

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang bertujuan menganalisis dan mengkaji terkait populasi dan juga sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab-akibat. Jadi di dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi) (Sugiyono, 2015:36).

#### **3.2 Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah variabel independen berupa harga ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen yakni keputusan pembelian ( $Y$ ) pada *smartphone* Xiaomi di ITB Widya Gama Lumajang.

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

##### **3.3.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yaitu sebagai berikut :

#### **a. Data Primer**

Data Primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh penelitian langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Siregar 2015:37). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari pengisian kuisisioner yang berasal dari responden yaitu para mahasiswa pengguna *smartphone* Xiaomi di ITB Widya Gama Lumajang.

#### **b. Data Sekunder**

Data Sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya (Siregar 2015:37). Data sekunder diperoleh dari media internet, literatur, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

### **3.3.2 Sumber Data**

Menurut Ratna dan Noviansyah (2018:72) data internal merupakan data yang berasal dari dalam organisasi atau pihak perusahaan tersebut. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data internal yang diperoleh dari data mahasiswa Manajemen A semester akhir ITB Widya Gama Lumajang khususnya yang menggunakan *smartphone* Xiaomi.

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

### **3.4.1 Populasi**

Populasi merupakan daerah generalisasi yang terdiri dari objek ataupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti

untuk mempelajari kemudian menarik kesimpulan (Sugiyono, 2015:92). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yakni para mahasiswa Manajemen A semester akhir pengguna *smartphone* Xiaomi di ITB Widya Gama Lumajang.

Tabel 3.1 Mahasiswa Manajemen A semester akhir pengguna *smartphone* Xiaomi di ITB Widya Gama Lumajang.

Kelas A	Jumlah Mahasiswa	Mahasiswa Pengguna <i>smartphone</i> Xiaomi
MA 1	32 Mahasiswa	13 Mahasiswa
MA 2	27 Mahasiswa	11 Mahasiswa
MA 3	32 Mahasiswa	13 Mahasiswa
MA 4	28 Mahasiswa	11 Mahasiswa

Jadi jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 48 Mahasiswa.

### 3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan kesimpulannya akan dapat diperlakukan untuk populasi, untuk itu populasi yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili (Sugiyono, 2015:120). Teknik sampling ialah teknik pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampling jenuh.

Teknik sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2014). Jumlah populasi dalam penelitian ini sejumlah 48 mahasiswa yang menggunakan *smartphone* Xiaomi.

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

#### 3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau juga nilai diri seseorang, obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk tujuan dipelajari serta kemudian dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2012:38). Dalam penelitian ini menggunakan 2 (dua) variabel independen yaitu harga dan kualitas produk dan 1 (satu) variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

##### a. Variabel Independen

Variabel ini juga sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012:4). Adapun variabel independen dalam penelitian ini, yaitu :

- 1) Harga ( $X_1$ )
- 2) Kualitas Produk ( $X_2$ )

##### b. Variabel Dependen

Variabel ini sering juga disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, dikarenakan adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012:4). Adapun variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y).

### 3.5.2 Definisi Konseptual

#### a. Harga

Harga adalah menentukan keberhasilan pemasaran produk. Kebijakan harga dapat dilakukan pada setiap tingkatan distribusi, seperti oleh produsen, oleh grosir dan ritailer (pedagang eceran) penentu posisi pasar dan harga tidak cukup bervariasi untuk butir-butir produk, segmen pasar, saluran tempat, dan kesempatan pembeli yang berbeda (Manap, 2016:98).

#### b. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya (Kotler dan Armstrong, 2012).

#### c. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian (Tjiptono, 2014:21).

### 3.5.3 Definisi Operasional

#### a. Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012 : 314) menjelaskan ada empat ukuran yang mencirikan harga (*price*) adalah keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya beli. Di bawah ini penjelasan empat ukuran harga (*price*), yaitu:

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga
- 3) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat

Berdasarkan indikator harga, dapat disusun kuisioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut :

- 1) Harga *smartphone* Xiaomi cukup terjangkau.
- 2) Harga *smartphone* Xiaomi sesuai dengan kemampuan.
- 3) Harga *smartphone* Xiaomi sesuai dengan kualitas produk.
- 4) Harga *smartphone* Xiaomi sesuai dengan manfaat produk.

#### b. Kualitas Produk

Menurut Garvin dalam Tjiptono dan Chandra (2012) kualitas produk dapat diukur melalui beberapa dimensi sebagai berikut.

- 1) Kinerja (*performance*)
- 2) Fitur (*features*)
- 3) Keandalan (*reliability*)
- 4) Daya tahan (*durability*)

- 5) Kemampuan pelayanan (*serviceability*)
- 6) Estetika (*aesthetics*)

Berdasarkan indikator kualitas produk, dapat disusun kuisisioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut :

- 1) Produk *smartphone* Xiaomi mampu menjalankan aplikasi dengan baik.
- 2) Produk *smartphone* Xiaomi memiliki berbagai fungsi.
- 3) Produk *smartphone* Xiaomi dapat digunakan pada setiap momen.
- 4) Produk *smartphone* Xiaomi memiliki daya tahan yang baik.
- 5) Produk *smartphone* Xiaomi memiliki *service center* dan suku cadangnya mudah dicari.
- 6) Produk *smartphone* Xiaomi menggunakan bahan yang bagus dan memiliki bentuk atau model yang menarik sehingga dapat memberikan kepuasan konsumen.

### c. Keputusan Pembelian

Dalam memenuhi kebutuhannya, seorang konsumen akan berada dalam suatu proses pengambilan keputusan pembelian konsumen yang terdiri dari lima tahap, yaitu identifikasi masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan evaluasi pasca pembelian (Abubakar, 2018:94):

- 1) Identifikasi Masalah
- 2) Pencarian Informasi
- 3) Evaluasi Alternatif
- 4) Keputusan Pembelian
- 5) Evaluasi Pasca Pembelian

Berdasarkan indikator kualitas produk, dapat disusun kuisioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut :

- 1) Saya membeli *smartphone* Xiaomi atas dasar kebutuhan.
- 2) Sebelum membeli *smartphone* Xiaomi, saya mencari informasi terlebih dahulu.
- 3) Saya membandingkan *smartphone* Xiaomi dengan produk *smartphone* merk lain.
- 4) Saya memutuskan membeli *smartphone* Xiaomi karena saya yakin dan tidak ragu-ragu untuk menggunakannya.
- 5) Saya memutuskan untuk tetap membeli karena *smartphone* Xiaomi bagus dan mampu bertahan lama.

### 3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2015:178). Instrumen penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator variabel dan selanjutnya instrumen penelitian dan skala pengukurannya disajikan sebagai berikut :

Tabel 3.2 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Harga (X1)	Keterjangkauan harga	Harga <i>smartphone</i> Xiaomi cukup terjangkau.	Ordinal	Kotler dan Amstrong (2012:314)
		Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Harga <i>smartphone</i> Xiaomi sesuai dengan kemampuan.		
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga <i>smartphone</i> Xiaomi sesuai dengan kualitas produk.		



No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		Kesesuain harga dengan manfaat	Harga <i>smartphone</i> Xiaomi sesuai dengan manfaat produk.		
2.	Kualitas produk (X2)	Kinerja ( <i>performance</i> )	Produk <i>smartphone</i> Xiaomi mampu menjalankan aplikasi dengan baik.	Ordinal	Garvin dalam Tjiptono dan Chandra (2012)
		Fitur ( <i>features</i> )	Produk <i>smartphone</i> Xiaomi memiliki berbagai fungsi.		
		Kehandalan ( <i>reliability</i> )	Produk <i>smartphone</i> Xiaomi dapat digunakan pada setiap momen.		
		Daya tahan ( <i>durability</i> )	Produk <i>smartphone</i> Xiaomi memiliki daya tahan yang baik.		
		Kemampuan pelayanan ( <i>serviceability</i> )	Produk <i>smartphone</i> Xiaomi memiliki <i>service center</i> dan suku cadangnya mudah dicari..		
		Estetika ( <i>aesthetics</i> )	Produk <i>smartphone</i> Xiaomi menggunakan bahan yang bagus dan memiliki bentuk atau model yang menarik sehingga dapat memberikan kepuasan konsumen.		
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Identifikasi masalah	Saya membeli <i>smartphone</i> Xiaomi atas dasar kebutuhan.	Ordinal	Abubakar, (2018:94)
		Pencarian informasi	Sebelum membeli <i>smartphone</i> Xiaomi saya mencari informasi terlebih dahulu.		
		Evaluasi alternatif	Saya membandingkan <i>smartphone</i> Xiaomi dengan produk <i>smartphone</i> merk lain.		
		Keputusan pembelian	Saya memutuskan membeli <i>smartphone</i> Xiaomi karena saya yakin dan tidak ragu-ragu untuk menggunakannya.		
		Evaluasi pasca pembelian	Saya memutuskan untuk tetap membeli karena <i>smartphone</i> Xiaomi bagus dan mampu bertahan lama.		

### **3.7 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.7.1 Observasi**

Menurut Sudaryono (2018:216) observasi merupakan suatu teknik yang bertujuan mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang dijalankan.

#### **3.7.2 Wawancara**

Menurut Sudaryono (2018:212) wawancara merupakan suatu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara bisa dilakukan dengan cara bertemu langsung dengan narasumber ataupun secara tidak langsung melalui komunikasi *online* dengan telepon.

#### **3.7.3 Kuisisioner**

Menurut Sugiyono (2017:225) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan untuk masing-masing variabel bebas yaitu harga dan kualitas produk, dan variabel terikat yaitu keputusan pembelian dengan cara memberikan skor pada tiap pertanyaan yang dijawab.

Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Adapun bentuk skala *likert* antara lain:

Tabel 3.3 Skala *likert*

No	Pernyataan	Nilai
1	Sangat setuju, selalu, sangat positif, sangat baik	5
2	Setuju, sering, positif, baik	4
3	Ragu-ragu, kadang-kadang, netral, cukup baik	3
4	Tidak setuju, tidak pernah, negatif, tidak baik	2
5	Sangat tidak setuju, sangat negatif, sangat tidak baik	1

Sumber: (Sugiyono, 2015:136)

### 3.7.4 Studi Pustaka

Studi pustaka adalah kegiatan mendalami, mencermati, menelaah dan mengidentifikasi pengetahuan (Fitrah & Luthfiyah, 2017). Studi pustaka dalam penelitian ini berupa dokumen-dokumen, buku-buku, jurnal atau artikel dan literatur tentang harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012:428) teknik analisis merupakan proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi dengan metode mengorganisasikan terhadap data tersebut ke dalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, selanjutnya membuat kesimpulan dari pemahaman yang secara mudah oleh diri sendiri dan orang lain. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- a. Menentukan populasi yang akan diteliti.
- b. Menentukan jumlah sampel yang akan di teliti.

- c. Penyebaran kuesioner untuk menjaring pendapat responden mengenai pendapat di masing-masing indikator pada setiap variabel.
- d. Merekap jawaban kuesioner dari responden.
- e. Mengolah data menggunakan aplikasi SPSS versi 22 untuk menentukan frekuensi masing-masing indikator pada setiap variabel.
- f. Pengujian instrumen (validitas, reabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), regresi linier berganda, uji hipotesis (uji parsial), koefisien determinasi.

### 3.8.1 Uji Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reabilitas terhadap kuisisioner yang dilakukan untuk menjaring data responden, dimana asumsi dasar harus dipenuhi oleh kuisisioner yaitu data harus *valid* dan *reliable* untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahapan berikutnya.

#### a. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu instrumen yang dilakukan untuk mengatur kecocokan objek 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 Reliabilitas

Menurut Sudaryono, (2018:322) reliabilitas ialah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Reabilitas berhubungan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data maupun temuan. Suatu hasil pengukuran akan dapat dipercaya jika dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama, selama aspek yang diukur didalam subjek memang belum pernah berubah. Suatu kuisioner bisa disebut reliabilitas apabila kuisioner tersebut stabil serta dapat diandalkan sehingga dalam penggunaan kuisioner tersebut berkali – kali memberikan hasil yang sama.

Tabel 3.4 Indeks Kriteria Reabilitas

No	Interval <i>Alpha Cronbach</i>	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 : Sugiyono (2012:215)

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut (Kurniawan 2014:156) uji asumsi klasik merupakan pengujian yang dilakukan pada penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Alat uji yang dilakukan pada uji asumsi klasik adalah normalitas data, multikolinearitas data, dan uji heteroskedastisitas.

### a. Pengujian Normalitas Data

Kurniawan (2014:156) Untuk mendeteksi normalitas data dapat juga dengan uji Kolmogorov Smirnov dilihat dari nilai residual. Dikatakan normal bila nilai yang dihasilkan atas nilai signifikansi yang ditetapkan. Kriteria uji Kolmogorov Smirnov bisa dikatakan probabilitas yaitu, sebagai berikut :

1. Jika probabilitas  $\geq 0,05$  maka didistribusikan dari populasi adalah normal.
2. Jika probabilitas  $< 0,05$  populasi tidak berdistribusikan secara normal.

### b. Pengujian Multikolinearitas Data

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier berganda ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas adalah dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dalam Kurniawan (2014:157). Jika nilai VIF  $< 10$  dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas, sehingga semakin tinggi VIF maka semakin rendah *tolerance*.

### c. Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Hal ini muncul saat model yang diamati tidak memiliki varian yang konstan dari satu penelitian ke penelitian yang lainnya sehingga terjadi kesalahan atau residual. Saat *variance* dari pengamatan satu ke pengamatan lain tetap disebut homokedastisitas, sedangkan heteroskedastisitas terdeteksi jika pengamatan satu ke pengamatan lain berbeda. Metode *glejser* dapat digunakan dalam Uji heteroskedastisitas, yaitu dengan menyusun regresi absolut residual dengan variabel bebas (Kuncoro,

2018:117). Berikut dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *gesler*:

1. Jika nilai signifikan (*sig*) lebih besar sama dengan 0,05, maka kesimpulannya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Sebaliknya jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas.

### 3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Siregar (2015:301) regresi linier berganda adalah pengembangan dari regresi sederhana, yaitu sama dengan alat digunakan untuk memperkirakan permintaan dimasa yang akan datang yang berlandaskan data dimasa lalu untuk mengetahui dampak satu variabel bebas atau lebih (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*). Ketidaksamaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas yang digunakan. Perbedaan penerapan metode regresi berganda yaitu jumlah variabel bebas yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi suatu variabel tak bebas. Persamaan ini yaitu,

$$BD = a + b_1 P + b_2 PQ$$

Keterangan :

BD = Keputusan Pembelian

*a* dan *b* = Konstanta

P = Harga

PQ = Kualitas Produk

### 3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah analisis regresi linier berganda sudah dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis guna mengetahui pengaruh secara signifikan antara variabel independen yaitu pengaruh harga ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian ( $Y$ ).

#### a. Uji t (Parsial)

Menurut Widarjono, (2015:22) uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen, peneliti mengajukan dua 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. Berdasarkan rumusan masalah serta tujuan dalam penelitian ini, maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

##### 1) Merumuskan Hipotesis

###### a) Hipotesis Pertama

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.

$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.

###### b) Hipotesis Kedua

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.



$H_a$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi.

- 2) Pada penelitian ini digunakan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05). Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_a$  diterima, artinya variabel independen (bebas) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat). Sedangkan jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_a$  ditolak, artinya variabel dependen (bebas) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat).
- 3) Menentukan kriteria pengujian:  
 Jika  $-t \text{ hitung} \leq -t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima  
 Jika  $-t \text{ hitung} > -t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  ditolak, maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak
- 4) Membandingkan  $t$  hitung dengan  $t$  tabel
- 5) Kesimpulan

### 3.8.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa baik garis regresi yang sesuai dengan data aktualnya yang ditunjukkan dalam berdasarkan determinasi ( $R^2$ ) antara 0 sampai 1. Koefisien determinasi diperoleh dari total variasi variabel Y (dependen) yaitu keputusan pembelian yang dijelaskan oleh variabel X (independen) yaitu harga dan kualitas produk yang dinyatakan dalam prosentase. Koefisien determinasi menggunakan angka  $R^2$ , 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). Jadi koefisien determinasi dalam penelitian ini untuk mengukur kemampuan variabel harga dan kualitas produk yang signifikan dalam menjelaskan keputusan pembelian *smartphone* Xiaomi oleh mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang.

