

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal. Jenis penelitian ini dapat diartikan penelitian assosiatif yang bersifat kausal, dimana ada hubungan sebab akibat antara variabel independen atau variabel yang mempengaruhi dan variabel yang dipengaruhi (Sugiyono, 2016:67).

#### **3.2 Objek Penelitian**

Sugiyono (2015:86) menyatakan bahwa. objek penelitian merupakan satu atribut sifat dari orang objek atau keinginan yang akan mempunyai variasi tertentu yang akan di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian akan ditarik kesimpulannya.

Variabel independen yaitu merek (X1), keragaman produk (X2), promosi (X3) pelayanan (X4) merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Dalam sebuah penelitian ini lokasi yang akan dipilih adalah Doremi pizza lumajang dan pertimbangan-pertimbangan yang akan mendasari penelitian akan memilih lokasi di Doremi pizza lumajang adalah

- a. Doremi pizza lumajang merupakan menjual berbagai macam menu.
- b. Doremi pizza lumajang menu makanan yang sangat di sukai oleh anak anak atau pun orang dewasa objek penelitian merek (X1), keragaman produk

( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ) pelayanan ( $X_4$ ) merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).

### **3.3 Jenis Dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis Data**

Harahap (2020) menyatakan bahwa jenis data adalah jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini berupa data primer.

Data primer merupakan data asli yang akan dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus data primer diperoleh langsung dari sumber nya sehingga periset akan menjadi tantangan pertama yang memperoleh data tersebut. Data primer yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh konsumen yang akan membeli di Doremi Pizza Lumajang.

#### **3.3.2 Sumber Data**

Harahap dkk (2020) menyatakan bahwa sumber data merupakan dari mana data berasal Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu sumber data internal, data internal merupakan data yang akan tersedia di dalam perusahaan biasanya yang berkaitan dengan kegiatan operasional perusahaan yang akan dicatat secara rutin.

Data internal dalam penelitian ini akan diperoleh dari outlet Doremi pizza lumajang yaitu surat izin, data profil perusahaan situ dan siup.

### 3.4 Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling

#### 3.4.1 Populasi

Sugiyono (2013:87) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang akan mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang akan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian akan ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini, populasi responden berjumlah 40 pembeli pizzadi Doremi Lumajang.

#### 3.4.2 Sampel Dan Teknik Sampling

Sugiyono (2013:87) menyatakan bahwa merupakan sebagian dari populasi yang merupakan penduduk atau individu yang jumlahnya kurang dari populasi serta memiliki minimal satu sifat yang sama dengan ciri-ciri populasi. Sugiyono (2015:67) menyatakan bahwa metode penentuan sampel yang digunakan adalah metode yang dikembangkan oleh *rescoe* dalam buku *Research Methode For Business*. Tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 300.
- b. Bila sampel dibagi dalam katagori (Misalnya : pria – wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain), maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam peneltian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali

dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitian ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel  $10 \times 5 = 50$ .

- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang digunakan menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing – masing antara 10 sampai dengan 20. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli pizza yang berasal dari Kecamatan Lumajang yang mana setiap variabel penelitian mengambil sebanyak 10 sampel konsumen. Jadi, sampel yang diambil oleh peneliti adalah  $4 \text{ variabel} \times 10 \text{ Sampel} = 40$ . Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti berdasarkan populasi yang ada, yaitu dengan menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan metode incidental. Insidental merupakan teknik pengambilan sampel secara kebetulan dengan peneliti, ketika dilakukan penelitian (Sugiyono, 2013:122).

### **3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual Dan Definisi Operasional**

#### **3.5.1 Variabel Penelitian**

Sugiyono (2015:72) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah segala sesuatu yang akan berbentuk apa saja yang akan ditetapkan oleh para peneliti untuk dipelajari sehingga akan diperoleh informasi tentang hal hal tersebut, kemudian akan ditarik kesimpulannya.

Variabel dalam penelitian ini menggunakan 4 variabel terdiri dari empat variabel independen yaitu merek, keragaman produk, promosi, pelayanan merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan satu variabel independen yaitu kepuasan para pelanggan.

### a. Variabel Independen

Sugiyono (2013:98) menyatakan bahwa variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *ante cendat*, dalam bahasa Indonesia yang sering disebut sebagai variabel bebas variabel bebas adalah variabel yang akan mengetahui dan yang menjadi sebab perubahan nya atau timbulnya variabel dependen.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah harga merek ( $X_1$ ), keragaman produk ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ) pelayanan ( $X_4$ ) merupakan faktor yang berpengaruh terhdap keputusan pembelian (Y).

### b. Variabel Dependen

Sugiyono (2013:88) menyatakan bahwa variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia yang sering disebut variabel terkait variabel merupakan variabel yang akan dipengaruhi dan menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Adapun penelitian ini yang akan menjadi variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y).

### 3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah definisi yang menjelaskan konsep dengan menggunakan pemahaman untuk peneliti secara singkat, jelas, dan tegas. Teori teori ini yang akan mendasari merek, keragaman produk, promosi terhadap keputusan pembelian ini merupakan *literatur* yang berhubungan dengan keempat variabel penelitian tersebut.

**a. Merek ( $X_1$ )**

- 1) Kekuatan asosiasi merek (*Strength of brand association*)
- 2) Keuntungan asosiasi merek (*Favourability of brand association*)
- 3) Keunikan asosiasi merek (*Uniqueness of brand association*)

Berdasarkan indikator tentang merek dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut :

- 1) Doremi pizza terkenal dari mulut kemulut, karna doremi pizza harga terjangkau, rasa enak
- 2) Merek doremi pizza gampang di ingat oleh pelanggan
- 3) Keunikan doremi pizza ada dirasa .

**b. Produk ( $X_2$ )**

Indikator kualitas produk terdiri dari 3 bagian (Kotler, 2012:146) yaitu

- 1) Kinerja (*Performance*).
- 2) Daya tahan (*Durability*).
- 3) Keandalan (*Reliability*).

Berdasarkan indikator tentang *produk* diatas maka disusun pernyataan yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Pelanggan akan sangat kecewa jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi harapan mereka.
- 2) Daya tahan menu yang ada di doremi pizza tidak tahan lama.
- 3) Produk di doremi pizza memuaskan konsumen

**c. Promosi X3**

Menurut Kotler & Amstrong (2016:432) menyatakan bahwa terdapat beberapa indikator, yang dapat diukur yaitu sebagai berikut:

- 1) *Advertising* (periklanan)
- 2) *Sales Promotion* (promosi penjualan)
- 3) *Personal Selling* (penjualan perseorangan)

Berdasarkan indikator tentang *promosi* diatas maka disusun pernyataan yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Doremi pizza memberikan iklan melalui media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *telegram*.
- 2) Doremi pizza memberikan promosi melalui potongan harga dan di promosikan lewat media sosial.
- 3) Sebelum melakukan pembelian, doremi pizza memperkenalkan suatu produk kepada pelanggan yang akan membeli.

**d. Kualitas Pelayanan X4**

Menurut Tjiptono (2011) dalam kasus pemasaran jasa, dimensi kualitas yang sering dijadikan acuan adalah:

- 1) *Reliabilitas*, memberikan pelayanan yang dijanjikan secara cepat, dan memuaskan pelanggan
- 2) *Responsivitas*, Karyawan memberikan pelayanan yang baik dan cepat untuk pelangganya
- 3) Bukti fisik (*tangibles*), Kenyamanan dan komunikasi di doremi pizza sangat baik

Berdasarkan indikator tentang kualitas pelayanan diatas maka disusun pernyataan yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Doremi pizza memperkenalkan menu dan harga
- 2) Di doremi pizza karyawan sangat sopan, dan ramah.
- 3) Jaminan di dormi pizza membuat kosumen measa betah aman dan nyaman
- 4) Selalu menawarkan apa yang di butuhksan pelanggan
- 5) Perlengkapn di doremi pizza sangat mendukung sehingga pelanggan merasa senang dengan playanany

**e. Keputusan Pembelian Y**

Kotler (2012:251) menyatakan bahwa bagi konsumen, pembelian bukan hanya merupakan suatu tindakan saja (misalnya karena produk), melainkan terdiri atas beberapa tindakan yang satu dan lainnya saling berkaitan. Indikator-indikator keputusan pembelian terdiri atas sebagai berikut:

- 1) Pilihan Merek
- 2) Waktu pembelian
- 3) Jumlah pembelian

Berdasarkan indikator tentang keputusan pembelian diatas maka disusun pernyataan yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Konsumen akan memilih merek yang di beli dengan keinginan konsumen
- 2) Waktu pembelian di doremi pizza jam 09.00-21.00
- 3) Doremi pizza membuat produk lebih banyak karna banyak peminat dan pembeli

### 3.6 Instrumen Penelitian

Sugiyono (2013:119) menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah salah satu alat yang akan digunakan dan mengukur fenomena alam maupun sosial yang akan diamati. Secara spesifik sesama fenomena ini akan disebut variabel penelitian.

Sugiyono (2013:105) menyatakan bahwa skala pengukuran merupakan kesepakatan yang akan digunakan sebagai acuan dan untuk memperpanjang pendekat nya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur akan disebut bila akan digunakan dalam pengukuran dan akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal.

Dalam penelitian ini pembuatan instrumen penelitian akan mengumpulkan data dari variabel dimensi indikator dan nomor item dari pertanyaan yang disatukan pada table

Sugiyono (2013:76) menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah salah satu alat yang akan digunakan dan mengukur fenomena alam maupun sosial yang akan diamati. Secara spesifik sesama fenomena ini akan disebut variabel penelitian.

Dalam penelitian ini ada beberapa instrumen yaitu:

- a. Instrumen untuk mengukur harga
- b. Instrumen untuk mengukur kualitas pelayanan
- c. Instrumen untuk mengukur kualitas produk.
- d. Instrumen untuk mengukur promosi.
- e. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian

Sugiyono (2013:77) menyatakan bahwa skala pengukuran merupakan kesepakatan yang akan digunakan sebagai acuan dan untuk memperpanjang pendekat nya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur akan disebut bila akan digunakan dalam pengukuran dan akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal.

Table 3.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrument	Skala Pengukuran	Sumber
1	Merek (X1)	Kekuatan asosiasi merek	Doremi pizza terkenal dari mulut kemulut, karna doremi pizza harga terjangkau, rasa enak	Ordinal	Anssauri (2015 ) Ordinal
		Kuntunga asosiasi merek	Merek doremi pizza gampang di ingat oleh pelanggan		
		Keunikan asosiasi merek	Keunikan doremi pizza ada dirasa		
2	Produk (X2)	Kinerja	Pelanggan akan sangat kecewa jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi harapan mereka	Ordinal	(Kotler, P., & Amstrong, 2012)
		Daya tahan	Daya tahan menu yang ada di doremi pizza tidak tahan lama		
		Keandalan	Produk di doremi pizza memuaskan konsumen		
3	Promosi (X3)	<i>Advertising</i> (periklanan)	Doremi pizza memberikan iklan melalui media sosial seperti <i>facebook</i> , <i>instagram</i> , <i>telegram</i>	Ordinal	(Kotler & Amstrong, 2016:432)
		<i>Sales Promotion</i> (promosi penjualan)	Doremi pizza memberikan promosi melalui potongan harga dan di		

No	Variabel	Indikator	Instrument	Skala Pengukuran	Sumber
4	Kualitas Pelayanan (X4)		promosian lewat media social	Ordinal	(Tjiptono, 2011)
		<i>Personal Selling</i> (penjualan perseorangan)	Sebelum melakukan pembelian, doremi pizza memperkenalkan suatu produk kepada pelanggan yang akan membeli		
		Reliabilitas	Doremi pizza memperkenalkan menu dan harga		
		Responsivitas	Doremi pizza memperkenalkan menu dan harga		
5	Keputusan Pembelian (Y)	Bukti fisik	Selalu menawarkan apa yang di butuhkan pelanggan	Ordinal	(Kotler, P., & Armstrong, 2012)
		Pilihan Merek	Konsumen akan memilih merek yang di beli dengan keinginan konsumen		
		Waktu Pembelian	Waktu pembelian di doremi pizza jam 09.00-21.00		
		Jumlah Pembelian	Doremi pizza membuat produk lebih banyak karna banyak peminat dan pembeli		

### 3.7 Metode Pengumpulan Data

#### 3.7.1 Wawancara

Sugiyono (2015) menyatakan bahwa wawancara adalah teknik dalam pengumpulan data di mana pewawancara yang diberikan tugas melakukan pengumpulan data dalam pengumpulan data mengajukan satu pertanyaan kepada yang akan diwawancarai.

Wawancara yang akan di lakukan dalam penelitian ini adalah mewawancarai dengan pemimpin dan para pelanggan di Doremi pizza Lumajang.

### 3.7.2 Kuesioner

Sugiyono (2013) menyatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dengan cara akan membeli seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang tertulis kepada responden untuk dijawab.

Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan penelitian yang akan diberikan kepada para pelanggan yang datang ke Doremi Pizza Lumajang dengan menyebarkan yang diharapkan akan mendapatkan data pengaruh harga dan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan para pelanggan di Doremi Pizza Lumajang.

Sebuah pengukuran data untuk variabel dalam kepuasan para pelanggan di Doremi pizza lumajang jawaban dari butir pertanyaan *conditioner* yang memberikan skor dalam penelitian ini berdasarkan skala likert.

Adapun bentuk skala likert Sugiyono (2013) sebagai berikut:

- a. Sangat setuju / selalu/ sangat positif (SS/SL) di beri skor 5
- b. Setuju / sering/positif (ST/SR) di beri skor 4
- c. Ragu-ragu/kadang kadang/netral (RR/KS) di beri skor 3
- d. Tidak setuju/hamper tidak pernah/negative (TS/TP) di beri skor 2
- e. Sangat tidak setuju\ hamper tidak pernah /negative (ST/TP) di beri skor1

### 3.7.3 Studi Pustaka

Studi pustaka adalah kegiatan mendalami, mencermati, menelaah dan mengidentifikasi pengetahuan (Sugiyono, 2013). Studi pustaka dalam penelitian

ini berupa jurnal, artikel, buku-buku maupun literature yang berkaitan dengan masalah penelitian.

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Menganalisis variabel (X) yang terdiri tiga variabel harga kualitas produk dan kualitas pelayanan yang terhadap variabel independen (Y) yaitu kepuasan para pelanggan, untuk menggunakan teknik tersebut akan diuji hipotesis yang akan menyatakan ada pengaruh yang secara parsial dan simultan diantaranya variabel independen (merek (X1), keragaman produk (X2), promosi (X3) pelayanan (X4) merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Sugiyono (2013) menyatakan bahwa teknik analisa data sesuai dengan hipotesis dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian maka akan digunakan analisis regresi linier berganda dengan bentuk hubungan *asosiatif* kasual, yang akan digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel independen penelitian ini sebelum melakukan analisa dan akan di uji pengaruh, maka konsekuensi perlu dilakukan uji validasi dan rehabilitas, selanjutnya akan dilakukan analisa dan uji pengaruh yang akan menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data yang harus di distribusi normal, terbebas.

#### **3.8.1 Pengujian Instrumen**

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan untuk menjaring data responden dimana asumsi dasar harus dipenuhi oleh kuesioner

adalah data harus valid dan reliabel untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahapan berikutnya.

#### a. Uji Validitas

Kurniawan (2016), uji validitas untuk mengetahui keabsahan atau ketepatan item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Analisa faktor dilakukan dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir-butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2012:178).

#### b. Uji Reabilitas

Kurniawan (2016) menyatakan bahwa uji reabilitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui kehandalan suatu item pertanyaan dalam mengukur variabel. Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Nugroho (2011:33) mengemukakan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat *koefisien Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam tabel berikut.

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

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 : Nugroho (2011:33)

Berdasarkan tabel 3.2 di atas dapat dikatakan bahwa suatu konstruk dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha*  $>0,60$  dan jika hasil  $<0,60$  maka suatu konstruk dikatakan tidak reliabel.

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui apakah variabel independen, dependen, atau bahkan keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau sama sekali tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan Uji normalitas, uji normal *P Plot*, *Skewness* dan *Kurtosis* atau uji *Kolmogorov Smirnov* (Umar, 2011.181).

Untuk mendeteksi normalitas data pada penelitian ini di uji dengan uji *Kolmogorov Smirnov*. Uji normalitas yang dilihat dari nilai residual yang dapat dikatakan normal apabila nilai residual yang dihasilkan di atas nilai signifikan yang di tetapkan. Dimana terdapat dasar pengambilan keputusan :

- 1) Jika nilai signifikan  $> 0,05$ , maka nilai residual berdistribusi normal
- 2) Jika nilai signifikan  $< 0,05$ , maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinieritas antar variabel bebas. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan mengacu pada *Variance Inflation Factor* (VIF) dimana jika nilai  $<10$  dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 (Kurniawan, 2015.157).

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji *heteroskedastisitas* digunakan untuk mencari tahu apakah terjadi ketidaksamaan variasi residual suatu pengamatan ke pengamatan lain dalam sebuah model regresi. Salah satu metode yang dilakukan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas, yakni dengan menggunakan metode grafik *scatterplots* dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Apabila terdapat pola tertentu misalkan terdapat titik-titik yang ada menggambarkan suatu pola tertentu (bergelombang, melebar, selanjutnya menyempit) maka dinyatakan hal tersebut terjadi heteroskedastisitas
- 2) Apabila titik-titik membentuk pola yang tersebar diatas serta di bawah angka 0 pada sumbu Y maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *Scatter Plot*.

### 3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana dimana terdapat persamaan menggunakan alat untuk memprediksi permintaan dimasa mendatang berdasar pada masa lalu untuk mengetahui pengaruh pada satu atau lebih pada variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (Keputusan pembelian)

$\alpha$  = Koefisien konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$  = Koefisien regresi variabel independen

$X_1$  = Variabel bebas pertama (merek)

$X_2$  = Variabel bebas kedua (keragaman produk)

$X_3$  = Variabel bebas ketiga (promosi)

$X_4$  = Variabel bebas keempat (kualitas pelayanan)

Dengan analisis regresi linier berganda ini dapat diketahui variabel mana diantara variabel bebas (independen) yakni merek, keragaman produk, promosi dan kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh pada variabel terikat (dependen) yakni keputusan pembelian.

### 3.8.4 Pengujian Hipotesis

Setelah dilakukan analisa yang vegetasi linear berganda kemudian akan dilakukan pengujian hipotesis yang akan digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (merek, keragaman produk, promosi dan kualitas pelayanan) terhadap variabel yang terkait keputusan pembelian secara parsial. Serta di antara variabel independen yang akan mempunyai dominan terhadap variabel dependen.

#### a. Uji t Parsial

Uji parsial adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen apakah bermakna atau tidak. Pengujian ini membandingkan antara nilai thitung masing-masing variabel bebas dengan nilai ttabel dengan tingkat kesalahan 5% dalam artian ( $\alpha=0,05$ ). Dikatakan variabel independennya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel dependen, dengan perumusan hipotesis sebagai berikut:

Adapun langkah-langkah hipotesis sebagai berikut :

- 1) Merumuskan hipotesis
    - a. Hipotesis Pertama
 

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh merek terhadap keputusan pembelian Doremi Pizza Lumajang.
    - b. Hipotesis Kedua
 

H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian Doremi Pizza Lumajang.
    - c. Hipotesis Ketiga
 

H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Doremi Pizza Lumajang.
    - d. Hipotesis Keempat
 

H<sub>4</sub>: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Doremi Pizza Lumajang.
- Menentukan *level of signifikansi* dengan  $\alpha = 5\%$
- 1) Menentukan kriteria pengujian:
 

Jika  $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka hipotesis diterima

Jika  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka hipotesis ditolak
  - 2) Menentukan nilai  $t_{tabel}$ 

Nilai  $t_{tabel}$  dapat dilihat pada tabel t sedangkan  $t_{hitung}$  melalui nilai statistik dengan rumus:

$$i. \quad t_{hitung} = \frac{\text{koefisien } \beta}{\text{Standar Error}}$$

- 3) Membuat kesimpulan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  untuk mengetahui tingkat signifikansi

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

Listyawati (2017) menyatakan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) biasanya dinyatakan dalam bentuk presentase (%). Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) yang digunakan adalah *R Square*. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah antara 0 dan 1. Model yang baik menghasilkan nilai  $R^2$  yang tinggi diatas 80%.

Model *R Square* pada penelitian ini digunakan untuk mencari seberapa besar pengaruh variabel independen, yaitu merek, keragaman produk, promosi dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen, yaitu keputusan pembelian pada Doremi Pizza Lumajang.

