

## BAB 3

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan sebab akibat. Menurut Sugiyono (2012:8) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu gejala itu dapat diklasifikasikan, dan hubungan gejala sebab akibat, maka peneliti dapat melakukan penelitian dengan memfokuskan pada beberapa variabel(sugiyono).

Variabel independen (X) dalam penelitian ini terdiri dari variabel kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

#### 3.2. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan keragaman produk ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Alasan peneliti melakukan penelitian pada konsumen Indomaret pada wilayah Pasirian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk sebagai variabel independen terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

### **3.3. Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Istijanto Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah dalam penelitian (Istijanto, 2010:33-38)

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari pengisian kuisioner oleh responden yaitu para pengunjung di indomaret wilayah Pasirian. Kuisioner berisi tentang kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Indomaret wilayah Pasirian.

#### **3.3.2 Sumber Data**

Menurut Istijanto (2010:32) menyatakan bahwa data adalah informasi yang dihasilkan oleh riset pemasaran yang merupakan hasil akhir pengolahan selama riset berlangsung. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data internal dan sumber data eksternal, dimana data internal diperoleh dari profil perusahaan dan data eksternal di peroleh dari konsumen pada Indomaret wilayah Pasirian.

### **3.4. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling**

#### **3.4.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2012:61) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Indomaret wilayah Pasirian pada periode Maret-Mei 2021. Konsumen Indomaret pada wilayah pasirian memiliki populasi 100. Untuk populasi yang sebesar itu pada penelitian ini bisa digunakan.

### **3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling**

Menurut Sugiyono (2012:62) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian besar konsumen yang telah melakukan pembelian pada Indomaret di wilayah kecamatan Pasirian.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil secara metode sampling insidental untuk mengambil sampel. Hal tersebut dikarenakan pengambilan sampel dilakukan berdasarkan pertimbangan yang sesuai dengan maksud penelitian. Menurut Sugiyono (2012:67) sampling insidental adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila dipandang orang yang kebetulan di temui cocok sebagai sumber data.

Menurut Sugiyono (2012:74) metode pengumpulan sampel adalah metode yang di kembangkan oleh roscoe dalam buku *Research Methods For Business* yang dikutip sebagai berikut :

- 1) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500.
  - 2) Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka anggota sampel setiap kategori minimal 30.
  - 3) Bila dalam penelitian melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang di teliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel =  $10 \times 5 = 50$
- c. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing masing kelompok antara 10 s/d 20.

Analisi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *multivariate* yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 2 (dua) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang di ambil  $20 \times 3$  variabel = 60 anggota sampel.

### **3.5. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional**

#### **3.5.1 Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono (2012:2) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari sehingga di peroleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (sugiyono).

Variabel dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) macam yaitu :

### **a. Variabel Independen**

Variabel independen sering disebut juga sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent* atau di sebut sebagai variabel bebas. Variabel independent merupakan variabelk yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya dan timbulnya variabel variabel dependen (Sugiyono, 2012:4). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan keragaman produk ( $X_2$ ).

### **b. Variabel Dependen**

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau atau yang menjadi skibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012:4). Variabel ini adalah variabel yang menjadi pusat perhatian peneliti atau menjadi perhatian utama dalam sebuah penelitian . variabel dependen merupakan permasalahan yang akan diselesaikan oleh peneliti atau tujuan dari penelitian.

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y)

## **3.5.2 Definisi Konseptual Variabel**

Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan keragaman produk ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y).

### **a. Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan adalah seberapa baik tingkat layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan untuk mampu memenuhi suatu keinginan maupun harapan konsumen (Farenzia & Raymond, 2020).

## **b. Keragaman Produk**

Menyatakan keragaman produk adalah banyaknya ragam atau macam-macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai banyaknya jenis, merk, warna, bahan, ukuran kualitas serta ketersediaan produk tersebut tiap saat ditoko (Ogi et al., 2018).

## **c. Keputusan Pembelian**

Menurut Fitria & Imam Hidayat (2017) menyatakan bahwa keputusan pembelian merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk apa yang di beli. Konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memilih pilihan alternatif.

### **3.5.3 Definisi Operasional Variabel**

#### **a. Kualitas Pelayanan**

Menurut Adabi (2020), menyakan bawah atribut yang dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi pokok, yaitu:

- 1) Bukti fisik (*tangible*)
- 2) Keandalan (*reability*)
- 3) Daya tangkap (*responsiveness*)
- 4) Jaminan dan kepastian (*assurance*)
- 5) Empati (*empaty*)

Untuk menjaring pendapat responden mengenai variabel kualitas pelayanan, maka disusun kuisioner berdasarkan variabel diatas :

- 1) Sarana dan prasarana yang ada di Indomaret seperti tempat duduk yang disediakan bersih dan nyaman.
- 2) Pelayanan konsumen yang diberikan di Indomaret maksimal dan memuaskan.
- 3) Pelayanan yang diberikan di Indomaret cepat dan tanggap dalam menjawab pertanyaan pelanggan.
- 4) Pelayanan yang diberikan di Indomaret memberikan jaminan yang sopan dan ramah.
- 5) Pelayanan yang diberikan di Indomaret sama tanpa memandang status sosial.

#### **b. Keragaman Produk**

Agustina & Dr. Parjono (2017) menyebutkan indikator keanekaragaman produk yaitu :

- 1) *Variety* (variasi),
- 2) *Depth* (panjang),
- 3) *Consistency* (konsistensi),
- 4) *Balance* (keseimbangan).

Untuk menjaring pendapat responden mengenai variabel keragaman produk, maka disusun kuisioner berdasarkan variabel diatas :

- 1) Produk yang dijual di Indomaret lengkap sesuai dengan kebutuhan saya.
- 2) Produk yang dijual di Indomaret banyak pilihan merek untuk satu jenis produk.
- 3) Produk yang dijual di Indomaret terjaga keberadaannya sehingga saya tidak kesulitan mendapatkan produk yang saya inginkan.
- 4) Produk yang dijual di Indomaret banyak variasi ukurannya sehingga saya bisa menyesuaikan sesuai dengan kebutuhan saya.

### **c. Keputusan Pembelian**

Ada beberapa indikator dalam pengambilan keputusan pembelian menurut (Sholihat, 2018), yaitu:

- 1) Kemantapan pada sebuah produk.
- 2) Kebiasaan dalam membeli produk.
- 3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain.
- 4) Melakukan pembelian ulang.

Untuk menjangkau pendapat responden mengenai variabel keragaman produk, maka disusun kuisioner berdasarkan variabel diatas :

- 1) Saya melakukan pembelian terhadap Indomaret karena yakin akan suatu produk yang akan saya beli.
- 2) Saya melakukan pembelian ulang produk yang sama terhadap Indomaret.
- 3) Saya melakukan pembelian terhadap indomaret dan saya merekomendasikan ke orang lain untuk melakukan pembelian terhadap Indomaret juga.
- 4) Saya senang melakukan pembelian terhadap Indomaret dan saya selalu melakukan pembelian ulang.

### **3.6. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2015:178). Instrumen dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator indikator dan selanjutnya instrumen penelitian dan skala pengukurannya di sajikan dalam tabel berikut:



**Tabel 3.1.**  
**Variabel Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran**

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1	Kualitas pelayanan	Bukti fisik ( <i>tangible</i> )	Sarana dan prasarana yang ada di Indomaret seperti tempat duduk yang di sediakan bersih dan nyaman	Likert	Adabi (2020)
		Keandalan ( <i>reability</i> )	Pelayanan yang ada di Indomaret maksimal dan memuaskan		
		Daya tangkap ( <i>responsiveness</i> )	Pelayanan yang ada di Indomaret cepat dan tanggap dalam menjawab pertanyaan konsumen		
		Jaminan dan kepastian ( <i>assurance</i> )	Pelayanan yang di berikan di Indomaret memberikan jaminan yang sopan dan ramah		
		Empati ( <i>empaty</i> )	Pelayanan yang di berikan di Indomaret sama tanpa memandang status sosial		
2	Keragaman produk	<i>Variety</i> (variasi)	Produk yang dijual di Indomaret lengkap sesuai dengan kebutuhan saya	Likert	Agustina & Dr. Parjono (2017)
		<i>Depth</i> (panjang)	Produk yang dijual di Indomaret banyak pilihan merek untuk satu jenis produk		
		<i>Consistency</i> (konsistensi)	Produk yang dijual di Indomaret terjaga keberadaannya sehingga saya tidak kesulitan mendapatkan produk yang saya inginkan		
		<i>Balance</i> (keseimbangan)	Produk yang dijual di Indomaret banyak variasi ukurannya sehingga saya bisa menyesuaikan sesuai dengan kebutuhan saya		
3	Keputusan Pembelian	Kemantapan pada sebuah produk	Saya melakukan pembelian terhadap Indomaret karena yakin akan suatu produk yang akan saya beli	Likert	Sholihat (2018)

Kebiasaan dalam membeli produk	Saya melakukan pembelian ulang produk yang sama terhadap indomaret
Memberikan rekomendasi kepada orang lain	Saya melakukan pembelian terhadap Indomaret dan saya merekomendasikan ke orang lain untuk melakukan pembelian terhadap indomaret juga
Melakukan pembelian ulang	Saya senang melakukan pembelian terhadap Indomaret dan saya selalu melakukan pembelian ulang

### 3.7. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut :

#### 3.7.1 Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spasifik bila dibandingkan dengan teknik lain, yaitu wawancara dan kuisoner. Teknik pengumpulan data dengan obsevasi digunakan bila di penelitian bekenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala gejala alam dan bila responden yang diamati terlalu besar (Sugiyono, 2017:229).

Observasi dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung kepada pengunjung Indomaret di wilayah Pasirian.

#### 3.7.2 Kuisoner

Kuisoner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat perteanyaan atau pernyataan tertulis kepada respoden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017:225). Teknik skala yang yang digunakan dalam

penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial(Sugiyono, 2015:168) .

Adapun bentuk skala likert antara lain sebagai berikut :

- |                              |     |
|------------------------------|-----|
| a. Sangat Setuju (SS)        | = 5 |
| b. Setuju (S)                | = 4 |
| c. Netral (N)                | = 3 |
| d. Tidak Setuju (TS)         | = 2 |
| e. Sangat Tidak Setuju (STS) | = 1 |

Penyebaran kuisioner kepada pengunjung Indomaret wilayah Pasirian . Dengan menyebarkan kuisioner ini diharapkan peneliti dapat memperoleh data yang kaurat mengenai kualitas pelayanan dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Indomaret wilayah Pasirian. Proses pengukuran data dengan memberikan skor pada masing masing jawaban dari beberapa pertanyaan sebuah kuisioner dalam bentuk angket.

### **3.8. Teknik Analisis Data**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang menggunakan program komputer. Dalam penelitian kuantitatif teknik analisis data yang digunakan sudah jelas yakni responden diarahkan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal (Sugiyono, 2015:238).

Sebelum dilakukan analisis dan uji pengaruh, maka perlu dilakukan uji validitas dan reabilitas. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang

menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berkontribusi normal, terbebas dari multikolonieritas dan heteroskedastisitas.

### 3.8.1 Uji Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reabilitas terhadap kuisioner yang digunakan untuk menjangkau data responden, dimana asumsi dasar harus dipenuhi oleh kuisioner adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahapan berikutnya.

#### a. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu instrumen yang digunakan untuk mengukur kecocokan obyek yang seharusnya diukur. Analisis faktor yang dilakukan pada uji validitas ini adalah dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi setiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antar skor faktor dengan skor total kurang dari 0,3 maka hasil dari instrumen dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2015:173).

#### b. Uji Reabilitas

Reabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat dapat dipercaya dapat diandalkan. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran relatif konsisten dari waktu ke waktu (Purnomo, 2019:70). Metode yang digunakan untuk melihat data sudah reliabel adalah dengan metode *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Kurniawan, (2014:103) suatu

konstruk dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha*  $>0,60$  dan jika hasil  $<0,60$  maka suatu konstruk dikatakan tidak reliabel.

#### Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval Alpha Cronbach	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 – 0,20	Kurang Reliabel
2	0,201 – 0,40	Agak Reliabel
3	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
4	0,601 – 0,80	Reliabel
5	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho , 2011 (2019:49)

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi dalam penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Alat uji yang dilakukan pada uji asumsi klasik adalah uji normalitas data, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas (Purnomo, 2019:49).

#### a. Pengujian Normalitas Data

Uji normalitas data adalah untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui itu perlu dilakukan analisis grafik yang menguji normalitas data dengan melihat normal Probability plot. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas atau normalitas terpenuhi (Umar, 2008:181).

### **b. Pengujian Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Uji Factor (VIF) dimana jika nilai  $<10$  dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 (Purnomo, 2019:56).

### **c. Pengujian Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas adalah digunakan untuk mencari tahu apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam sebuah model regresi. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara scatter plot dengan menggunakan suatu nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti pengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit (Purnomo, 2019:59).

#### **3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda**

Sugiyono (2012:275) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti untuk meramalkan bagaimana suatu keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), apabila dua atau lebih variabel independen sebagai factor prediktor dimanipulasi. Sehingga analisis regresi linier berganda tersebut dilakukan bila keseluruhan variabel bebasnya minimal dua.

**Rumus Regresi Linier Berganda:**

$$Y = a + b_1.X1 + b_2.X2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Koefisien Konstanta

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = keragaman Produk

E = Error

**Rumus Regresi linier Berganda pada penelitian ini adalah:**

$$Kp = a + b_1.Kl + b_2.Kpro + \varepsilon$$

Keterangan :

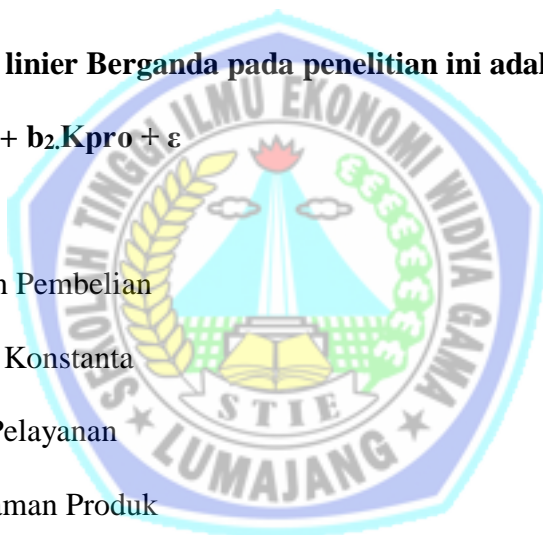
Kp = Keputusan Pembelian

a = Koefisien Konstanta

Kl = Kualitas Pelayanan

Kpro = Keragaman Produk

E = Error

**3.8.4 Pengujian Hipotesis**

Analisis regresi linier berganda sudah dilakukan maka langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun secara signifikan antara variabel independen yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan keragaman produk ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian ( $Y$ )

### a. Uji t (uji parsial)

Menurut Widarjono (2015:22) uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen. Peneliti mengajukan dua hipotesis yaitu hipotesis  $H_0$  dan hipotesis alternatif  $H_a$ . Hipotesis nol dianggap benar kemudian akan dibuktikan salah berdasarkan sampel yang ada. Sedangkan hipotesis alternatif harus memiliki kebenaran ketika hipotesis nol dibuktikan salah. Adapun langkah langkah pengujian sebagai berikut:

#### 1) Merumuskan hipotesis

##### a. Hipotesis pertama

$H_a$  : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Indomaret Pasirian.

##### b. Hipotesis kedua

$H_a$  : Terdapat pengaruh keragaman produk yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Indomaret Pasirian.

#### 2) Menentukan kriteria pengujian:

#### 3) Menentukan besarnya $t_{tabel}$

$t_{tabel}$  dapat dicari dengan mengamati tabel statistik pada tingkat signifikansi  $\alpha$  sebesar 0,05 serta derajat kebebasan  $df = n-k-1$  dengan menggunakan uji 2 sisi (n yaitu jumlah data dan k yaitu jumlah variabel independen)

#### 4) Menentukan kriteria pengujian:

- a) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel} \alpha = 5\%$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (bepengaruh)
- b) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel} \alpha = 5\%$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak (tidak bepengaruh)



5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  untuk mengetahui tingkat signifikansi.

#### **b. Uji F (simultan)**

Menurut Widarjono (2015:19) mengungkapkan bahwa uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F dijelaskan dengan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA). Langkah langkahnya sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis

$H_a$  : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan keragaman produk secara simultan yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Indomaret Pasirian.

2) Mencari nilai F hitung dan nilai F kritis dari tabel distribusi F nilai F kritis berdasarkan besarnya  $\alpha$  dan  $df$  dimana besarnya ditentukan oleh numerator ( $k-1$ ) dan  $df$  untuk denominator ( $n-k$ )

3) Menentukan besarnya  $F_{tabel}$

$F_{tabel}$  dapat dicari dengan mengamati tabel statistic dengan tingkat signifikansi  $\alpha$  sebesar 0,05 serta derajat kebebasan  $df_1$  (jumlah variabel-1) dan  $df_2$  ( $n-k-1$ ). Dengan keterangan bahwa :  $n$  yaitu jumlah data dan  $k$  yaitu jumlah variabel independen.

4) Membuat kesimpulan dari perbandingan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dan berdasarkan signifikansi dengan kriteria yang telah ditetapkan.

### 3.8.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi menggambarkan kemampuan model dimana menjelaskan variasi yang terjadi dalam variabel dependen. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang digunakan adalah  $R_{\text{square}}$ . Dimana nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan satu. Model yang baik menghasilkan nilai  $R^2$  yang tinggi, dianggap baik jika nilai  $R^2$  diatas 80% (Paramita & Rizal, 2018:81-82). Koefisien determinasi diperoleh dari total variasi variabel Y (dependen) yaitu keputusan pembelian. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam penelitian digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yakni kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yakni keputusan pembelian pada Indomaret wilayah Pasirian.

Koefisien determinasi biasa disebut dengan koefisien determinasi majemuk yang hampir sama dengan koefisien  $r^2$ .  $R$  juga hampir sama dengan  $r$ , hanya saja keduanya berbeda didalam fungsi kecuali regresi linier berganda. Determinasi regresi linier berganda menggunakan  $R_{\text{square}}$ .

Variabel X (independen) yaitu kualitas pelayanan dan keragaman produk yang dinyatakan dalam prosentase. Apabila diperoleh  $R^2 = 1$  atau mendekati 1, maka garis regresi yang dihasilkan semakin baik, jika garis regresi mendekati 0 maka garis regresi dinyatakan kurang baik (Widarjono, 2015:17).