

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian (Umar, 2014:30). Penelitian tentang pengaruh harga, lokasi dan citra merek terhadap minat beli konsumen PT Indopurama Mandiri Batam menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yaitu pengukuran data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2012:7). Menurut (Umar, 2014:34) desain penelitian deskriptif adalah desain penelitian yang disusun dengan mengumpulkan fakta dan menguraikannya secara menyeluruh dan teliti sesuai dengan persoalan yang akan dipecahkan.

3.2 Operasional Variabel

Variabel penelitian menurut (Sugiyono, 2012:38) 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. Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam yaitu variabel independen/bebas (X) dan dependen/terikat (Y) yang selanjutnya dijadikan acuan dalam pembuatan instrument penelitian berupa kuesioner.

3.2.1 Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2012:39) variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), biasanya ditandai dengan simbol X. Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah:

1. Harga (X1) : ketersediaan daftar harga, harga terjangkau, daya saing harga, kesesuaian harga
2. Lokasi (X2) : akses, ketersediaan lahan parkir, visibilitas, lingkungan
3. Citra merek (X3) : merek mudah diingat, merek mudah dikenali, merek terpercaya

3.2.2 Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono, 2012:39) variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, biasanya ditandai dengan simbol Y. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah:

1. Minat Beli (Y) : minat transaksional, minat refrensial, minat preferensial, minat eksploratif.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	No Kuesioner	Skala
Harga (X1)	Harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk (Tjiptono & Chandra, 2012:315).	1. Ketersediaan daftar harga 2. Harga terjangkau 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga	X _{1.1a} X _{1.1b} X _{1.2a} X _{1.2b} X _{1.3a} X _{1.3b} X _{1.4}	Likert
Lokasi (X2)	Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berhubungan dengan di mana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya (Lupiyoadi, 2008:73).	1. Akses 2. Ketersediaan lahan parkir 3. Visibilitas 4. Lingkungan	X _{2.1a} X _{2.1b} X _{2.2a} X _{2.2b} X _{2.3} X _{2.4a} X _{2.4b}	Likert
Citra Merek (X3)	Citra merek adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya, termasuk cara merek itu memenuhi kebutuhan sosial atau psikologis pelanggan (Kotler & Keller, 2017:340)	1. Merek mudah diingat 2. Merek mudah dikenali 3. Merek terpercaya	X _{3.1} X _{3.2a} X _{3.2b} X _{3.3a} X _{3.3b}	Likert
Minat Beli (Y)	Minat beli adalah pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap suatu produk, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa produk tersebut mempunyai manfaat sehingga individu ingin memiliki produk tersebut dengan cara membayar atau menukar dengan uang (Priansa, 2017:164).	1. Minat transaksional 2. Minat refrensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif	Y ₁ Y _{2a} Y _{2b} Y _{3a} Y _{3b} Y ₄	Likert

Sumber: Peneliti, 2017

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:80). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Tiki Gerai Cipta Prima Batu Aji. Ukuran populasi (N) adalah 8.370 berdasarkan jumlah transaksi periode 1 Mei s/d 28 September 2017.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012:81). Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* yaitu dengan *simple random sampling*. Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memerhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

3.4 Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (Sugiyono, 2012:81). Pengambilan sampel (sampling) adalah proses memilih sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau

karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi (Noor, 2012).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2012:82). Dalam menentukan jumlah anggota sampel dari suatu populasi penulis menggunakan rumus slovin, menurut (Umar, 2014:78) untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi dapat digunakan rumus

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Rumus 3.1 Slovin

Sumber: (Umar, 2014)

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel 5% atau 0,05

Jika diketahui jumlah populasi konsumen Tiki Gerai Cipta Prima Batu Aji pada 1 Mei s/d 28 September 2017 adalah sebesar 8.370 konsumen, maka jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{8.370}{1 + 8.370(5\%)^2}$$

$$n = \frac{8.370}{1 + 8.370(0,0025)}$$

$$n = \frac{8.370}{22}$$

$$n = 380,45$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 380,45 dibulatkan menjadi 381 sampel konsumen Tiki Gerai Cipta Prima Batu Aji.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

3.5.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti (Umar, 2014).

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari jawaban responden melalui penyebaran kuesioner.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain (Umar, 2014). Data sekunder juga dapat melalui media cetak seperti buku, katalog perusahaan dan keterangan lain yang berhubungan

dengan pokok penelitian, seperti gambaran umum perusahaan dan jumlah penjualan. Sumber data sekunder adalah studi pustaka yang berhubungan dengan pengaruh harga, lokasi dan citra merek terhadap minat beli konsumen.

3.5.2 Alat Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012:137). Kuesioner dibuat dengan menggunakan pertanyaan terbuka yaitu terdiri dari pertanyaan-pertanyaan untuk menjelaskan identitas responden, dan pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia dari setiap pertanyaan. Dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk mengukur persepsi responden digunakan skala Likert (Sugiyono, 2012:142). Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala 1-5 untuk mewakili pendapat dari responden. Nilai untuk skala tersebut adalah:

- a. Sangat setuju = 5
- b. Setuju = 4
- c. Netral = 3
- d. Tidak setuju = 2
- e. Sangat tidak setuju = 1

3.5.3 Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang sedang diteliti. Informasi itu dapat diperoleh dari berbagai pengetahuan atau teori-teori yang berhubungan dengan masalah penelitian diantaranya berasal dari buku, majalah, jurnal, ataupun berbagai literature relevan dengan penelitian ini.

3.6 Metode Analisis Data

Dalam hal ini metode yang digunakan oleh peneliti yaitu metode kuantitatif, analisis 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 (Sugiyono, 2012:7). Metode analisis yang akan digunakan untuk memperoleh keterangan tentang besarnya kekuatan variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) adalah dengan menggunakan metode regresi linear berganda. Metode analisis ini terdiri dari metode analisis deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis. Analisis menggunakan aplikasi/program statistik SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 20.

3.6.1 Analisis Deskriptif

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2012:147) analisis deskriptif adalah statistik yang

digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Untuk mempermudah dalam mendeskripsikan variabel penelitian, digunakan kriteria tertentu yang mengacu pada rata-rata skor kategori angket yang diperoleh responden. Penggunaan skor kategori ini digunakan sesuai dengan lima kategori skor yang dikembangkan dalam skala likert dan digunakan dalam penelitian. Adapun kriteria yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Kriteria Analisis Deskriptif

Rentang Kategori Skala	Kriteria
1,00 – 1,79	Sangat tidak baik
1,80 – 2,59	Tidak baik
2,60 – 3,39	Cukup baik
3,40 – 4,19	Baik
4,20 – 5,00	Sangat baik

Sumber:(Wibowo, 2012)

3.6.2 Uji Kualitas Data

Untuk mengukur kualitas data terdapat dua cara yaitu validitas dan reliabilitas. Artinya suatu penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Selanjutnya hasil penelitian yang reliabel yaitu apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Adapun uji kualitas data dijelaskan satu persatu yaitu sebagai berikut:

3.6.2.1 Uji Validitas

Pengujian untuk membuktikan valid atau tidaknya item kuesioner dapat dilakukan dengan melihat angka koefisien korelasi *Pearson Product Moment*.

Koefisien korelasi tersebut adalah angka yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total (*item-total correlation*). Dalam menentukan kelayakan dan tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf 0.05, artinya suatu item dianggap memiliki tingkat keterimaan atau valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total item (Wibowo, 2012:36). Berikut tabel yang menggambarkan range validitas.

Tabel 3.3 Range Validitas

Interval koefisien korelasi	Tingkat hubungan
0,80 – 1,000	Sangat kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat rendah

Sumber:(Wibowo, 2012)

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah *Product Moment*:

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

Rumus 3.2 Uji Validitas

Sumber:(Wibowo, 2012:37)

Dimana :

r_{ix} = koefisien korelasi

i = skor item

x = skor total dari x

n = jumlah banyaknya subjek

Nilai uji ini akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, jika:

1. Jika r hitung $\geq r$ tabel (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $< r$ tabel (uji dua sisi dengan sig 0,05) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

3.6.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan kemantapan/konsistensi hasil pengukuran. Suatu alat pengukur dikatakan mantap atau konsisten apabila untuk mengukur sesuatu berulang kali, alat pengukur itu menunjukkan hasil yang sama, dalam kondisi yang sama (Noor, 2012).

Azwar dalam (Wibowo, 2012:52) menyatakan bahwa reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Reliabilitas juga dapat berarti indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat menunjukkan dapat dipercaya atau tidak. Untuk mencari besaran angka reliabilitas dengan menggunakan metode *Conbrach Alpha* dapat digunakan suatu rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_1^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Rumus 3.3 Uji Reliabilitas

Sumber: (Wibowo, 2012)

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrument

k = jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_1^2$ = jumlah varian pada butir

σ_1^2 = varian total

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data reliabel atau tidak jika nilai alpha lebih besar dari pada nilai kritis *product moment*, atau nilai r tabel. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode *Conbrach's Alpha* dimana suatu kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai reliabilitasnya $> 0,6$. Apabila koefisien *Conbrach's Alpha* kurang dari 0,6 dianggap memiliki reliabilitas yang kurang, sedang nilai 0,7 dapat diterima dan nilai diatas 0,8 dianggap baik (Priyatno, 2012:154). Beberapa peneliti berpengalaman merekomendasikan dengan cara membandingkan nilai tabel kriteria indeks koefisien reliailitas sebagai berikut:

Tabel 3.4 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)

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan unruk memberikan pre-test, atau uji awal terhadap suatu perangkat atau instrument yang digunakan dalam pengumpulan

data, bentuk data, dan jenis data yang akan diproses lebih lanjut dari suatu kumpulan data awal yang telah diperoleh, sehingga syarat untuk mendapatkan data yang tidak bias menjadi terpenuhi atau, sehingga prinsip *Best Linier Unbiased Estimator* atau *BLUE* terpenuhi (Wibowo, 2012:61).

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang kalau digambarkan akan berbentuk lonceng, *bell shaped curve* (Wibowo, 2012:61). Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah (Ghozali, 2013:160):

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan histogram regression residual yang sudah distandarkan dan menggunakan nilai kolmogorov-Smirnov. Kurva nilai residual dikatakan normal jika : nilai kolmogrov-Smirnov $Z < Z_{tabel}$; atau menggunakan nilai Probability Sig (2 tailed) $> \alpha$; sig $> 0,05$. Uji ini perlu

dilakukan untuk menghindari keputusan yang bisa jadi menyesatkan jika peneliti hanya mengutamakan pendekatan gambar dan grafik.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel-variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Salah satu cara untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) (Priyatno, 2012:129). Sebagai dasar acuannya dapat disimpulkan:

- a. Jika nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.
- b. Jika nilai tolerance kurang dari 0,1 dan nilai VIF lebih 10, maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Nilai VIF dapat dihitung dengan rumus :

$$VIF = 1/1(1 - R^2)$$

Rumus 3.4 *Variance Inflation Factor* (VIF)

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Suatu model dikatakan memiliki problem heteroskedastisitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama. Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala ini (Wibowo, 201293). Uji

heteroskedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji koefisien korelasi Spearman's Rho. Uji Koefisien Korelasi Spearman's Rho adalah metode uji heteroskedastisitas dengan korelasi Spearman's Rho yaitu dengan cara mengorelasikan variabel independen dengan nilai unstandardized residual (Priyatno, 2012:167). Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat signifikansi $> 0,05$ dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.
2. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat signifikansi $< 0,05$ dapat dikatakan bahwa terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

3.6.4 Uji Pengaruh

3.6.4.1 Regresi Linear Berganda

Untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (harga, lokasi dan citra merek) terhadap variabel dependen yaitu minat beli. Rumus matematis dari regresi linear berganda yang umum digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Wibowo, 2012)

Dimana:

Y = Minat beli

a = nilai konstanta

β = nilai koefisien regresi

X1 = harga

X2 = lokasi

X3 = citra merek

E = standard eror

3.6.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 sama dengan 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen tidak menjelaskan variasi variabel dependen. Sebaliknya nilai R^2 sama dengan 1, maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen (Priyatno, 2010).

Hal lain yang dapat diperhatikan dalam *model summary* adalah nilai Adjusted R^2 . Ini merupakan nilai R^2 yang telah disesuaikan, dalam tiap perhitungan nilai ini selalu menghasilkan nilai yang lebih kecil dari R^2 dan nilai ini bisa bertanda negatif. *Adjusted R²* digunakan untuk menilai Koefisien Determinasi jika model regresi yang digunakan dalam penelitian memiliki lebih dari dua variabel independen (Wibowo, 2012:137). Rumus koefisien determinasi

$$R^2 = \frac{\text{Sum of Square Regression}}{\text{Sum of Square Total}}$$

Rumus 3.6 Koefisien Determinasi

Sumber: (Wibowo, 2012:136)

3.6.5 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis adalah perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun/mengarahkan penyelidikan selanjutnya(Umar, 2014). Hipotesis dalam penelitian ini yaitu menyangkut variabel harga (X1), lokasi (X2), citra merek (X3) dan variabel minat beli (Y).

3.6.5.1 Uji Parsial (T-Test)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (harga, lokasi, citra merek) berpengaruh terhadap variabel dependen (minat beli), (Priyatno, 2010). Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Rumus 3.7 Uji T

Untuk menentukan t tabel digunakan kriteria taraf signifikan $\alpha = 5\%$ dengan nilai Dk = N-2, selanjutnya nilai t hitung dibandingkan dengan t tabel untuk mengetahui penerimaan atau penolakan hipotesis. Adapun kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut.

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 Bagaimana pengaruh harga secara parsial terhadap minat beli konsumen PT Indopurama Mandiri Batam?

H_0 = Tidak ada pengaruh antara harga terhadap minat beli konsumen PT Indopurama Mandiri Batam

H_a = Ada pengaruh antara harga terhadap minat beli konsumen PT Indopurama Mandiri Batam

Hipotesis 2 Bagaimana pengaruh lokasi secara parsial terhadap minat beli konsumen PT Indopurama Mandiri Batam?

H_0 = Tidak ada pengaruh antara lokasi terhadap minat beli konsumen PT Indopurama Mandiri Batam

H_a = Ada pengaruh antara lokasi terhadap minat beli konsumen PT Indopurama Mandiri Batam

Hipotesis 3 Bagaimana pengaruh citra merek secara parsial terhadap minat beli konsumen PT Indopurama Mandiri Batam?

H_0 = Tidak ada pengaruh antara citra merek terhadap minat beli konsumen PT Indopurama Mandiri Batam

H_a = Ada pengaruh antara citra merek terhadap minat beli konsumen PT Indopurama Mandiri Batam

2.6.5.2 Uji Simultan (F-Test)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (harga, lokasi, citra merek) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (minat beli), (Priyatno, 2010). Menentukan nilai F_{hitung} dengan persamaan:

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(N - k - 1)}$$

Rumus 3.8 Uji F

Keterangan:

R = koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel bebas

N = jumlah sampel

Untuk menentukan nilai F tabel dengan kriteria taraf signifikansi 5% dan diketahui Dk pembilang = k = 3 dan Dk penyebut = N-k-1, selanjutnya nilai F hitung dibandingkan dengan F tabel untuk menentukan apakah H₀ ditolak atau diterima. Adapun kriteria untuk menguji hipotesis adalah :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H₀ ditolak Ha diterima.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H₀ diterima dan Ha ditolak

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 5 Bagaimana pengaruh harga, lokasi dan citra merek secara simultan terhadap minat beli konsumen PT Indopurama Mandiri Batam?

H₀ = Tidak ada pengaruh antara citra merek terhadap minat beli konsumen PT Indopurama Mandiri Batam

H_a = Ada pengaruh antara harga, lokasi dan citra merek terhadap minat beli konsumen PT Indopurama Mandiri Batam

3.7 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah dimana peneliti tersebut melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penelitian dengan mengambil objek penelitian pada responden yang menggunakan jasa pengiriman di PT Indopurama Mandiri Batam yang terletak di Jl. Raja Ali Haji Wira Mustika F 6-7.

3.7.2 Jadwal Penelitian

Tabel 3.5 Jadwal Kegiatan Penelitian

Kegiatan	Tahun/Pertemuan ke/Bulan													
	2017											2018		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Perancangan	■	■	■											
Studi pustaka			■	■	■	■	■							
Penyusunan penelitian							■	■						
Penyusunan kuesioner									■					
Penyerahan kuesioner									■	■				
Bimbingan penelitian	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Penyelesaian skripsi												■	■	■