

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Riset ini tergolong dari penelitian kuantitatif. Paramita et al., (2021:72) memaparkan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan guna menjawab pernyataan sesuai rencana yang tersruktur sesuai metode penelitian ilmiah. Rencana penelitian kuantitatif terdiri dari peristiwa penelitian, masalah penelitian, rumusan masalah, arah penelitian, manfaat penelitian, studi kepustakaan, review penelitian terdahulu, instrumen penelitian, populasi dan sampel, sumber dan jenis data, serta teknik analisis yang digunakan. Selurhnya dipaparkan secara nyata serta teratursesuai dengan ketentuan.

3.2 Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini ialah variabel dependen atau variabel bebas tidak terikat dengan variabel yang lainnya, serta variabel independen atau variabel terikat dengan variable lain. Penelitian ini variabel dependen ialah keputusan pembelian. Sedang variabel independennya yaitu citra merek, lokasi serta kualitas pelayanan. Penelitian ini dilakukan di Toko Roti 88 Jalan Kapten Kyai Ilyas No.179, Citrodiwangsan, Kec. Lumajang, Kabupaten Lumajangdengan meneliti para konsumen yang membeli Roti 88.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Paramita et al., (2021:72) mendefinisikan data primer ialah data didapatkan melalui proses melakukan pengamatan lapangan digunakan cara pengambilan data

original. Data sekunder ialah data yang sudah terkumpul dari suatu badandan telah diumumkankepada masyarakat pemakai data. Riset ini, peneliti digunakan data primer. Dimana peneliti memperoleh dari kuesioner yang di isi responden, yaitu pembeli Roti 88. Kuesioner ini berisi terkait keputusan pembelian melalui citra merek, lokasi dan kualitas pelayanan pada Roti 88.

3.3.2 Sumber Data

Paramita et al., (2021:72) sumber data terdiri sumber data internal serta eksternal. Sumber data internal yaitu data berasal dari perusahaan itu sendiri. Sedangkan sumber data eksternal yaitu sumber data berasal dari luar perusahaan. Peneliti digunakan sumber data internal. Dimana sumber data internal tersebut berupa data ataupun penjelasan yang didapatkan dari badan atau tempat penelitian yaitu toko Roti 88.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Ialah kawasan *generalisasi* dari subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu yang dibutuhkan penyaji guna diteliti serta menarik rangkuman (Sugiyono, 2013:84). Dalam riset ini popolasi digunakan ialah pembeli berkunjung di Toko Roti 88.

3.4.2 Sampel

Sugiyono (2013:92) menyatakan sempel ialah bagian dari total serta karakteristik dari populasi. Hal ini dilakukan karena peneliti tidak selalu dapat mengkaji seluruh populasi. Maka dari itu sampel ditarik melalui populasi wajib betul-betul representatif (mewakili).

3.4.3 Teknik Sampling

Ialah teknik pengambilan sampel, terdiri dari *Probabitily Sampling* serta *Nonprobabitily Sampling*. peneliti menggunakan *Nonprobabitilt Sampling* jenis metode *Insidental Sampling* ialah teknik penetapan seampel berdasar ketidaksengajaan, siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadika sampel, bila dilihat orang tidak sengaja dijumpai sesuai sebagai sumber data (Sugiyono, 2013).

Metode Roscoe dikutip Sugiyono (2013) peneliti gunakan dalam menetapkan sampel yang dipakai di penelitian ini, diantaranya:

- a. Ukuran sampel pada penelitian antara 30 - 500.
- b. Sampel harus dimasukkn kedalam kategori, seperti: pria, wanita, pegawai negeri/swasta serta lain-lain.
- c. Total sampel penelitian yang menggukan analisis regresi multivariat (seperti regresi berganda) setidaknya minimal 10 kali total variable yang dikaji, tergabung variable bebas atau terikat.
- d. Bagi riset eksperimen simple yang mencakup golongan eksperimen ataupun kontrol, total sampelnya sebaiknya berkisar 10-20 orang.

Berdasarkan pernyataan tersebut analisis dalam penelitian ini merujuk pada total variabel. Peneliti mengambil sampel sejumlah 3 variabel bebas dan satu variabel terikat. Sampel digunakan penelitian menggunakan analisis regresi multivariat (seperti regresi berganda) minimal 10 responden, pada penelitian ini menggunakan sampel 20 yang bertujuan untuk memperoleh data yang lebih banyak, sehingga dapat menutupi kemungkinan adanya data yang tidak relevan.

Selain itu, dengan menggunakan sampel 20 diharapkan data yang diperoleh dapat menghasilkan informasi yang valid. Maka untuk sampel yang digunakan sebanyak $20 \times 4 = 80$ orang responden sebagai sampel penelitian pada toko Roti 88.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Paramita et al., (2021:36) variabel penelitian ialah objek penelitian dalam bentuk apa saja yang telah ditentukan oleh penyaji guna dipahami serta memperoleh fakta mengenai hal tersebut sehingga tercipta sebuah kesimpulan. Ada dua variabel yang dipakai, yaitu :

a. Variabel Dependen

Paramita et al., (2021:37) menyatakan bahwa variabel dependen ialah masalah yang akan dipecahkan oleh penyaji atau sasaran dari penelitian. Pada riset ini variabel dependen ialah keputusan pembelian (Y).

b. Variable Independent

Paramita et al., (2021:37) variabel independen ialah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik berpengaruh negatif atau positif, disebut juga variabel prediktor / eksogen / bebas. Pada penelitian ini variabel independen ialah:

- 1) Citra merek (X1)
- 2) Lokasi (X2)
- 3) Kualitas pelayanan (X3)

3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual ialah penjelasan konseptual terkait makna setiap variabel berdasarkan definisi teori yang diberikan oleh para ahli (Paramita et al., 2021). Sejumlah teori melandasi konsep citra merek, lokasi dan kualitas pelayanan berdasarkan berbagai literatur yang memiliki keterkaitan sama ketiga variabel.

a. Citra Merek (X1)

Firmansyah (2019) mengatakan bahwasannya citra merek ialah sebuah persepsi dibenak konsumen jika mengingatkan merek dari *produc* tertentu.

b. Lokasi (X2)

Tjiptono (2014) menyatakan bahwa lokasi adalah hal yang menjadi penilaian bagi pembeli sebelum melaksanakan keputusan pembelian dimana tempat mereka inginkan sesuai dengan kebutuhan.

c. Kualitas Pelayanan (X3)

Ratnasari & Harti (2016) menyatakan bahwasannya kualitas pelayanan ialah ukuran seberapa baik tingkat pelayanan diberikan mampu sesuai dengan impian konsumen.

d. Keputusan Pembelian (Y)

Kotler & Armstrong (2012) mengungkapkan bahwasannya keputusan pembelian ialah cara mengambil keputusan akan pembelian meliputi penentuan di beli atau tidak melakukan pembelian

3.5.3 Definisi Operasional

Ghozali, (2013:49) mengungkapkan definisi operasional ialah makna kepada suatu konsep atau variabel yang terkait dengan aktivitas untuk mengukur variabel tersebut.

a. Citra Merek

Keller (2013) menyatakan bahwa terdapat beberapa alat ukur citra merek, ialah:

- 1) Kekuatan Asosiasi Merek (*Strenght of Brand Association*)
- 2) Keunggulan Asosiasi Merek (*Favorability of Brand Association*)
- 3) Keunikan Asosiasi Merek (*Uniqueness of Brand Association*)

Berdasarkan alat ukur citra merek bisa dilakukan penyusunan pernyataan menggunakan skala pengukuran, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Roti 88 memiliki citra yang kuat dalam benak konsumen.
- 2) Roti 88 memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan merek roti lain dalam kategori yang sama.
- 3) Roti 88 mempunyai ciri khas dari segi rasa dan kualitas produk untuk untuk membedakan dengan merek roti yang lain.

b. Lokasi

Tjiptono (2017) terdapat indikator yang dapat mempengaruhi dalam menentukan lokasi, yaitu:

- 1) Akses
- 2) Visitabilitas
- 3) Lalu lintas (traffic)

- 4) Tempat parkir
- 5) Ekspansi
- 6) Lingkungan
- 7) Kompetisi
- 8) Peraturan pemerintah

Berdasarkan alat ukur tentang tempat dapat dilakukan penyusunan pernyataan menggunakan skala pengukuran, diantaranya sebagai berikut:

- 1) Lokasi Toko Roti 88 mudah dijangkau dengan transportasi umum atau pribadi.
- 2) Lokasi Toko Roti 88 dapat dilihat jelas dari jarak pandang normal.
- 3) Kepadatan serta kemacetan disekitar tempat Toko Roti 88 tidak mengganggu aksesibilitas.
- 4) Tempat parkir yang terdapat di Toko Roti 88 cukup luas.
- 5) Terdapat cukup ruang untuk perluasan usaha di Toko Roti 88 dimasa depan.
- 6) Lingkungan disekitar lokasi Toko Roti 88 sangat mendukung kegiatan usaha.
- 7) Persaingan disekitar lokasi Toko Roti 88 cukup padat.
- 8) Lokasi Toko Roti 88 berada di zonasi yang aman.

c. Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi & Hamdani (2014), diantaranya ialah:

- 1) Berwujud (*Tangibles*)
- 2) Kehandalan (*Reliability*)
- 3) Ketanggapan (*Responsiveness*)

4) Jaminan (*Assurance*)

5) Empati (*Empathy*)

Menurut alat ukur tentang kualitas pelayanan bisa dilakukan penyusunan pernyataan menggunakan skala pengukuran, diantaranya ialah:

- 1) Karyawan Roti 88 berpenampilan rapi dan sopan.
- 2) Roti 88 memberikan pelayanan yang terbaik.
- 3) Karyawan Roti 88 tanggap dalam melayani pembeli.
- 4) Karyawan Roti 88 memiliki pengetahuan yang cukup untuk meyakinkan terkait produk yang dijual.
- 5) Karyawan Roti 88 mampu berkomunikasi baik dengan pembeli.

d. Keputusan Pembelian

Kotler & Keller (2019) ada enam indikator keputusan pembelian dilakukan oleh konsumen, ialah:

- 1) Pilihan Produk (*Product Choice*)
- 2) Pilihan Merek (*Brand Choice*)
- 3) Pilihan Penyalur (*Dealer Choice*)
- 4) Jumlah Pembelian (*Purchase Amount*)
- 5) Waktu Pembelian (*Purchase Timing*)
- 6) Metode Pembayaran (*Payment Method*)

Menurut alat ukur tentang keputusan pembelian dapat dilakukan penyusunan pernyataan menggunakan skala pengukuran, diantaranya ialah:

- 1) Roti 88 menawarkan variasi produk yang menarik sesuai dengan kebutuhan.
- 2) Lebih memilih membeli produk Roti 88 dibandingkan merek lain.

- 3) Lokasi Toko Roti 88 yang dekat dengan tempat tinggal mempengaruhi keputusan pembelian.
- 4) Cenderung membeli lebih dari satu jenis roti setiap berkunjung ke Toko Roti 88.
- 5) Lebih sering melakukan pembelian di Roti 88 dibandingkan dengan toko lain.
- 6) Berbagai metode pembayaran yang tersedia di Toko Roti 88, membuat kenyamanan saat melakukan pembelian.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ialah alat ukur digunakan dalam menghitung peristiwa alam atau sosial diamati (Sugiyono, 2013:102). Semua fenomena diamati secara spesifik disebut variable. Peneliti menggunakan instrumen penelitian guna melakukan pengumpulan data yang diperlukan pada saat proses penelitian. Pada instrumen ini menggunakan skala ordinal, yang dipakai mengukur tingkat preferensi, sikap atau penilaian individu terhadap objek atau fenomena. Skala ordinal dapat membantu mengurangi bias yang mungkin terjadi dengan memberikan pilihan yang terurut. Hal tersebut memungkinkan mengumpulkan data bervariasi. Penelitian ini penyusunannya dilandasi dengan beberapa indikator variabel, kemudian dalam tabel berikut akan dijabarkan beberapa instrumen penelitian serta skala pengukuran:

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1.	Citra Merek	Kekuatan Asosiasi Merek (<i>Strenght of Brand</i>)	Roti 88 memiliki citra yang kuat dalam benak konsumen.	<i>Ordinal</i>	Keller (2013)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		<i>Association)</i>			
		Keunggulan Asosiasi Merek (<i>Favorability of Brand Association</i>)	Roti 88 memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan merek roti lain dalam kategori yang sama.		
2.	Lokasi	Keunikan Asosiasi Merek (<i>Uniqueness of Brand Association</i>)	Roti 88 mempunyai ciri khas dari segi rasa dan kualitas produk untuk membedakan dengan merek roti yang lain.		
		Akses	Lokasi Toko Roti 88 mudah dijangkau dengan transportasi umum atau pribadi.	<i>Ordinal</i>	Tjiptono (2014)
		Visitabilitas	Lokasi Toko Roti 88 dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.		
		Lalu lintas (traffic)	Kepadatan dan kemacetan di sekitar lokasi Toko Roti 88 tidak mengganggu aksesibilitas.		
		Tempat parkir	Tempat parkir yang terdapat di toko Roti 88 cukup luas.		
		Ekspansi	Terdapat cukup ruang untuk perluasan usaha di Toko Roti 88 dimasa depan.		
		Lingkungan	Lingkungan disekitar lokasi Toko Roti 88 sangat mendukung kegiatan usaha.		
		Kompetisi	Persaingan disekitar lokasi Toko Roti 88 cukup padat.		
		Peraturan pemerintah	Lokasi Toko Roti 88 berada di zonasi yang aman.		
	3.	Kualitas Pelayanan	Berwujud (<i>Tangibles</i>)	<i>Ordinal</i>	Lupiyoadi & Hamdani (2014)
		Kehandalan	Karyawan Roti 88 berpenampilan rapi dan sopan. Roti 88 memberikan		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		(<i>Reliability</i>)	pelayanan yang terbaik.		
		Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	Karyawan Roti 88 tanggap dalam melayani pembeli.		
		Jaminan (<i>Assurance</i>)	Karyawan Roti 88 memiliki pengetahuan yang cukup untuk meyakinkan terkait produk yang dijual.		
		Empati (<i>Empathy</i>)	Karyawan Roti 88 mampu berkomunikasi baik dengan pembeli.		
4.	Keputusan Pembelian	Pilihan Produk (<i>Product Choice</i>)	Roti 88 menawarkan variasi produk yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan.	<i>Ordinal</i>	Kotler dan Keller (2019)
		Pilihan Merek (<i>Brand Choice</i>)	Lebih memilih membeli produk Roti 88 dibandingkan merek roti yang lain.		
		Pilihan Penyalur (<i>Dealer Choice</i>)	Lokasi Toko Roti 88 yang dekat dengan tempat tinggal mempengaruhi keputusan pembelian.		
		Jumlah Pembelian (<i>Purchase Amount</i>)	Cenderung membeli lebih dari satu varian roti setiap berkunjung ke Toko Roti 88.		
		Waktu Pembelian (<i>Purchase Timing</i>)	Lebih sering melakukan pembelian di Roti 88 dibandingkan dengan toko lain.		
		Metode Pembayaran (<i>Payment Method</i>)	Berbagai metode pembayaran yang tersedia di Toko Roti 88, membuat kenyamanan saat melakukan pembelian.		

Sumber: Peneliti 2025

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Kuesioner

Sugiyono (2013:142) memberikan penjelasan bahwa kuesioner ialah teknik menghimpun data dengan menyerahkan beberapa pernyataan serta juga pernyataan yang harus dibahas. Pada riset ini kuesioner akan di sebarakan kepada

pembeli Roti 88. Tidak hanya secara langsung, penyebaran kuesioner juga disebarakan secara online melalui Whatsapp dan media sosial lainnya.

Riset ini menggunakanskala pengukuran *likert* untuk mengukur sikap, pendapat serta persepsi individu sertagolongan mengenai peristiwa sosial. Dalam penelitian ini wujud skala *likert* yakni :

- a. Sangat Setuju (ST) : Skor 5
- b. Setuju (S) : Skor 4
- c. Netral (N) : Skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) : Skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1

3.8 Teknik Analisis Data

Sugiyono (2013:47) mengatakan bahwasannya analisis data ialah proses dilakukan sesudah data didapat dari responden atau sumber data lain terhimpun. Analisis data riset ini dilakukan melalui sejumlah tahapan, diantaranya:

- 1) Mencari informasi terkait variabel penelitian, termasuk variable bebas dan terikatnya.
- 2) Memberikan responden sebuah kuesioner untuk mengumpulkan data.
- 3) Menghitung dan mengelola data untuk mengetahui terkait keputusan pembelian melalui citra merek, lokasi dan kualitas pelayanan.
- 4) Melakukan analisis data melalui pengujian hipotesis guna mempermudah interpretasi data.
- 5) Menafsirkan hasil penelitian untuk mengetahui apakah teori yang disarankan didukung atau tidak.

- 6) Menyimpulkan penelitian dengan membandingkan temuan dengan hipotesis sebelumnya, agar dapat membuat kesimpulan yang akurat.

Oleh karena itu, untuk mendukung hasil penelitian, penelitian ini melakukan serangkaian langkah sistematis untuk menganalisis dan menafsirkan data.

3.8.1 Uji Instrumen

Digunakan sebagai alat penyaji dalam menakar peristiwa alam atau sosial. Sebelumnya hipotesis diuji, sangat penting untuk memastikan dan mengevaluasi validitas yang digunakan untuk mengumpulkan data dari responden. Menurut perpektif ini, dua komponen utama yaitu kepercayaan dan kepastian data, yang diperlukan untuk melanjutkan pengujian hipotesis ke langkah berikutnya.

a. Uji Validitas

Penelitian dianggap valid jika data yang berhasil dikumpulkan sama dengan data yang sebenarnya terjadi pada objek yang diteliti (Sugiyono, 2013:121). Uji validitas dilakukan guna memahami sampai sejauh mana kuesioner disampaikan bisa menggali data atau informasi yang dibutuhkan (Paramita et al., 2021:73). Langkah selanjutnya ialah melakukan analisis faktor. Analisis ini dilaksanakan untuk menghubungkan skor faktor dengan skor total. Apabila korelasi pada setiap penyebab tersebut baik serta besarnya 0,3 ke atas penyebab dianggap sebagai konstruksi valid. Sedangkan apabila korelasi setiap faktor dibawah 0,3 dianggap faktor tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Sugiyono (2013:212) menyatakan bahwa, hasil penelitian reliabel jika terdapat kesamaan data pada masa berbeda. Uji reliabilitas atau keandalan dilakukan guna

memahami sampai sejauh mana kuesioner memaparkan dapat menghasilkan hasil yang tetap, meskipun dilaksanakan ukuran kembali pada subyek sama namun di masa berbeda (Paramita et al., 2021:73).Nugroho (2011) mengatakan bahwa uji reliabilitas, dijalankan melalui pengamatan koefisien Alpha Cronbach, yang bisa diidentifikasi dengan indeks reliabilitasnya.

Tabel 3. 2Indeks 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	CukupReliabel
4.	0,601 – 0,80	Reliabel
5.	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

Sumber: Nugroho (2011)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Bahri (2018:162) uji normalitas ialah proses mengevaluasi data dianalisis memiliki distribusi yang mirip dengan kurva normal. Uji normalitas bermaksud guna menguji data riset terdistribusi normal atau tidak. Guna melaksanakan pengujian ini dilaksanakan melalui metode grafik, ialah mengamati pola menyebar data pada garis diagonal grafik *plot probabilitas* normal (P-Plot).

Melalui penggunaan probabilitas plot (P-Plot), kriteria untuk menguji normalitas diantaranya:

- 1) Data dikatakan terdistribusi normal ketika terjadi persebaran disekeliling garis diagonal ataupun grafik histogram.
- 2) Data dikatakan tidak terdistribusi normal ketika terjadi penyebaran menjauh dari garis tengah atau tidak mengikuti pola diagonal grafik histogram.

b. Pengujian Multikolinieritas

Paramita et al., (2021:85) mendefinisikan multikolinieritas ialah kejadian korelasi atau hubungan yang signifikan antara variabel-variabel independent. Koefisien korelasi ganda serta koefisien korelasi antar variabel terikat ataupun bebas dapat diukur guna mengetahui multikolinieritas. Uji multikolinieritas digunakan untuk memahami kesalahan standar estimasi model dalam sebuah penelitian.

Bahri (2018:173) mengatakan bahwa memahami suatu model regresi terjadi gejala multikolinieritas pada nilai Variance Inflation Factor (VIF), dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika hasil perhitungan nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10 tidak terdapat gejala multikolinieritas.
- 2) Jika hasil perhitungan nilai tolerance $\geq 0,1$ model tersebut dikatakan bebas dari gejala multikolinieritas, sedangkan jika nilai tolerance $< 0,1$ berarti, terdeteksi gejala multikolinieritas.

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Bahri (2018:162) menyatakan bahwa heteroskedastisitas adalah ketidaksesuaian pada varian residual di sepanjang pengamatan model regresi. Jika tidak ditemukan heteroskedastisitas, model regresi dianggap baik. Cara untuk melakukan uji heteroskedastisitas adalah dengan memuat plot sebar antara nilai prediksi (ZPRED) dan nilai residual (SRESID). Untuk mengetahui apakah terdapat heteroskedastisitas, ialah memakai grafik scatter plot dengan kriteria:

- 1) Manakalah ada pola tertentu misalnya, titik titik menunjukkan pola bergelombang, melebar, atau menyempit maka heteroskedastisitas dianggap ada.
- 2) Manakalah titik-titik menunjukkan pola yang tersebar diatas serta dibawah kurva maka heteroskedastisitas dianggap tidak ada.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Bahri (2018:195) menyatakan bahwa analisis regresi linier berganda adalah metode untuk menghubungkan satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Tujuan dari analisis regresi linier berganda ialah guna mengukur seberapa kuat ikatan antara dua variabel atau lebih.

Rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$K.PM = \beta_0 + \beta_1 CM + \beta_2 L + \beta_3 KP + e$$

Keterangan:

K.PM = Variabel dependen (Keputusan Pembelian)

β_0 = Konstanta

$\beta_1, \beta_2 \text{ \& } \beta_3$ = Koefisien regresi variable independent

CM = Variabel independen (Citra Merek)

L = Variabel independen (Lokasi)

KP = Variabel independen (Kualitas Pelayanan)

e = Error

Melalui analisis regresi linier berganda, dapat mengidentifikasi variabel independen (Citra Merek, Lokasi serta Kualitas Pelayanan) yang paling dominan dalam mempengaruhi variabel dependen (Keputusan Pembelian).

3.8.4 Uji Kelayakan Model

Bahri (2018:192) uji kelayakan model dipakai guna ukur tepatnya fungsi regresi sampel didalam menganalisis nilai aktual. Uji kelayakan model dilaksanakan uji f dan nilai koefisien determinasi (R^2).

a. Uji F

Uji F atau uji kelayakan model dasarnya digunakan guna untuk menguji apakah semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh yang signifikan secara bersamaan. Cara digunakan adalah melihat besarnya nilai probabilitas signifikannya. Menurut Bahri (2018:193) menyatakan bahwa, apabila nilai probabilitas $\text{sig} < 5\%$ sehingga variabel independen atau variabel bebas akan berpengaruh signifikan secara bersama-sama pada variabel terikat. Adapun kriteria pengujian untuk uji f adalah:

- 1) Nilai $\text{sig} < 0,05$ memperlihatkan uji model ini fit dan layak untuk dipakai penelitian.
- 2) Nilai $\text{sig} > 0,05$ memperlihatkan uji model ini tidak fit atau tidak layak untuk dipakai penelitian.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk ukur kemampuan model guna menggambarkan variabel-variabel independen pada variabel dependen (Bahri, 2018:192). Nilai R^2 biasanya dinyatakan dalam bentuk persentase (%). Semakin tinggi nilai R^2 artinya semakin baik kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi atau nilai R^2 ialah berkisar antara nol (0) dan 1. Nilai R^2

mendekati 1 artinya variabel independen dapat memberikan informasi dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel dependen serta model semakin tepat.

Dalam riset ini, R^2 digunakan untuk mengetahui besar dampak variabel independen (citra merek, lokasi dan kualitas pelayanan) kepada variabel dependen (keputusan pembelian) di Roti 88.

3.8.5 Pengujian Hipotesis

Setelah dilaksanakan analisis regresi linier berganda, yang dilaksanakan berikutnya ialah uji hipotesis. Tujuan dari uji hipotesis ialah untuk mengetahui apa ada pengaruh variabel independen, ialah citra merek, lokasi serta kualitas pelayanan pada variabel dependent ialah keputusan pembelian.

a. Uji t

Isnaini et al., (2023) uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Pengaruh dari citra merek (X1), lokasi (X2), dan kualitas pelayanan (X3) pada keputusan pembelian (Y) dievaluasi secara signifikan melalui uji t (uji persial).

Beberapa tahapan dalam melakukan uji t, di antaranya sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis

Pada tahap ini, hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) dirumuskan. Hipotesis nol mengasumsikan tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan untuk hipotesis alternatif mengasumsikan bahwa terdapat pengaruh antara kedua variabel tersebut.

Hipotesis Pertama (H1)

H0: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara citra merek pada keputusan pembelian.

Ha: Terdapat pengaruh signifikan antar citra merek pada keputusan pembelian.

Hipotesis Kedua (H2)

H0: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara lokasi pada keputusan pembelian.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian.

Hipotesis Ketiga (H3)

H0: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

2) Menentukan t-hitung dan tingkat signifikan α

Nilai t-hitung diperoleh dari output uji t pada program statistik seperti SPSS.

Taraf α pada penelitian ini ditentukan sejumlah 5% atau 0,05 yang dijadikan sebagai batas untuk menganggap hasil dari uji t signifikan secara statistik.

3) Menentukan t-tabel

Nilai t-tabel didapat dari tabel statistik melalui mempertimbangkan tingkat signifikansi α sejumlah 0,05 dan derajat kebebasan $df = n - k$, melalui

penggunaan uji dua sisi. Dimana, n ialah total data dan k ialah total variable bebas serta terikatnya.

4) Membandingkan t-hitung dengan t-tabel

Jika nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ataupun t-hitung kurang dari atau sama dengan -t-tabel, sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak serta hipotesis alternatif (H_a) diterima. Berarti ada pengaruh yang signifikan antara variable independent dan variabel dependent.

Jika nilai t-hitung kurang dari atau sama dengan t-tabel ataupun t-hitung lebih besar -t-tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variable independent dan variabel dependent.

5) Membuat kesimpulan

Berdasarkan persamaan antara t-hitung dan t-tabel, serta dengan mempertimbangkan kriteria penting sudah diputuskan, selanjutnya membuat kesimpulan terkait ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas pada variabel terikat.

Tahapan-tahapan bisa membantu peneliti dalam menginterpretasikan hasil uji t secara sistematis dan obyektif berdasarkan data yang ada.