabel independen

Y = Variabel dependen

n = Jumlah sampel

Nilai r berkisar antara -1,00 sampai dengan 1,00. Jika dalam perhitungan ternyata diperoleh harga r yang lebih besar dari +1 atau lebih kecil dari -1, hal tersebut mengindikasikan adanya kekeliruan dalam perhitungan.

Apabila nilai r negatif berarti terdapat korelasi yang negatif atau hubungan yang berlawanan arah antara variabel X dengan variabel Y. Sedangkan bila nilai r positif berarti terdapat hubungan yang positif atau hubungan yang searah antara variabel X dengan variabel Y. Interpretasi harga koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

a. Jika nilai r > 0, artinya terjadi hubungan linear positif. Semakin besar nilai variabel X, semakin besar pula nilai variabel Y dan sebaliknya.
b. Jika nilai r < 0, artinya terjadi hubungan linear negatif. Semakin kecil nilai variabel X, semakin besar pula nilai variabel Y dan sebaliknya.

c. Jika nilai r = 0, artinya tidak ada hubungan sama sekali antara variabel X dan variabel Y.

d. Jika nilai r = 1 atau r = -1, artinya telah terjadi hubungan linear sempurna, yaitu berupa garis lurus. Untuk r yang semakin mengarah ke 0, garis semakin tidak lurus.

Tabel 3.5

Interpretasi terhadap nilai r hasil analisis korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2009:184)

4. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat besarnya pengaruh antar variabel yang diteliti, maka dihitung koefisien determinasi (Kd) dengan asumsi dasar faktor-faktor lain diluar variabel dianggap konstan atau tetap.

Nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (r^2). Semakin besar nilai koefisien determinasi, maka menunjukan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Dalam hal ini, terdapat dua analisis koefisien yang dilakukan, yaitu analisis koefisien determinasi berganda dan analisis koefisien korelasi parsial.

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel X1 (Penetapan harga) dan variabel X2 (kualitas produk) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) secara simultan. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi berganda, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi Product Moment

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel X1 (Penetapan harga) dan variabel X2 (kualitas produk) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) secara parsial. Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi parsial, maka dapat dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$Kd = \beta \times \text{Zero order} \times 100\%$$

Keterangan:

β = Beta (nilai *standardized coefficients*)

Zero order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana:

Kd = 0, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, lemah

Kd = 1, berarti pengaruh variabel X terhadap variabel Y, kuat

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya hubungan signifikan dari pengaruh penetapan harga (X1) dan kualitas produk(X2) terhadap keputusan pembelian (variabel Y) pada PT. Tenda Trijaya Indonesia dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan análisis regresi dan korelsi.

Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

1. **Pengujian secara simultan/Total**

melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F_{hitung} = \frac{JK_{regresi}/k}{JK_{residu}/\{n-(k+1)\}}$$

Dimana :

JK_{residu} = koefisien korelasi ganda

K = jumlah variabel bebas

N = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan

distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan F – test yang terdapat pada analisis of variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan Microsoft. Jika nilai F hitung > F kritis maka H0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (penetapn harga dan kualitas produk) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (keputusan pembelian) ditolak dan sebaliknnya.

H0 : $\rho = 0$ berarti ditolak, secara simultan pengaruh penetapan harga dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Tenda Trijaya Indonesia.

Hi : $\rho \neq 0$; H1 diterima, berarti secara simultan pengaruh penetapan harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Tenda Trijaya Indonesia.

Kriteria pengujian

H0 ditolak apabila F hitung > dari F tabel ($\alpha = 0{,}05$)

Apabila pada pengujian secara simultan H0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada sebuah pyxi tidak sama dengan 0 untuk mengetahui pyxi tidak sama dengan 0, maka dilakukan pengujian parsial.

2. **Pengujian secara parsial**

Melakukan uji t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis ssebagai berikut

Rumus yang digunakan adalah :

$$\text{T hitung (X1,2)} = \frac{b1,2}{se(b1,2)}$$

Keterangan :

t hitung (X1,2) = nilai t hitung X1 (penetapan harga) dan nilai t hitung X2 (kualitas produk)

b1 dan b2 = koefisien regresi masing-masing variabel.

hasilnya dibandingkan dengan tabel t untuk derajat bebas n-k-1 dengan taraf signifikan 5%.

Hipotesis

H0 : $\beta_1 = 0$ penetapan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. Tenda Trijaya Indonesia.

H0 : $\beta_1 \neq 0$ penetapan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. Tenda Trijaya Indonesia.

H0 : $\beta_2 = 0$ kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. Tenda Trijaya Indonesia.

H0 : $\beta_2 \neq 0$ kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT.Tenda Trijaya Indonesia.

Kriteria pengujian

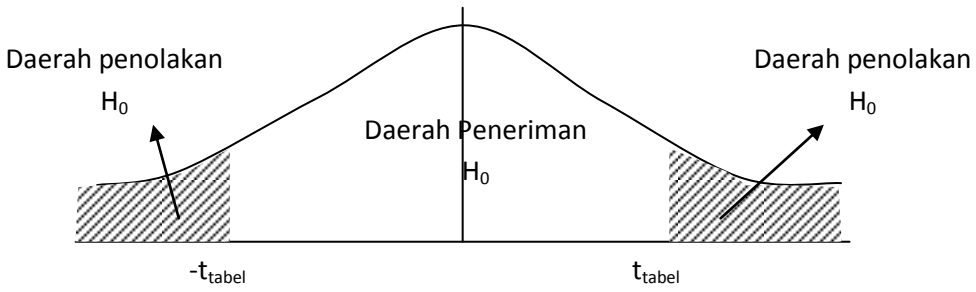
Untuk mengetahui apakah h0 diterima atau ditolak, digunkamn uji signifikasi yaitu :

Jika t hitung > t tabel 0,1 (dk = n – 2), maka H0 : ditolak

Jika t hitung < t tabel 0,1 (dk = n – 2), maka H0 : diterima

Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan pengujian hipotesis dan kriteria – kriteria yang ditetapkan dengan teori untuk masalah yang diteliti. Seperti gambar berikut ini Dimana :

1. Dengan tingkat signifikan (α) = 0,05
2. Derajat kebebasan (dk) = n – 2



Gambar 3.2
Daerah Penetapan Hipotesis