

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan bentuk rencana ataupun rancangan yang dibuat untuk menggambarkan perkiraan dari kegiatan yang dilaksanakannya. Desain penelitian harus mengacu pada tujuan penelitian ini yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu data mengenai unsur-unsur yang mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen (Y), baik dari Fasilitas Sarana Umum (X1), Lokasi (X2) maupun Promosi (X3) pada PT Jiarmah Global.

Dalam penelitian ini, data yang diperlukan harus banyak untuk mendapatkan angka yang membuktikan signifikan dari penelitian tersebut, sehingga metode yang cocok digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Dalam metode penelitian kuantitatif, masalah yang diteliti pada umumnya memiliki cakupan wilayah yang luas, serta tingkat variasi yang lebih kompleks.

Penelitian kuantitatif bersifat lebih sistematis, terencana, terstruktur, dan lebih jelas datanya dari awal hingga akhir penelitian. Namun permasalahan pada metode penelitian kuantitatif kurang efektif dalam penelitian yang cakupan wilayah yang sempit serta tingkat variasi yang rendah.

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian deskriptif dan kausal. Penelitian deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak dapat digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2014: 22). Kausal adalah suatu

hubungan yang bersifat sebab akibat, dimana terdapat variabel independen dan variabel dependen.(Sugiyono, 2014: 93), Penelitian kausal digunakan untuk mengetahui pengaruh Fasilitas Sarana Umum, Lokasidan Promositerhadap Keputusan Pembelian pada PT Jiarmah Global.

3.2. Operasional Variabel

Operasional variabel digunakan agar dapat mengetahui pengaruh atas hubungan antar variabel penelitian. Dalam penelitian terdapat dua jenis variabel yang akan diteliti, yaitu Variabel Dependen (Terikat) dan Variabel Independen (Bebas).

3.2.1. Variabel Independen

Variabel Independen (variabel bebas) merupakan suatu variabel yang dapat mempengaruhi dan menjadi sebab perubahan pada variabel dependen (Sugiyono, 2014: 39). Variabel Independen dalam penelitian ini yaitu Fasilitas Sarana Umum (X1), Lokasi (X2) dan Promosi (X3).

3.2.1.1. Fasilitas Sarana Umum (X1)

Menurut (Tjiptono, 2014: 317) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ataupun barang ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa dan barang, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa

yang dirasakan konsumen secara langsung.. Terdapat beberapa indikator Fasilitas Sarana Umum (Tjiptono, 2014: 318), yaitu:

1. Perencanaan Spasial.
2. Perencanaan Ruangan.
3. Perlengkapan / Perabotan.
4. Tata Cahaya.
5. Warna
6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis.

3.2.1.2. Lokasi (X2)

Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian, karena lokasi menjadi tempat yang akan di tinggal oleh pembeli/konsumen tersebut. Lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba (Fathoni, 2016: 31).

Menurut (Polla, 2019: 30) indikator-indikator lokasi diantaranya, yaitu :

1. Keterjangkauan lokasi
2. Kelancaran akses menuju lokasi
3. Kedekatan lokasi

3.2.1.3. Promosi (X3)

Promosi adalah sebuah kegiatan pemasaran yang memiliki tujuan untuk meningkatkan permintaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan penjual. (Sangadji & Sopiah, 2013: 18). Adapun indikator promosi

pada penelitian ini diambil menurut pandangan Babin dalam Denny, (2013: 55), yaitu:

1. *Personal Selling*
2. *Mass Selling*
3. Promosi Penjualan
4. *Public Relation*
5. *Direct Marketing*

3.2.2. Variabel Dependen

Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari suatu sebab karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014: 39). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian (Y).

3.2.2.1. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah motif atau dorongan yang timbul terhadap sesuatu dimana pembeli melakukan pembelian disebabkan adanya kebutuhan dan keinginan (Sinambow, 2015: 300). Menurut (Nasution, 2019: 26) indikator-indikator keputusan pembelian diantaranya, yaitu :

1. Pemilihan produk/jasa
2. Pemilihan merek
3. Pemilihan waktu
4. Pemilihan metode/cara pembayaran

Secara terperinci, definisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada table dibawah ini :

Tabel 3.1. Definisi Operasional

| Variabel | Definisi Variabel | Indikator | Skala |
|-----------------|---|--|--------------|
| Fasilitas (X1) | Fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ataupun barang ditawarkan kepada konsumen | <ol style="list-style-type: none"> 1. PerencanaaaSpasial. 2. Perencanaan Ruangan. 3. Perlengkapan / Perabotan. 4. Tata Cahaya. 5. Warna 6. Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis. | Likert |
| Lokasi (X2) | Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian, karena lokasi menjadi tempat yang akan di tinggal oleh pembeli/konsumen tersebut. lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba | <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan lokasi 2. Kelancaran akses menuju lokasi 3. Kedekatan lokasi | Likert |
| Promosi (X3) | Promosi adalah sebuah kegiatan pemasaran yang memiliki tujuan untuk meningkatkan permintaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan penjual. | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Personal Selling</i> 2. <i>Mass Selling</i> 3. <i>Promosi Penjualan</i> 4. <i>Public Relation</i> 5. <i>Direct Marketing</i> | Likert |

Tabel 3.1. Lanjutan

| | | | |
|-------------------------|--|---|--------|
| Keputusan Pembelian (Y) | Keputusan pembelian adalah motif atau dorongan yang timbul terhadap sesuatu dimana pembeli melakukan pembelian disebabkan adanya kebutuhan dan keinginan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan produk/jasa 2. Pemilihan merek 3. Pemilihan waktu 4. Pemilihan metode/cara pembayaran | Likert |
|-------------------------|--|---|--------|

Sumber : (Tjiptono, 2014: 317), (Fathoni, 2016: 31), (Polla, 2019: 30), (Sangadji & Sopiah, 2013: 18), (Denny, 2013: 55), (Nasution, 2019: 26)

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan untuk dipelajari dan diteliti yang kemudian akan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014: 80). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT Jiarmah Global dalam bulan Maret 2019 sampai Agustus 2019 sebanyak 129 konsumen.

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan unsur dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil harus benar-benar dapat mewakili populasi yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel dari populasi diambil menggunakan metode sampel jenuh dimana sampel diambil dari

keseluruhan populasi dan sampel diambil dengan melakukan wawancara serta kuesioner yang totalnya berjumlah 129 sampel.

3.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahap yang paling penting dalam suatu penelitian, dikarenakan dalam melakukan penelitian membutuhkan data yang mencukupi. Pengumpulan data terdiri dari beberapa teknik yaitu observasi (pengamatan), kuesioner (angket), wawancara (interview), dokumentasi dan gabungan dari keempatnya (Sugiyono, 2014: 137) Teknik yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu kuesioner (Angket), dimana menyebarkan kuesioner kepada para responden dimana dalam hal ini yang dimaksud adalah calon konsumen pada PT Jiarmah Global dan disajikan dalam bentuk pernyataan yang bersifat tertutup dan setiap objek dalam kuesioner diminta untuk memilih salah satu alternatif jawaban yang menurut responden paling benar.

3.4.2. Alat Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dimana data yang diperoleh langsung diterima dari responden oleh pengumpul data (Sugiono, 2012: 137). Data primer yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kuesioner yang jawabannya langsung diterima dari responden. Penelitian ini menggunakan data primer karena dibutuhkan jawaban serta pendapat langsung dari konsumen yang

merasakan dampaknya untuk mengetahui pengaruh langsung antara variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

3.5. Metode Analisis Data

Untuk mencari jawaban rumusan masalah serta menguji hipotesis, perlu menggunakan suatu metode penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif, proses analisis data dilakukan setelah semua data dari responden terkumpul. Kegiatan analisis data meliputi pengelompokan data sesuai dengan variabel dan jenis responden, kemudian mentabulasi data sesuai dengan variabel dari seluruh responden, lalu menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan atas data yang terkumpul untuk mencari jawaban atas rumusan masalah yang telah ditentukan, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2014: 147).

Teknik analisis pada penelitian kuantitatif menggunakan analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial. Analisis data dilakukan dengan program statistik yaitu program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 20. Dengan program SPSS data akan dianalisis dan akan menghasilkan gambaran hubungan antar variabel independen dan dependen di dalam penelitian ini (Sugiyono, 2014: 147).

3.5.1. Analisis Data Deskriptif

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, analisis deskriptif dapat menjelaskan data yang telah terkumpul pada aspek-aspek yang berkaitan dengan data tersebut (Wibowo, 2012: 24). Analisis deskriptif dilakukan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian yang masuk ke dalam kategori : sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Teknik pengumpulan data dari hasil kuesioner akan menggunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai positif 5 sampai dengan 1. Pemberian nilai dilakukan atas jawaban dari pernyataan yang telah disediakan, baik tentang Fasilitas Sarana Umum (Variabel X1), Lokasi (X2), Promosi (X3) maupun Keputusan Pembelian (Variabel Y), dimana dari data ini akan menghasilkan nilai dari alternatif yang tersedia dan kemudian dijumlahkan untuk tiap responden.

Jawaban atas setiap pernyataan dalam kuesioner mempunyai skala dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Tabel 3.1 Penentuan Skor Jawaban Kuesioner

| Jawaban Pertanyaan | Skor |
|-------------------------------|------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 |
| Setuju (S) | 4 |
| Kurang setuju/ Ragu-ragu (KS) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

Sumber: (Sugiyono, 2014:94)

Penelitian ini menggunakan 129 responden, maka untuk menghitung nilai terendah dan tertinggi maka dapat dicari dengan menggunakan rumus berikut:

| | |
|--|----------------------------------|
| Skor terendah = bobot terendah x jumlah sampel Skor tertinggi = bobot tertinggi x jumlah sampel | Rumus 3.2 Menghitung Skor |
|--|----------------------------------|

Sumber: (Sugiyono, 2014:99)

Maka dari rumus tersebut dapat diperoleh skor tertinggi dan skor terendah sebagai berikut:

| |
|---|
| Skor terendah = 1 x 129 = 129 Skor tertinggi = 5 x 129 = 645 |
|---|

Maka dapat diketahui dalam penelitian ini jumlah skor total yang dapat dicapai adalah sebesar 129 sedangkan angka minimal yang dapat dicapai sebesar 645.

Untuk menentukan rentang skala dapat diketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

| | |
|-------------------------|--------------------------------|
| $RS = \frac{N(M-1)}{M}$ | Rumus 3.3 Rentang skala |
|-------------------------|--------------------------------|

Sumber:(Umar, 2009: 164)

Keterangan:

RS = Rentang Skala

N = Jumlah Sampel

M = Total alternatif jawaban sampel

Berdasarkan rumus rentang skala diatas, dengan ukuran sampel yang berjumlah 129 responden dengan bobot jawaban 1 sampai 5 dapat diperoleh nilai:

| |
|-----------------------------------|
| $RS = \frac{129(5-1)}{5} = 103,2$ |
|-----------------------------------|

Sumber: Pengolahan atas data primer, 2019

Dari hasil perhitungan diatas, dapat ditentukan rentang skala dalam bentuk tabel yang berfungsi untuk dapat membandingkan hasil perolehan analisis deskriptif yang akan dibahas pada bab selanjutnya terhadap tabel rentang skala, sebagai berikut:

Tabel 3.2 Rentang Skala

| Rentang Skala | Kriteria |
|----------------------|-------------------|
| 129 – 232,2 | Sangat Tidak Baik |
| 232,3 – 335,4 | Tidak Baik |
| 335,5 – 438,6 | Cukup |
| 438,7 – 541,8 | Baik |
| 541,9 – 645 | Sangat Baik |

Sumber: Pengolahan atas data primer, 2019

3.5.2. Uji Kualitas Data

Saat melakukan pengolahan data dari data yang telah dikumpulkan, perlu dilakukan pengujian atas kualitas data yang telah terkumpul sebelum data tersebut diolah dan dianalisa. Maka dibutuhkan alat ukur ataupun alat uji untuk mengukur data yang akan diteliti. Ada dua konsep untuk mengukur kualitas data, yaitu: Validitas dan Reliabilitas.

Suatu penelitian akan menghasilkan kesimpulan yang bias jika data yang diteliti kurang reliabel atau kurang valid. Jika data yang diteliti kurang valid dan reliabel maka akan dapat berakibat buruk dalam hasil yang muncul setelah data tersebut diolah dimana akan digunakan sebagai referensi dalam pengambilan kesimpulan atas suatu masalah. Dan kesimpulan yang salah tersebut dapat menyesatkan sehingga pada akhirnya akan berdampak langsung pada pengguna informasi tersebut. Hal inilah yang menjadikan alasan pentingnya uji instrumen penelitian sebelum lanjut ke tahap pengolahan data.

3.5.2.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur tersebut mampu mengukur tingkat keandalan variabel yang hendak diteliti (Wibowo, 2012: 35). Dari uji-uji ini dapat juga diketahui apakah pernyataan yang diajukan dalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur kondisi responden yang sebenarnya. Validitas dapat juga menunjukkan sejauh mana perbedaan yang diperoleh melalui hasil dari perbedaan yang sesungguhnya antara responden yang diteliti.

Valid ataupun tidaknya alat ukur bergantung pada mampu atau tidaknya alat ukur tersebut menjelaskan apa yang hendak diukur. Suatu alat pengukur yang valid tidak hanya mampu menjelaskan data secara akurat namun juga mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai data yang hendak diuji. Tingkat validitas dalam kuesioner diukur berdasarkan uji signifikansi korelasi pada taraf 0.05, dimana suatu data dapat dianggap valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total (Wibowo, 2012: 36).

Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi *Pearson Product Moment* atau r hitung dengan nilai pada r tabel. Besaran nilai koefisien korelasi *Pearson Product Moment* dapat diperoleh dengan rumus seperti dibawah ini:

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2][n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Rumus 3.4. Koefisien Korelasi

Sumber : (Wibowo, 2012:111)

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika nilai pearson $r < 0,05$ berarti data tersebut sudah valid
2. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka data tersebut dinyatakan valid
3. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka data tersebut dinyatakan tidak valid
4. Atau angka probabilitas (sig) lebih kecil daripada α maka dinyatakan valid

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Pengujian Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya. Reliabilitas merupakan istilah yang digunakan untuk memberikan informasi mengenai tingkat pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih. Uji ini juga digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi dari suatu alat ukur (Wibowo, 2012: 52).

Tujuan dari uji ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil yang konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap subjek dengan menggunakan alat ukur yang sama. Untuk menguji realibilitas dalam penelitian ini maka digunakan *Cronbach Alpha* (Wibowo, 2012: 52), yaitu:

$$r = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_x} \right)$$

Rumus 3.5 *Cronbach Alpha*

Sumber : (Wibowo, 2012:52)

Keterangan :

r = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah butir pertanyaan

S^2_j = jumlah varian pada butir

S^2_x = varian total

Nilai dari hasilpengujian akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05. Suatu data dapat dikatakan reliabel jikanilai *alpha*-nya lebih besar daripada nilai r tabel. Nilai dapat juga dilihat dengan membandingkan nilai tabel kriteria indeks koefisien reabilitas berikut ini:

Tabel 3.3Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas

| No. | Nilai Interval | Kriteria |
|-----|----------------|---------------|
| 1 | < 0,20 | Sangat rendah |
| 2 | 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 3 | 0,40 – 0,599 | Cukup |
| 4 | 0,60 – 0,799 | Tinggi |
| 5 | 0,80 – 1,00 | Sangat Tinggi |

Sumber: (Wibowo, 2012: 53)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jika nilai yang diperoleh $> 0,6$ maka data dapat dinyatakan reliabel.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah kombinasi dari beberapa syarat uji asumsi dasar dan uji asumsi klasik itu sendiri. Uji ini harus dilakukan karena sifat dan syarat yang harus ada dalam penggunaan analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik itu sendiri terdiri dari: uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas.

3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji untuk mengetahui nilai residu dari suatu data yang diteliti apakah memiliki nilai distribusi normal atau tidak. Nilai residu atas data yang normal akan membentuk suatu kurva yang berbentuk lonceng atau disebut sebagai *bell-shaped curve* (Wibowo, 2012: 61).

Uji normalitas dilakukan dengan beberapa cara, yaitu *Histogram Regression Residual* yang telah distandarkan, analisis *Chi Square* dan juga Nilai *Kolmogorov-Smirnov*. Kurva dapat dikatakan normal apabila Nilai *Kolmogorov – Smirnov* $Z < Z$ tabel ; atau membandingkan Nilai *Probability sig(2 tailed) > α* ; $\text{sig} > 0,05$ (Wibowo, 2012: 62)

3.5.3.2. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji ada tidaknya gejala ketidaksamaan varian atas nilai residual pada pengamatan modal regresi tersebut. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam suatu model digunakan uji Park Gleyser dengan mengorelasikan nilai *absolute* residualnya terhadap masing-masing variabel independen. Jika hasil dari pengujian tersebut memiliki nilai signifikansi $>$ nilai *alpha*-nya (0,05), maka data yang diuji tersebut dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

3.5.3.3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau hampir mendekati sempurna antar variabel independen satu dengan yang lain dalam model regresi (Priyatno, 2013: 56). Suatu model regresi dapat dikatakan mengalami multikolinearitas jika terdapat fungsi linear yang sempurna pada salah satu atau semua independen variabel dalam suatu fungsi linear. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak akan terjadi korelasi yang sempurna ataupun mendekati sempurna diantara variabel bebas (korelasinya 1 ataupun mendekati 1).

Gejala multikolinearitas dapat disadari melalui suatu pengujian yang dapat mendeteksi persamaan yang dibuat memiliki gejala multikolinearitas ataupun tidak. Salah satu cara untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan menggunakan *tool* uji yang disebut sebagai *Variance Inflation Factor* (Wibowo, 2012: 87). Apabila nilai dari *Variance Inflation Factor* tidak lebih dari 10, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas atau tidak terdapat hubungan antara variabel bebas.

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1. Regresi linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antar dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen (Priyatno, 2013: 116). Analisis regresi linier berganda pada dasarnya merupakan suatu analisis yang memiliki pola teknis dan substansi yang

mirip dengan analisis linier sederhana, perbedaannya terdapat pada jumlah variabel independen yang merupakan variabel penjelas yang lebih dari satu buah (Wibowo, 2012: 126).

Model analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya yaitu antara Fasilitas Sarana Umum (X1), Lokasi (X2) dan Promosi (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Selain itu analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh antar variabel terikatnya, baik secara simultan maupun parsial. Spesifikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Rumus 3.6 Regresi linear Berganda

Sumber :(Wibowo, 2012:127)

Keterangan:

Y = Tingkat Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b1 = Koefisien Fasilitas Sarana Umum

X1 = Fasilitas Sarana Umum

b2 = Koefisien Lokasi

X2 =Lokasi

b3 = Koefisien Promosi

X3 = Promosi

e = Error

3.5.4.2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui nilai atas pengaruh variabel bebas dalam model regresi dimana secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil dari pengujian menjelaskan sejauh mana model dapat menjelaskan situasi yang sesungguhnya. Koefisien diartikan sebagai besarnya nilai atas variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. (Wibowo, 2012: 135).

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil dari koefisien determinasi mempunyai jarak dari 0 (nol) sampai 1 (satu). Tampilan dalam program SPSS dibuktikan dengan melihat angka *Adjusted R2* pada tampilan *model summary*. Yang termasuk dalam koefisien determinasi yaitu (Wibowo, 2012:136):

1. Koefisien Korelasi (R)

Merupakan ukuran yang menyatakan hubungan antar dua variabel ataupun lebih yang memiliki nilai antara -1 dan 1

2. *Adjust R Square* (*Adjust R* kuadrat)

Merupakan ukuran yang digunakan untuk menyatakan seberapa besar kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y). Sisanya akan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diungkapkan didalam penelitian ini.

3. Nilai koefisien determinasi (R^2) = 0 menyatakan bahwa variabel dependen tidak dapat ditafsirkan ataupun diartikan oleh variabel independen.

4. Nilai koefisien determinasi (R^2) = 1 atau 100% menyatakan bahwa variabel dependen dapat ditafsirkan dan diartikan oleh variabel independen tanpa ada eror.
5. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang berjarak antara 0 sampai dengan 1 dapat mengartikan bahwa variabel dependen dapat diprediksi.

3.5.5. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara tentang suatu hal yang bertujuan untuk menjelaskan masalah yang nantinya akan dibuktikan melalui serangkaian uji serta penelitian (Umar, 2009: 104).

Hipotesis dalam penelitian ini menyangkut variabel independen yaitu Fasilitas Sarana Umum (X1), Lokasi (X2) dan Promosi (X3) serta variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Dari variabel yang diketahui maka hipotesis yang dapat terbentuk sebagai berikut:

1. Diduga Fasilitas Sarana Umum berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Jiarmah Global.
 $H_0: a = 0$ Diduga Fasilitas Sarana Umum tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Jiarmah Global.
 $H_1: a \neq 0$ Diduga Fasilitas Sarana Umum berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Jiarmah Global.
2. Diduga Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Jiarmah Global.

H0: $a = 0$ Diduga Lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Jiarmah Global.

H1: $a \neq 0$ Diduga Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Jiarmah Global.

3. Diduga Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Jiarmah Global.

H0: $a = 0$ Diduga Promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Jiarmah Global.

H1: $a \neq 0$ Diduga promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Jiarmah Global.

4. Diduga Fasilitas Sarana Umum, Lokasi dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Jiarmah Global.

H0: $a = 0$ Diduga Fasilitas Sarana Umum, Lokasi dan Promosi secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Jiarmah Global.

H1: $a \neq 0$ Diduga penggunaan Fasilitas Sarana Umum, Lokasi dan Promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Jiarmah Global.

Pengujian atas hipotesis dilakukan secara simultan dengan uji *F-Test* dan uji secara individu (parsial) dengan uji *T-Test* dijabarkan sebagai berikut:

3.5.5.1. Uji Parsial (*T-Test*)

Uji Parsial (*T-Test*) merupakan uji yang dipakai untuk menguji variabel-variabel yang menjelaskan hubungan antara variabel independen (variabel X) dengan variabel dependen (variabel Y) (Ghozali, 2016: 97). *T-Test* dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Hasil uji ini pada *output* SPSS dapat dilihat pada tabel *coefficients*, dan nilai dari uji *T-Test* dapat dilihat dari *p-value* (pada kolom *sig.*) pada masing-masing variabel independen, jika *p-value* lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti.

Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis secara simultan jika hipotesis yang diusulkan sebagai berikut:

1. H_a diterima jika *nilai p-value* pada kolom *sig.* $<$ *level of significant* dan H_o sebaliknya.
2. H_a ditolak jika *nilai p-value* pada kolom *sig.* $>$ *level of significant* dan H_o sebaliknya.
3. Atau dapat pula ditentukan dengan cara membandingkan nilai *t* tabel dan nilai *t* hitung.

3.5.5.2. Uji simultan (*F-Test*)

Uji simultan (*F-Test*) dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh semua variabel independen yang ada secara bersamaan terhadap variabel dependen. Hasil

F-test ini pada output SPSS dapat dilihat pada tabel ANOVA (*Analysis of Varians*).

Hasil dari *F-test* menunjukkan dimana variabel independen secara bersama berpengaruh terhadap variabel dependen jika *p-value* (pada kolom sig.) lebih kecil dari *level of significant* yang telah ditentukan. Pedoman yang digunakan dalam menentukan menerima atau menolak hipotesis secara parsial adalah jika hipotesis yang diusulkan:

1. H_a diterima jika nilai *p-value* pada kolom sig. $<$ *level of significant* dan H_o sebaliknya.
2. H_a ditolak jika nilai *p-value* pada kolom sig. $>$ *level of significant* dan H_o sebaliknya.

Bisa juga dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Kriteria pengujian yang digunakan :

1. Jika F hitung $<$ F tabel maka H_o diterima
2. Jika F hitung $>$ F tabel maka H_o ditolak

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Jiarmah Global. Penelitian akan dilakukan secara langsung dengan observasi serta menyebarkan angket/kuesioner guna untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. PT Jiarmah Global merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Properti (Developer), serta di

mall-mall seperti BCS, Nagoya Hill dan Mega Mall dimana PT Jiarmah Global sering mengadakan pameran setiap tahunnya.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Waktu penelitian yang penulis lakukan yaitu pada bulan September 2019 sampai dengan bulan Januari 2020.

Tabel 3.4. Jadwal Penelitian

| Jadwal Penelitian | September 2019 | | | | Oktober 2019 | | | | November 2019 | | | | Desember 2019 | | | | Januari 2020 | | | |
|---------------------|----------------|---|---|---|--------------|---|---|---|---------------|---|---|---|---------------|---|---|---|--------------|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Studi Pustaka | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Usulan Penelitian | | | | | ■ | | | | | | | | | | | | | | | |
| Pengumpulan Data | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | |
| Pengolahan Data | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | |
| Analisis data hasil | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | |
| Kesimpulan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ |

Sumber: Hasil atas Pengolahan Data Primer dengan SPSS, 2020