

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan survey. Menurut Wagiran, (2014 : 124) “Penelitian survey, termasuk dalam penelitian deskriptif yang merupakan metode formal untuk memperoleh informasi yang sama atau sejenis dari berbagai kelompok atau orang, yang terutama ditempuh dengan cara melakukan penyebaran angket atau melakukan wawancara secara pribadi”. Penelitian ini termasuk survey sampel (karena dilakukan pada sebagian populasi) dan termasuk jenis *Cross Sectional* karena dilakukan pada saat / waktu tertentu terhadap populasi.

Menurut Sugiyono, (2013: 2) pada Buku Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D yang dimaksud Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Metode kuantitatif menurut Sugiyono, (2013: 8) “... digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Pada penelitian ini analisis data menggunakan aplikasi SPSS versi 25 *for Windows*.

3.2. Lokasi dan Rencana Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada responden penelitian yaitu konsumen generasi Y dan Z yang berusia 17-40 tahun yang pernah membeli dan mengonsumsi Teh Pucuk Harum di Kota Surabaya. Untuk waktu pelaksanaan penelitian lapangan yaitu penyebaran kuesioner rencananya akan dilaksanakan pada bulan juni – awal bulan juli tahun 2021. Sedangkan untuk waktu penelitian ini secara keseluruhan mulai dari penulisan proposal hingga penyusunan laporan skripsi yaitu dari maret – juli tahun 2021. Adapun detail rencana penelitian keseluruhan dijelaskan pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1
Agenda Penelitian Tugas Akhir (2021)

Agenda	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul dan Dosen Pembimbing	█	█																		
Observasi Objek Penelitian			█	█																
Observasi Fenomena Bisnis / Manajemen			█	█																
Menentukan masalah penelitian			█	█																
Kajian teoritis & empiris					█	█	█	█												
Sintesa dan Rasionalisasi Teori									█	█										
Metode Penelitian											█	█								
Penyusunan Kuesioner												█								
Ujian Seminar Proposal													█	█						
Pengumpulan Data															█	█	█	█		
Tabulasi dan Pengolahan Data																	█	█	█	
Deskripsi Hasil Penelitian																		█	█	
Intrepretasi Hasil Penelitian																			█	█
Kelengkapan data (Bab 1-5, lampiran final)																				█

3.3. Populasi dan Sampel

A. Populasi

Menurut Sugiyono, (2013 : 80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Sehingga dari definisi tersebut populasi merupakan keseluruhan objek penelitian yang memiliki ciri tertentu berdasarkan wilayah generalisasi yang sebelumnya telah ditetapkan oleh peneliti.

Populasi pada penelitian ini yaitu Generasi Y dan Z berusia 17-40 tahun yang pernah membeli dan mengonsumsi Teh Pucuk Harum dan berdomisili di Kota Surabaya.

B. Sampel, Teknik Pengambilan Sampel & Jumlah Sampel

Menurut Siyoto & Sodik, (2015 : 64) Sampel merupakan “sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya”. Contoh sampel misalnya mengambil sebagian air sungai yang mewakili populasi seluruh air sungai di wilayah tertentu, atau mengambil sampel sebagian karyawan yang mewakili populasi seluruh karyawan pada suatu perusahaan.

Jenis pengambilan sampel non probability sampling dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Asnawi & Wijaya, (2005 : 254) *Purposive sampling* merupakan “pengambilan data disesuaikan dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan sebelumnya (tujuannya)”.

Menurut Syahrums & Salim, (2014 : 115) Teknik sampling merupakan “cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif.

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Cochran dikarenakan populasi penelitian ini yaitu konsumen Generasi Y dan Z yang pernah membeli dan mengonsumsi Teh Pucuk Harum di Surabaya jumlahnya besar, tak terbatas dan belum diketahui.

Penelitian ini menggunakan Pendekatan Cochran dalam Sujalu et al., (2021 : 88)

Rumus Cochran :

$$n_0 = \frac{Z^2 p \cdot q}{e^2}$$

n_0 : besarnya sampel

Z^2 : Tingkat Kepercayaan, pada penelitian ini yaitu 95 %, nilai $z = 1,96$ untuk uji dua sisi

p : proporsi suatu atribut dalam suatu populasi, pada penelitian ini diasumsikan $p = 0,5$

q : 1-p

e : margin of error pada penelitian ini 10 % atau 0,1

Nilai Z didapatkan dari tabel statistik yang berisi area dibawah kurva normal.

$$N_0 = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n_0 = 96,04$$

Sehingga jika mengacu pada perhitungan diatas sampel yang diambil adalah n = 96,04 = 97 orang. Dibulatkan menjadi 100 orang. Jadi pada penelitian ini sampel minimal berjumlah 100 orang responden.

3.4. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono, (2013: 38) “variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Contohnya : Tinggi, berat badan, sikap, motivasi, kepemimpinan, disiplin kerja, merupakan atribut-atribut dari setiap orang. Berat, ukuran, bentuk, dan warna merupakan atribut-atribut dari obyek (Sugiyono, 2013: 38). Variabel penelitian terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat.

Menurut Sugiyono, (2013 : 39) “Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas / independen adalah Harga (X1), Cita Rasa (X2), Distribusi (X3) dan Kualitas Produk (X4). Sedangkan untuk variabel terikat / dependen adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.5. Jenis dan Sumber Data

A. Jenis Data

Jenis data pada penelitian ini adalah menggunakan data kuantitatif sebab dalam pengumpulan data peneliti melakukan penyebaran angket / kuesioner kepada responden secara online melalui google form yaitu pada Konsumen Generasi Y dan Z yang pernah membeli teh pucuk harum berusia antara 17-40 tahun dan berdomisili di Kota Surabaya.

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Data Kuantitatif

Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka / bilangan yang dapat diolah / dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika (Siyoto & Sodik, 2015 : 68-69).

B. Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Menurut Sekaran & Bougle, (2017 : 130) Data primer merupakan data yang “mengacu pada informasi yang diperoleh langsung (dari tangan pertama) oleh peneliti terkait dengan variabel ketertarikan untuk tujuan tertentu dari studi”.

Pada penelitian ini data didapat dari Responden Konsumen Generasi Milenial dan Pasca Milenial (Generasi Y dan Z) Usia 17-40 tahun yang pernah membeli dan minum Teh Pucuk Harum di Kota Surabaya.

2. Data Sekunder

Menurut Bungin, (2017 : 132) Data sekunder merupakan “data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan”. Misalnya : catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri yang diberikan oleh media, web, internet, dan lainnya (Sekaran & Bougle, 2017 : 130).

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan pekerjaan terpenting dalam aktivitas penelitian, sehingga perlu menyusun instrumen penelitian secara serius dan tidak memasukkan unsur subjektif peneliti (Siyoto & Sodik, 2015 : 75). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan :

A. Penyebaran Angket / Kuesioner

Menurut pendapat Sugiyono, (2013 : 142) “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Sedangkan menurut Siyoto & Sodik, (2015 :79) “Bentuk lembaran angket dapat berupa sejumlah pertanyaan tertulis, tujuannya untuk memperoleh informasi dari responden tentang apa yang ia alami dan ketahuinya”. Pengumpulan data yang dibutuhkan pada penelitian ini meliputi :

- 1) Pertanyaan berkaitan dengan apakah calon responden pernah membeli teh pucuk harum minimal 1 kali, lokasi pembelian, dan kesesuaian usia pada Generasi Y dan Z yaitu antara 17-40 tahun.
- 2) Profil / Identitas responden meliputi : nama responden, jenis kelamin (L/P), usia, pendidikan terakhir , profesi, domisili (contoh : Surabaya Timur).
- 3) Data dari jawaban responden yang berhubungan dengan variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu mulai dari jawaban tentang variabel harga, cita rasa, distribusi, dan kualitas produk.

3.7. Jenis Skala Pengukuran

Jenis skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah Skala Likert. Berdasarkan pendapat Sugiyono, (2013 : 93) “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Ukuran skala likert dijabarkan sebagai berikut :

Tabel 3.2

Skala Pengukuran (Likert)

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)

Sumber : (Nofriansyah & Defit, 2017 : 9)

3.8. Definisi Operasional Penelitian

Definisi operasional penelitian merupakan pedoman terkait dengan pengukuran variabel (Siyoto & Sodik, 2015 : 16). Sehingga peneliti dapat memperoleh gambaran tentang bagaimana variabel dalam penelitiannya diterapkan pada penelitiannya.

Penyusunan instrumen penelitian dimulai dari variabel penelitian yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Dari variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya dan diberikan indikator yang dapat dilakukan pengukuran. Dari indikator tersebut kemudian dapat dideskripsikan menjadi pertanyaan (Sugiyono, 2013 : 103). Definisi operasional pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item Kuesioner	Skala
Harga (X1)	<ol style="list-style-type: none"> Keterjangkauan Harga Kesesuaian harga dengan kualitas produk Kesesuaian Harga dengan Manfaat Daya Saing Harga (Kotler dan Amstrong (2008) dalam Astuti & Matondang, (2020 : 33-34) 	<ol style="list-style-type: none"> Harga teh pucuk harum terjangkau dan ramah di kantong Harga teh pucuk harum sesuai dengan kualitas produknya Harga teh pucuk harum sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen Harga teh pucuk harum dapat bersaing dengan teh kemasan merek lain 	Likert
Cita Rasa (X2)	<ol style="list-style-type: none"> Bau / aroma Rasa Tekstur Suhu (Drummon & Brefere, 2010 : 3) 	<ol style="list-style-type: none"> Teh pucuk harum yang beraroma wangi teh sesuai dengan harapan konsumen Rasa teh pucuk harum (rasa manis dan teh) sesuai dengan harapan konsumen 	Likert

		<p>3. Tekstur dari minuman teh pucuk harum nyaman di mulut dan tenggorokan.</p> <p>4. Teh pucuk harum yang diminum keadaan dingin (setelah di lemari es) terasa menyegarkan</p>	
Distribusi (X3)	<p>1) Jaringan distribusi / gerai penjualan</p> <p>2) Lokasi gerai penjualan mudah dijangkau</p> <p>3) Ketersediaan Produk yang memadai (Kotler & Keller, 2009 : 23)</p>	<p>1. Jumlah mitra penjualan yang luas dan mudah dijumpai di mana mana (seperti swalayan, toko, warung).</p> <p>2. Lokasi mitra penjualan teh pucuk harum yang mudah dijangkau (dekat dengan rumah, tempat kerja, sekolah dan tempat strategis lainnya).</p> <p>3. Produk tersedia dalam jumlah yang cukup banyak sehingga konsumen tidak kesulitan mendapatkan teh pucuk harum.</p>	Likert
Kualitas Produk (X4)	<p>1. Performance (Kinerja)</p> <p>2. Reliabilitas</p> <p>3. Konformasi (<i>Conformance</i>)</p> <p>4. Estetika (<i>aesthetics</i>) (Tjiptono & Chandra, 2012 : 75)</p>	<p>1. Produk teh pucuk harum merupakan produk yang terjaga kebersihannya / <i>hygienis</i> hingga ke tangan konsumen.</p> <p>2. Produk teh pucuk harum memiliki daya tahan yang baik hingga masa kadaluarsa</p> <p>3. Berat minuman teh pucuk harum sesuai dengan berat yang tertera pada kemasan produk</p>	Likert

		4. Produk teh pucuk harum memiliki warna yang menarik dan sesuai dengan standart teh.	
Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan yang dirasakan 2. Kegiatan sebelum membeli 3. Perilaku waktu memakai 4. Perilaku pasca pembelian <p>(Kotler (2002) dalam Yudhi Soewito, (2013 : 222))</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sebelum melakukan pembelian produk minuman, saya merasa membutuhkan produk minuman kemasan siap saji 2. Saya melakukan perbandingan dari segi harga, kualitas, cita rasa dan distribusi (kemudahan mendapatkan produk) sebelum membeli produk minuman. 3. Saya memutuskan untuk membeli dan minum teh kemasan siap saji merek teh pucuk harum. 4. Saya merasa puas dengan produk teh pucuk harum dan mau merekomendasikan teh pucuk harum pada orang di sekitar saya (seperti teman, keluarga, kerabat). 	Likert

3.9. Teknik Analisis Data

Menurut Pendapat Sugiyono, (2013: 147) berkenaan dengan analisis data adalah sebagai berikut :

[A]nalisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Secara umum pada penelitian ini analisis data

menggunakan Regresi Linier Berganda (RLB) dan menggunakan alat bantu analisis statistik SPSS versi 25 *for windows*.

Pada penelitian ini peneliti dalam melakukan analisis data menggunakan langkah – langkah sebagai berikut :

A. Uji Validitas dan Reabilitas

1) Uji Validitas

Menurut Marzuki et al., (2020 : 61) Uji Validitas merupakan “suatu pengujian yang digunakan untuk mengukur tingkat kesahihan/kebenaran suatu data untuk digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur apa yang ingin diujikan.

Menurut Marzuki et al., (2020 : 62) Pelaksanaan Uji Validitas pada penelitian memiliki tujuan “untuk memastikan bahwa item-item pertanyaan/pernyataan pada kuesioner dan wawancara tersebut valid/sah untuk digunakan sebagai alat ukur variabel penelitian yang sedang dilakukan. Hasil validitas biasanya dinyatakan dalam bentuk r -hitung”.

Apabila r hitung $\geq r$ tabel maka instrumen / butir-butir pertanyaan dianggap berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dianggap valid. Namun jika r hitung $< r$ tabel maka korelasi dianggap rendah atau tidak valid (Marzuki et al., 2020 : 62)

Uji validitas dapat dilakukan menggunakan rumus pearson product moment (Hidayat, 2015 : 83).

Rumus Pearson Product Moment :

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{hitung} : koefisien korelasi

$\sum Xi$: jumlah skor item
 $\sum Xi$: jumlah skor total (item)
 n : jumlah responden

2) Uji Reabilitas

Pada kegiatan penelitian memerlukan data yang dapat dinyatakan valid dan reliabel. Reabilitas terkait dengan ketepatan alat ukur. Ketepatan dapat dievaluasi dari analisis statistik guna mendeteksi kesalahan pada alat ukur (Pramesti, 2014 : 42).

Menurut Ovan & Saputra, (2020 : 4) “Reabilitas dapat menunjukkan konsistensi kuesioner terhadap jawaban responden dalam beberapa kali pengujian pada kondisi yang berbeda dengan menggunakan kuesioner yang sama”.

Menurut Pramesti, (2014 : 44) “suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika koefisien Cronbach’s Alpha di atas 0.6, sehingga dapat dikatakan instrumen mempunyai reabilitas tinggi”.

B. Uji Asumsi Klasik

Menurut Purnomo, (2017 : 107) “uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastis pada model regresi. [...] Harus terpenuhinya asumsi klasik karena agar diperoleh model regresi dengan estimasi yang tidak bias dan pengujian dapat dipercaya”. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik dilakukan melalui uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas.

1) Uji Normalitas

Menurut Pramesti, (2014 : 24) Uji normalitas ini merupakan uji yang “dilakukan untuk menyelidiki apakah data yang dikumpulkan mengikuti dugaan mengikuti distribusi normal atau tidak”.

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan metode analisis Kolmogorov-Smirnov. Menurut (Dahlan (2017) dalam Hulu & Sinaga, (2019 :

38) asumsi penggunaan analisis Kolmogorov-smirnov ini dapat digunakan “jika $p >$ tingkat signifikansi 0,05 dengan jumlah sampel > 50 ”.

Data dikatakan berdistribusi normal ketika hasil perhitungan signifikansi pada aplikasi SPSS nilainya lebih besar dari tingkat signifikansi $\alpha=0,05$ (Pramesti, 2014 : 24)

2) Uji Multikolinieritas

Menurut Santoso, (2019 : 195) Uji Multikolinieritas ini merupakan uji “untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar-variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas (Multiko).

Model regresi yang baik adalah ketika tidak terdapat hubungan multikolinieritas (Priyatna, 2020 : 53).

Pedoman Keputusan Multikolinieritas menurut Priyatna, (2020: 53) adalah dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflating Factor (VIF) :

Pedoman keputusan berdasarkan nilai tolerance :

1. Jika nilai Tolerance $> 0,10$; tidak terjadi multikolinieritas
2. Jika nilai Tolerance $< 0,10$; terjadi multikolinieritas

Pedoman keputusan berdasarkan nilai variance inflating factor (vif) :

1. Jika nilai VIF $< 10,00$; tidak terjadi multikolinieritas
2. Jika nilai VIF $> 10,00$; terjadi multikolinieritas

3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gunawan (2020 : 128) Uji Heteroskedastisitas ini merupakan uji untuk menilai “apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain”

Menurut Gunawan (2020 : 128) “Jika varians dari nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas”

Menurut Gunawan (2020 : 128) “Model Regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas, atau dengan kata lain model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas”

Pada Uji Heteroskedastisitas ini menggunakan pendekatan metode : rank spearman.

C. Uji Hipotesis (Statistik Parametrik dan Nonparametrik)

1) Uji t (Parsial)

Uji t menurut Sugiyono (2014) dalam Yusuf & Daris, (2019 :134) adalah “uji koefisien regresi secara parsial yang bertujuan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel dependen lain dianggap konstan”. Pada penelitian ini pengujian dilakukan melalui uji t dengan tingkat keyakinan sebesar 95 %.

Ketentuan uji t : **PRO PATRIA**

1. H_0 diterima dan H_a ditolak jika t hitung $< t$ tabel, maksudnya variabel bebas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila t hitung $> t$ tabel, artinya variabel bebas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
3. Alternatif lain untuk melihat pengaruh secara parsial adalah jika nilai signifikansi $< 5\%$ atau $0,05$ maka terdapat pengaruh signifikan secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat, jika nilai signifikansi $> 5\%$ atau $0,05$ maka tidak terdapat pengaruh atau tidak terdapat korelasi.

(Mulyono, 2018 : 113)

Hipotesis yang diajukan untuk penelitian ini dijelaskan pada uraian sebagai berikut :

1. Ha1 : $\beta_1 > 0$, artinya variabel harga (X1) berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
2. Ha2 : $\beta_2 > 0$, artinya variabel cita rasa (X2) berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
3. Ha3 : $\beta_3 > 0$, artinya variabel distribusi (X3) berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
4. Ha4 : $\beta_4 > 0$, artinya variabel kualitas produk (Y) berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

2) Uji f (Simultan)

Uji f adalah uji untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat (Y) (Mulyono, 2018 : 113).

Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Jika nilai F hitung > dari nilai F tabel, maka hipotesis yang menyatakan semua variabel bebas pada penelitian ini mulai dari Harga (X1), Cita Rasa (X2), Distribusi (X3) dan Kualitas Produk (X4) secara bersama sama / simultan memiliki efek yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Kriteria Penilaian Uji F menurut Mulyono, (2018 : 113) :

- H_0 diterima, bila F hitung \leq F tabel atau nilai sig $> 0,05$
- H_0 ditolak, bila F hitung \geq F tabel atau nilai sig $< 0,05$

D. Analisis Regresi Berganda

Analisis Regresi Berganda ini dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) lebih dari satu variabel, terhadap variabel terikat (Y) (Febry & Teofilus, 2020 : 92).

Pada penelitian ini menggunakan model persamaan regresi sebagai berikut :

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

Penjelasan :

Y : Keputusan pembelian

e : Standard Error

α : Konstanta

X1 : Harga

X3 : Distribusi

X2 : Cita Rasa

X4 : Kualitas Produk

β_1 : Koefisien regresi variabel harga

β_2 : Koefisien regresi variabel cita rasa,

β_3 : Koefisien regresi variabel distribusi

β_4 : Koefisien regresi variabel kualitas produk

E. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali (2007) dalam Mulyono, (2018 : 112) Uji koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya.

Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$) atau dari 0 % sampai 100 %. Semakin tinggi nilai R^2 atau koefisien determinasi maka semakin tinggi juga kemampuan model regresi dalam menjelaskan keragaman pada data sampel (Susanti et al., 2019 : 53).