BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif berdasarkan data statistik dan empiris.

Sugiyono (2008:13) menjelaskan metode deskriptif sebagai berikut : "Metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas."

> **Sugiyono (2009:8)** metode penelitian kuantitatif adalah sebagai berikut : "Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sample filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunkan istrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan."

3.1.1 Desain penelitian

Dalam membuat sebuah penelitian perlu adanya desain serta perancangan penelitian agar penelitian yang dibuat memenuhi kaidah-kaidah penulisan penelitian dan sistematis.

Desain penelitian menurut **Moh. Nazir (2005:84)** yaitu : Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.

Tabel 3.1

Desain penelitian

Tujuan penelitian	Desain penelitian		
	Jenis penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit analisis**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive dan survey*	Konsumen motor Yamaha NMAX
T-2	*Descriptive*	*Descriptive dan survey*	Konsumen motor Yamaha NMAX
T-3	*Descriptive*	*Descriptive dan survey*	Konsumen motor Yamaha NMAX
T-4	*Descriptive & verifikatif*	*Descriptive dan Explanatory survey*	Konsumen motor Yamaha NMAX

Sumber: diolah oleh penulis tahun 2016

3.1.2 Operasionalisasi variabel

Operasionalisasi variabel menurut **Umi Narimawati (2008:30)** adalah sebagai berikut:

> "Operasionalisasi Variabel adalah proses penguraian variabel penelitian ke dalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran. Adapun syarat penguraian operasionalisasi dilakukan bila dasar konsep dan indikator masing-masing variabel sudah jelas, apabila belum jelas secara konseptual maka perlu dilakukan analisis faktor".

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Konsep variabel	Dimensi dan Indikator	Ukuran	Skala	No. Kuesiner
Kelompok Acuan (X1) Menurut **Schiffman dan Kanuk (2007:292)** Kelompok Acuan adalah setiap orang atau kelompok yang dianggap sebagai dasar perbandingan (atau rujukan) bagi seseorang dalam membentuk nilai-nilai dan sikap umum atau khusus, atau pedoman khusus bagi perilaku. Kelompok Acuan merupakan kelompok yang di anggap sebagai kerangka rujukan bagi para individu dalam pengambilan keputusan pembelian atau konsumsi mereka. ."	**Informasi dan pengalaman** • Informasi produk dari kelompok acuan yang berpengelaman	• Tingkat pengalaman	Ordinal	1.
	Kredibilitas • Kelompok acuan yang dapat dipercaya dan berpengetahuan	• Tingkat kepercayaan	Ordinal	2.
	Sifat menonjol produk • Menonjolnya produk yang digunakan kelompok acuan	• Tingkat menonjolnya produk	Ordinal	3.

Kualitas Produk (X2) Menurut "**Kotler and Armstrong (2012:283)** arti dari kualitas produk adalah *"the ability of a product to perform its functions, it includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes"* yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya."	**Performance (kinerja)** • Yaitu berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.	• Tingkat kinerja produk	Ordinal	4.
	Durability (daya tahan) • berapa lama umur produk bertahan sebelum produk tersebut harus diganti.	• Tingkat daya tahan produk	Ordinal	5.
	***Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi)** • sejauh mana produk memenuhi spesifikasi atau tidak ditemukannya cacat pada produk.	• Tingkat Kesesuaian	Ordinal	6.

	***Features* (fitur)** karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau ketertarikan konsumen terhadap produk.	• Tingkat karakter Stik	Ordinal	7.
	***Reliabilty* (reliabilitas)** probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu.	• Tingkat kepuasan pada produk	Ordinal	8.
	***Aesthetics* (estetika)** berhubungan dengan bagaimana penampilan produk. *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibilang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.	• Tingkat penampilan produk	Ordinal	9.
Keputusan pembelian (Y) suatu proses oleh konsumen dari pengenalan	**Pengenalan kebutuhan** • Adanya kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi	• Tingkat pemenuhan	Ordinal	10.

kebutuhan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber, seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan evaluasi setelah pembelian. Kotler & Keller (2009:184)	**Pencarian informasi** • Mudah dalam mendapatkan informasi produk melalui website ataupun media sosial	• Tingkat kemudahan	Ordinal	11.
	Evaluasi alternatif • Produk memenuhi kebutuhan dan bermanfaat bagi konsumen	• Tingkat pemenuhan	Ordinal	12.
	Keputusan Pembelian • Yakin akan membeli produk	• Tingkat keyakinan	Ordinal	13.
	Perilaku pasca pembelian • Akan melakukan pembelian ulang produk	• Tingkat pembelian kembali	Ordinal	14.

Sumber: diolah oleh penulis tahun 2016

3.1.3 Sumber dan teknik penentuan data

3.1.3.1 Sumber data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dan data sekunder diuraikan sebagai berikut :

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran daftar pertanyaan (kuesioner) pada pembeli produk NMAX di dealer Yamaha Lapang Jaya Kopo

2. Data sekunder

Data sekunder penelitian ini diperoleh dari jumlah penjualan produk dalam kurun waktu 10 bulan dari bulan Januari 2016 sampai Oktober 2016.

3.1.3.2 Teknik penentuan data

1. Populasi

Ferdinand, (2011 :215) Populasi adalah

> "Gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian."

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah total jumlah konsumen yang melakukan pembelian produk NMAx di dealer Yamaha Lapang Jaya Kopo berjumlah 533 orang pada bulan Januari 2016 sampai Oktober 2016.

2. Sampel

Ferdinand, (2011: 215) Sampel adalah
> "Subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin meneliti semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu."

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel *simple random sampling/probability sampling* dimana unit sampel dapat diambil dari setiap elemen populasi karena bersifat homogen dengan jumlah populasi sebanyak 533 orang berdasarkan jumlah konsumen yang melakukan pembelian produk NMAX dari bulan Januari 2016 sampai Oktober 2016. Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin:

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

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan

$$n = \frac{533}{1+533(10\%)^2}$$

n : 84.20

Berdasarkan perhitungan diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan keatas menjadi **90** konsumen

3.1.4 Teknik pengumpulan data

1. Data Sekunder (Dokumentasi)

Data sekunder penelitian ini diperoleh dari jumlah penjualan produk NMAX dalam kurun 10 bulan dealer Yamaha Lapang Jaya dari bulan Januari 2016 sampai Oktober 2016.

2. Data Primer (Kuesioner)

Sugiyono, (2008:199) Kuesioner merupakan

> "Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dibuat dengan menggunakan pertanyaan terbuka, yaitu terdiri dari pertanyaan- pertanyaan untuk menjelaskan identitas responden, dan pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia dari setiap pertanyaan."

Pada penelitian ini penulis menggunakan skala likert dengan skor 1-5 sebagai acuan dalam membuat kuesioner, disesuaikan dengan indikator variabel dan pernyataan yang dibuat.

Tabel 3.3 Skala Likert

Variabel	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang setuju (KS)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber: **Marzuki (2005:44)**

3.1.4.1 Uji validitas

Sugiyono, (2008 :455) Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.

Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden terpilih maka harus diadakan uji validitas terlebih dahulu pada butir-butir yang benar-benar mengukur apa yang diukur. Perhitungan untuk menguji validitas penelitian ini dengan menggunakan rumus *Product Moment Pearson*. Kriteria validitas yang dipakai apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan nilai toleransi 0.05 dan menggunakan rumus df= n-2 untuk mengetahui r_{tabel}

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item Pertanyaan	Validitas		
		Koefisien validitas	R_{tabel}	Kesimpulan
X1 – Kelompok Acuan	1	0.824	0.444	Valid
	2	0,818	0.444	Valid
	3	0,855	0.444	Valid
X2 – Kualitas Produk	1	0,727	0.444	Valid
	2	0,716	0.444	Valid
	3	0.636	0.444	Valid
	4	0.578	0.444	Valid
	5	0.793	0.444	Valid
	6	0.366	0.444	Valid
Y – Keputusan Pembelian	1	0,669	0.444	Valid
	2	0,687	0.444	Valid
	3	0,355	0.444	Valid
	4	0,795	0.444	Valid
	5	0,611	0.444	Valid

Sumber: data kuesioner diolah tahun 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh butir pernyataan kuesioner lebih besar dari r_{tabel} = 0.444. Dengan demikian seluruh butir pernyataan layak digunakan untuk pengumpulan data penelitian.

3.1.4.2 Uji reliabilitas

Ferdinand, (2011 :263) Sebuah *scale* atau instrumen pengukur data dan data yang dihasilkan disebut *reliable* atau terpercaya apabila instrumen tersebut secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dihasilkan pengukuran.

Untuk menguji reliabilitas digunakan rumus *Alpha Cronbach*. Kriteria reliabilitas yang digunakan adalah apabila nilai hasil hitung uji reliabilitas lebih atau sama dengan 0,6 dengan nilai toleransi 0.05

Tabel 3.5 Standar penilaian koefisien validitas dan reliabilitas

Kriteria	Reliability	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 (2002:70)**

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliabilitas	
	Koefisien Reliabilitas	Kesimpulan
X1	0,745	Reliabel
X2	0,767	Reliabel
Y	0,718	Reliabel

Sumber: data kuesioner diolah tahun 2016

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* diperoleh koefisien reliabilitas keseluruhan variabel lebih besar dari 0.6

dan dalam kriteria *Acceptable*. Dengan demikian kuesioner dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk pengambilan data penelitian.

3.1.4.3 Uji MSI

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**" (hays, 1969:39)** dalam **Umi Narimawati (2011:47)**.

Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

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

1. Ambil data ordinal hasil kuesioner
2. Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
3. Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulaif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
4. Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
5. Menghitung nilai skala dengan rumus Method Successive Interval

$$\text{Means of Interval} = \frac{\text{Density at Lower limit} \quad \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area at Below Density Upper Limit} \quad \text{Area at Below LowerLimit}}$$

Dimana:

Means of Interval = Rata-Rata Interval

Density at Lower Limit = Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit = Kepadatan atas bawah

Area Under Upper Limit = Daerah di bawah batas atas

Area Under Lower Limit = Daerah di bawah batas bawah

6. Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala Minimal + 1

3.1.5 Rancangan analisis dan pengujian hipotesis

3.1.5.1 Rancangan analisis

3.1.5.1.1 Analisis deskriptif/kualitatif

Umi Narimawati (2007:84) Analisis Deskriptif/ kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Umi Narimawati (2007:84) Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan

nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilhat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

$$\% \text{ Skor} = \frac{\text{Skor actual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

Sumber: **Umi Narimawati (2007:84)**

Keterangan:

1. Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.
2. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 3.7

Kriteria persentase skor tanggapan responden terhadap skor ideal

No	% jumlah skor	Kriteria
1	20.00 – 36.00	Tidak baik
2	36.01 – 52.00	Kurang baik

3	52.01 – 68.00	Cukup
4	68.01 – 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat baik

Sumber: **Umi Narimawati (2007:84)**

3.1.5.1.2 Analisis verifikatif

Menurut Sugiyono (2009:31) analisis kuantitatif adalah sebagai berikut :
"Dalam penelitian kuantitatif analisis data menggunakan statistik. Statistik yang digunakan dapat berupa statistik deskriptif dan inferensial/induktif. Statistik inferensial dapat berupa statistik parametris dan statistik nonparametris. Peneliti menggunakan statistik inferensial bila penelitian dilakukan pada sampel yang dilakukan secara random.Data hasil analisis selanjutnya disajikan dan diberikan pembahasan.Penyajian data dapat berupa tabel, tabel distribusi frekuensi, grafik garis, grafik batang, piechart (diagram lingkaran), dan pictogram.Pembahasan hasil penelitian merupakan penjelasan yang mendalam dan interpretasi terhadap data-data yang telah disajikan."

1. Analisis regresi berganda

Menurut Sugiyono (2009:31) Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh beberapa variabel bebas atau independen variabel (X) terhadap satu variabel tidak bebas atau dependen variabel (Y) secara bersama-sama. Persamaan Regresi Linier Berganda adalah:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \ldots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

Dimana :

Y = Variabel Dependen

X1, X2 = Variabel Independen

A = Konstanta

ß1, ß2 = Koefisien Masing-Masing Faktor

Dalam hubungan dengan penelitian ini, variabel independen adalah Kelompok Acuan (X1) dan Kualitas Produk (X2), sedangkan variabel dependen adalah Keputusan pembelian (Y), sehingga persamaan regresi berganda estimasinya.

$$Y = \alpha + \beta 1 X 1 + \beta 2 X 2 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan pembelian

A = Konstanta dari persamaan regresi

ß1 = Koefisien regresi dari variable X1, Kelompok Acuan

ß2 = Koefisien regresi dari variable X2, Kualitas Produk

X1 = Kelompok Acuan

X2 = Kualitas Produk

e = standar error

2. Uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Menurut **Sugiyono (2009:37)**Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas *(asymtotic significance)* yaitu:

- Jika probabilitas >0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal
- Jika probabilitas <0,05 maka populasi tidak terdistribusi secara normal

b. Uji multikolinieritas

Menurut **Sugiyono (2009:39)**Multikolinieritas merupakan suatu situasi dimana beberapa atau semua variabel bebas berkorelasi kuat. Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah:

- koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
- Nilai standar error setiap koefisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama variabel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan standar error nya semakin besar pula.

c. Uji heteroskedastisitas

Menurut **Gujarati (2005:406)**, "situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidak efisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi."

3. Analisis korelasi

Menurut **Sujana (1989) dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini,** dan **Linna Ismawati (2010:49)**

"Pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus:"

$$r = \frac{n(\sum XiYi) - (\sum Xi)(\sum y)}{\sqrt{\{n(\sum Xi^2) - (\sum Xi)^2\}} - \{n(\sum yi^2) - (\sum yi)^2\}}$$

Dimana: -1 =*r* =+1

r = Koefisien korelasi

x = Kelompok Acuan, Kualitas Produk

y = Keputusan Pembelian

n = Jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.5 dibawah ini:

Tabel 3.8

Tingkat keeratan korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak ada hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber: **Syahri Alhusin (2003:157)**

4. Analisis koefisien determinasi

Persentase peranan semua variabel bebas atas nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2).Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variabel terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari

$R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$

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

Dimana:

d = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

3.1.5.1.3 Pengujian hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai dugaan atas jawaban sementara mengenai sesuatu masalah yang masih perlu diuji secara empiris, untuk mengetahui apakah pernyataan (dugaan/jawaban) itu dapat diterima atau tidak. Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar pengaruh Kelompok Acuan (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian konsumen (Y) Langkah –langkah pengujian sebagai berikut:

1. Pengujian secara parsial

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

a. Rumus uji t yang digunakan

$$thitung(x_{1,2}) = \frac{b_{1,2}}{se(b_{1,2})}$$

t_{hitung} diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

b. Hipotesis

H_1. $\beta = 0$, Kelompok Acuan Tidak berimplikasi terhadap Keputusan Pembelian motor Yamaha NMAX.

H_1. $\beta \neq 0$, Kelompok Acuan berimplikasi terhadap Keputusan Pembelian motor Yamaha NMAX.

H_2. $\beta = 0$, Kualitas Produk tidak berimplikasi terhadap Keputusan Pembelian motor Yamaha NMAX.

H_2. $\beta \neq 0$, Kualitas Produk berimplikasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen motor Yamaha NMAX.

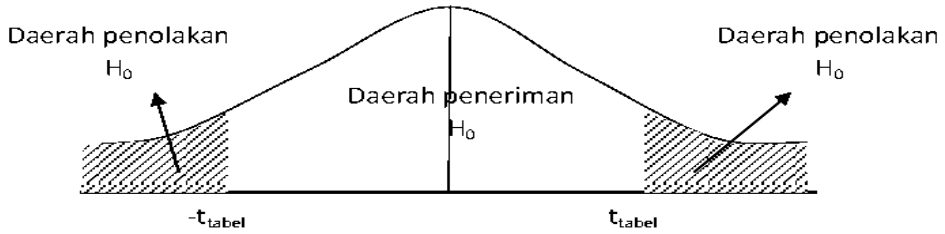
c. Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila t_{hitung}< dari t_{tabel}($\alpha = 0{,}05$)

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

- Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.
- Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya.

Gambar 3.1 Daerah penerimaan dan penolakan H0



Sumber: **Sugiyono (2009:185)**

2. Pengujian secara simultan

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan tehadap variabel terikat.

a. Rumus uji F yang digunakan

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

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 –bersama dapat berperan atas variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F-kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan *SPSS.* Jika nilai Fhitung> Fkritis maka H0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (Kelompok Acuan dan Kualitas Produk) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Keputusan pembelian) ditolak dan sebaliknya.

Menurut **Sugiyono (2009:183)**, menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumusan *Pearson.*

b. Hipotesis

H0 ; ß1, ß2 = 0, Tidak terdapat implikasi Kelompok Acuan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian motor Yamaha NMAX.

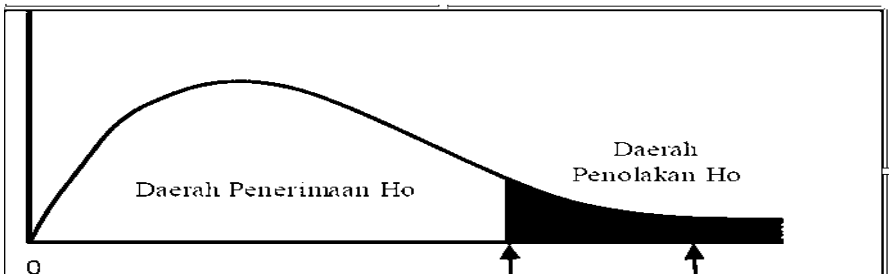
H1 ; ß1, ß2 ≠ 0, Terdapat implikasi Kelompok Acuan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian motor Yamaha NMAX.

c. Kriteria pengujian

H_0 ditolak apabila F_{hitung} > dari F_{tabel}($\alpha = 0,05$)

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

Gambar 3.2 Daerah Penerimaan H0 Pengujian Hipotesis Secara Simultan



Sumber: **Sugiyono (2009:187)**