

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana menurut Wiratna Sujarweni (2015:39) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan – penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur – prosedur statistik atau cara – cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala – gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakikat hubungan di antara variabel – variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.

Menurut Sugiono (2014:1) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam hal ini penelitian menggunakan metode *Asosiatif* yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variabel yang dihubungkan. Metode *asosiatif* merupakan suatu penelitian yang mencari hubungan sebab akibat antara satu variabel independen (bebas) yaitu yaitu Kualitas Produk (X1) dan Persepsi Harga (X2) dengan variabel dependen terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y).

3.2. Sumber Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Sumber data menurut cara memperolehnya, antara lain:

1. Data Primer

Menurut Wiratna Sujarweni (2015:39), Data Primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Jenis data yang

digunakan adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada responden untuk variabel Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Keputusan pembelian.

2. Data Sekunder

Menurut Wiratna Sujarweni (2015:39), Data sekunder adalah data yang didapat dari catatan, buku, artikel, buku – buku sebagai teori dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi. Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini akan digunakan dalam pengumpulan data menurut Sugiono (2014:107) melalui wawancara, angket dan observasi:

1. Interview (Wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal responden yang mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau keyakinan *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tau apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data, pengumpulan data berdasarkan komunikasi langsung antara peneliti dengan responden yang membeli produk Distro 3 Second Bandar Lampung. Teknik yang

digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert (1,2,3,4,5). Dalam skala likert, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner pilihan dimana setiap item pernyataan disediakan 5 jawaban. Dalam penentuan skor nilai, penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiono (2014, p.107), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif yang dapat berupa kata-kata antara lain:

- | | |
|------------------------------|--------|
| 1. SS = Sangat Setuju | Skor 5 |
| 2. S = Setuju | Skor 4 |
| 3. RR = Ragu-ragu | Skor 3 |
| 4. TS = Tidak Setuju | Skor 2 |
| 5. STS = Sangat Tidak Setuju | Skor 1 |

3. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lainnya, yaitu wawancara dan kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, peneliti berkenan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala – gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

3.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiono (2014:90), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen yang membeli produk Distro 3 Second Bandar Lampung selama tahun 2016 yaitu sebanyak 6895 konsumen.

2. Sampel

Menurut Sugiono (2014:91), Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul – betul representatif (mewakili).

Menurut Tony Wijaya (2013:29), Penelitian menggunakan rumus penentuan ukuran sampel yang dinyatakan oleh *Slovin*. Dalam penelitian ini sampel menggunakan rumus *Slovin* yaitu :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidakteelitian yang masih dapat ditolelir sebesar 1-15%,

Berdasarkan rumus di atas, maka besarnya sampel yang harus diambil adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{(1 + Ne^2)} \\ &= \frac{6895}{1 + 6895 (0,1)^2} \\ &= \frac{6895}{69,95} = \mathbf{98,57} \text{ dibulatkan menjadi } 99 \text{ orang.} \end{aligned}$$

Jadi sampel yang akan dipilih adalah sebanyak 99 responden yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *non probability sampling* teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Menurut Sugiono (2014:96), Untuk menentukan jumlah sampel maka peneliti menggunakan metode *Sampling Insidental*

yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk Distro 3 Second Bandar Lampung

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:88) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

1. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terkait). Dalam hal ini yang menjadi variabel independen adalah Kualitas produk (X_1) dan Persepsi Harga (X_2).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam hal ini yang mejadi variabel terikat adalah Keputusan pembelian (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang sedang diteliti. Menurut Wiratna Sujarweni (2015:76), memberikan pengertian tentang definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran berasal dari mana.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Kemampuan dari suatu produk atau jasa untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (Stevenson dalam Nia Wati (2012:3))	Usaha merancang lingkungan membeli untuk menghasilkan pengaruh emosional khusus kepada pembeli	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance</i> 2. <i>Aesthetics,</i> 3. <i>Special feature</i> 4. <i>Conformance</i> 5. <i>Reliability,</i> 6. <i>Durability,</i> 7. <i>Perceived Quality</i> 8. <i>Service ability</i> 	Ordinal
Persepsi Harga (X2)	Salah satu elemen dalam bauran pemasaran yang berfungsi untuk sinyal agar dapat mengkomunikasikan nilai dari produk atau jasa serta tidak hanya sebagai menentukan profitabilitas, Kotler dan Keller (2009:179)	Penilaian seseorang terhadap suatu produk atau jasa yang memberikan manfaat bagi orang tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3. Daya saing harga. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat Produksi. 5. Harga mempengaruhi daya beli konsumen. 6. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan. 	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa Swastha dan Handoko dalam Rachmady (2015: 8)	Proses pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Benefit association</i> 2. Prioritas dalam membeli 3. Frekuensi pembelian 	Ordinal

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir – butir dalam suatu daftar item pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka valid (Wiratna Sujarweni, 2015:108). Uji validitas menggunakan teknik kolerasi Product Moment dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antar variabel X dan Y

N = Jumlah Sampel

X = Skor Variabel X

Y = Skor Variabel Y

Prosedur pengujian:

1. H_0 : tidak ada hubungan antara variabel X dengan Y ($r_{hitung} < r_{tabel}$)
 H_a : ada hubungan antara variabel X dengan Y ($r_{hitung} > r_{tabel}$)
2. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid
Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid
3. Penjelasan dan kesimpulan dan butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

4. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21*).

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r table untuk *degree of freedom* $d(f) = n - k$ dengan *alpha* 0,05. Jika r hitung lebih besar dari r table dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Untuk hasil analisis dapat dilihat pada output uji reabilitas pada bagian *corrected item total correlation*. Selanjutnya koefisien korelasi item dikonsultasikan dengan harga r . kritik pada tabel, dengan indeks korelasi sebagai berikut :

1. Rendah, bila harga r_{xy} lebih rendah dari harga r_{tabel} , maka soal tersebut memiliki tingkat validitas rendah.
2. Cukup, bila harga r_{xy} mendekati harga r_{tabel} (baik lebih maupun kurang dari r_{tabel}).
3. Tinggi, bila harga r_{xy} lebih tinggi dari harga r_{tabel} maka memiliki tingkat validitas tinggi.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Suatu konstruk dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>0,6$. Kesalahan bahwa nilai dari kuesioner dapat mencerminkan tingkat pengaruh keputusan konsumen secara andal, penelitian yang dilakukan harus menunjukkan tingkat keandalan data yang tinggi. Koefisien *Cronbach Alpha* adalah suatu alat analisis penilaian keandalan (*reliability test*) dari suatu skala yang dibuat. Cara ini untuk menghitung korelasi skala yang dibuat dengan seluruh variabel yang ada, dengan angka koefisien yang dapat diterima yaitu diatas 0,6.

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk – konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner (Wiratna Sujarweni, 2015:110). Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha $> 0,60$ maka reliabel. Dengan rumus

$$\text{Alpha cronbach yaitu : } r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r = koefisien reliability instrument (*cronboracgalfa*)

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$ = total varian butir

σ_t^2 = total varians

Sumber : Wiratna Sujarweni (2015, p.110)

Prosedur pengujian:

1. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen reliabel Bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak *reliabel*
2. Bila probabilitas (sig) < korelasi maka instrumen *reliabel* Bila probabilitas (sig) > korelasi maka instrumen tidak *reliabel*
3. Tabel interpretasi nilai r *Korelasi Product Moment*

Tabel 3.2
Interprestasi Nilai R

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1.0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

4. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukari melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution Seri 21*).

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data yang dimiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametik, jika

data tidak berdistribusi normal dapat dipakai statistik non parametik. Uji normalitas adalah melakukan perbandingan antara data yang dimiliki dengan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama (Wiratna Sujarweni, 2015:120). Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terkait dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* (KS).

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. H_0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal
 H_a : Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal
2. Apabila (Sig) > 0,05 maka H_0 diterima (Normal)
Apabila (Sig) < 0,05 maka H_a ditolak (Tidak Normal)
3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution Seri 21.0*).
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel X normal atau tidak normal.

3.8.2 Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat statistik parametrik khususnya dalam analisis korelasi atau regresi linear yang termasuk dalam hipotesis asosiatif. Jadi bagi kita yang mengerjakan Skripsi berjudul "Korelasi antara", "Hubungan antara", atau "Pengaruh antara", uji linieritas ini harus kita lalui terlebih dahulu sebagai prasyarat uji hipotesis yang kita munculkan. Pengujian dapat dilakukan pada program SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Deviation from Linearity*) lebih dari 0,05.

Prosedur pengujian :

1. H_0 : model regresi berbentuk linier H_a : model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas (Sig) $< 0,05$ (Alpha) maka H_0 ditolak
Jika probabilitas (Sig) $> 0,05$ (Alpha) maka H_0 diterima
3. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) $> 0,05$ atau sebaliknya maka variabel X linier atau tidak linier.

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan kolerasi yang sangat kuat. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ada model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (Wiratna Sujarweni, 2015:158). Ada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali dalam Wiratna Sujarweni, 2015:227).

Metode untuk menguji adanya multikolinieritas dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation faktor* (VIF). Batas dari *tolerance value* $> 0,1$ atau VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak ada gejala multikolinieritas
2. Jika nilai *tolerance* $< 0,1$ maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ maka tidak ada gejala multikolinieritas

3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS (*Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS 21.0*).
4. Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas ($\text{sig} > 0,1$) maka variable X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

3.8.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas.

Ketika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, inilah yang disebut dengan heteroskedastisitas (Ghozali, 2012:139). Terdapat beberapa cara dalam mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas salah satunya yaitu dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. Adapun dasar untuk menganalisisnya, yaitu :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.5 Uji Autokorelasi

Autokorelasi itu berarti hubungan begitu pula analisis autokorelasi yaitu suatu analisis yang digunakan untuk melihat hubungan antara dua variabel. *Durbin-Watson* hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan menyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag di antara variabel bebas. rumus umumnya :

$$d = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

Hipotesis yang akan diuji adalah :

Ho : tidak ada autokorelasi (r sama dengan 0)

Ha : ada autokorelasi (r tidak sama dengan 0)

Prosedur Pengujian adalah sebagai berikut :

1. Bila nilai DW terletak antara batas atas atau *upper bound* (du) dan (4 - du), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah atau *lower bound* (dl), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih besar daripada (4 - dl), maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
4. Bila nilai DW terletak di antara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara (4 - du) dan (4 - dl), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.9 Metode Analisis Data

Sugiyono (2014:142) menyatakan bahwa: Metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan respon, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Di dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu Kualitas Produk (X_1), Persepsi Harga (X_2), dan Keputusan pembelian (Y) yang mempengaruhi variabel lainnya maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 21.0.

Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e_t$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

X1 = Kualitas Produk

X2 = Persepsi Harga

a = konstanta

e_t = error term

b₁, b₂ = Koefesien regresi

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji t :

1. Pengaruh Kualitas Produk (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 = Kualitas Produk (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Distro 3 Second Bandar Lampung.

H_a = Kualitas Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Distro 3 Second Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima
- Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak
- Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima

5. Pengaruh Persepsi Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 = Persepsi Harga (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Distro 3 Second Bandar Lampung.

H_a = Persepsi Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Distro 3 Second Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima
- c. Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak
- d. Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima

3.10.2 Uji F

Pengaruh Kualitas produk (X_1) dan Persepsi Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 = Kualitas produk (X_1) dan Persepsi Harga (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Distro 3 Second Bandar Lampung.

H_a = Kualitas produk (X_1) dan Persepsi Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Distro 3 Second Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
 - b. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterimadan H_0 ditolak
2. Menentukan nilai titik kritis untuk F Tabel pada $db_1 = k$ dan $db_2 = n-k-1$

3. Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak
 - b. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima
4. Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis.