

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada *filosofat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Jenis penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Adapun jenis dalam penelitian ini kausalitas, adalah penelitian yang ingin mencari penjelasan atau keterangan dalam bentuk hubungan sebab akibat (*cause-effect*) antar beberapa variabel atau konsep yang dikembangkan. Menurut Sugiyono (2017:37) menyatakan bahwa “hubungan kausal” adalah “hubungan yang bersifat sebab akibat, jadi dalam penelitian terdapat variabel *independen* (variabel yang mempengaruhi) dan *dependen* (dipengaruhi)”.

Maka dalam penelitian ini jenis penelitian kuantitatif yang digunakan adalah dengan data-data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Metode statistik digunakan untuk pengujian hipotesis ada tidaknya pengaruh Strategi Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ) Dan Distribusi ( $X_4$ ) Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Spacy Pada PT. Bintang Kharisma Jaya Di Bandar Lampung.

#### **3.2 Sumber Data**

Sumber data menurut Sugiyono (2017:137) menyatakan bahwa sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti, literatur dan bacaan yang berkaitan dan menunjang penelitian. Adapun sumber

data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2017:137) menyatakan bahwa data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian secara khusus. Jenis data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada responden.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017:224) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang diterapkan. Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun cara untuk memperoleh data dan informasi dalam penelitian ini menggunakan dua penelitian lapangan (*Field Research*). Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung kelapangan penelitian untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan kebutuhan dalam pelaksanaan penelitian ini diperoleh dengan cara sebagai berikut:

a) Kuesioner (Angket).

Menurut Sugiyono (2017:142) menyatakan kuesioner penelitian adalah metode pengumpulan data-data yang digunakan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Sedangkan dalam penelitian ini pengumpulan data dengan cara memberi pernyataan-pernyataan tertulis pada kuesioner (angket) kepada responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini menggunakan angket yang telah terstruktur dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2017:93) menyatakan bahwa Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert

adalah skala pengukuran yang paling banyak digunakan peneliti untuk mengukur suatu fenomena dimana responden diminta melakukan ranking terhadap preferensi (diutamakan) tertentu dan memberikan nilai terhadap preferensi tersebut. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dimana setiap item pertanyaan disediakan 5 jawaban (1.2.3.4.5). Setiap jawaban pada pernyataan atau pertanyaan pilihan dari responden memiliki skala penilaian. Adapun penilaian skala likert, yaitu:

**Tabel 3.1**  
**Data Perhitungan Tipe Skala Likert**

<b>Simbol</b>	<b>Skala Interval</b>	<b>Skor Nilai</b>
<b>SS</b>	Sangat Setuju	5
<b>S</b>	Setuju	4
<b>N</b>	Netral	3
<b>TS</b>	Tidak Setuju	2
<b>STS</b>	Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber: Menurut Sugiyono (2017:93).*

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2017:80) menyatakan bahwa 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. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan Sepeda Motor Honda Spacy ada PT. Bintang Kharisma Jaya Di Bandar Lampung, pada tahun 2018, sebanyak 332 orang konsumen.

#### **3.4.2 Sampel**

Menurut Sugiyono (2017:81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dari populasi yang telah ditentukan, maka dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar dalam artian sampel tersebut harus representative

(mewakili) dari populasi. Teknik sampling merupakan teknik untuk menentukan sampel yang digunakan dalam suatu penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan untuk penentuan jumlah sampel. Menurut Sugiyono (2017:84) menyatakan bahwa *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan menggunakan pendekatan metode *purposive sampling*. Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus *Slovin* dengan batasan kesalahan 5%. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran atau besarnya jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Jumlah populasi

$e$  = Batas kesalahan.

Dari rumus *Slovin* diatas, maka pengukuran jumlah sampel yang adalah :

$$n = \frac{332}{(1 + 332 \cdot 0,1^2)}$$

$$n = \frac{7723}{(1 + 332 \cdot 0,01)}$$

$$n = \frac{332}{1 + 332}$$

$$n = \frac{332}{333}$$

$$n = 0,99$$

$$n = 99$$

Dari hasil penghitungan rumus *Slovin* diatas diperoleh bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini adalah, sebanyak 100 orang responden dengan kriteria pengambilan sampel menggunakan pendekatan metode *one sampel*

*sampling*. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini konsumen menggunakan Sepeda Motor Honda Spacy Di Bandar Lampung.

### 3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:39) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun variabel-variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel independen (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu; Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ) dan Distribusi ( $X_4$ ).
2. Variabel dependen (terikat), merupakan variabel yang dipengaruhi variabel independen dalam penelitian ini adalah, Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian atau objek yang diteliti. Adapun definisi operasional variabel dapat diukur melalui indikator variabel penelitian seperti yang dijelaskan pada tabel 3.2 dibawah ini:

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel Penelitian	Definisi Konsep Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator Penelitian	Skala Ukur
<b>Produk (<math>X_1</math>)</b>	Menurut Tjiptono (2015:231) Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan produsen yang bisa diperhatikan, dicari, dibeli, diminta, digunakan dan dikonsumsi pasar sebagai sarana pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar.	Strategi Produk yang dilakukan PT. Bintang Kharisma Jaya, selalu tersedianya stok produk dari semua macam tipe model sepeda motor Honda Spacy.	1. <i>Product Quality</i> 2. <i>Features</i> 3. <i>Style and Design</i>	Ordinal
<b>Harga (<math>X_2</math>)</b>	Menurut Fandy Tjiptono (2015:289) Harga adalah jumlah dari seluruh nilai	Strategi Harga sepeda motor Honda Spacy oleh PT. Bintang Kharisma	1. Keterjangkauan Harga.	Ordinal

	yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat dimiliki produk atau menggunakan jasa.	Jaya relatif terjangkau yang menyesuaikan harga untuk konsumen kalangan menengah kebawah.	2. Kesesuaian Harga. 3. Harga Kompetitif.	
<b>Promosi (X<sub>3</sub>)</b>	Menurut Kotler dan Amstrong (2012:62) Promosi adalah salah satu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan melalui iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan, maupun publikasi.	Strategi Promosi sepeda motor Honda Spacy yang dilakukan PT. Bintang Kharisma Jaya dengan pembagian brosur, pemasangan spanduk, baliho, dan promosi di sosial media.	1. Pesan Promosi. 2. Media Promosi 3. Waktu Promosi. 4. Frekuensi 5. Promosi.	Ordinal
<b>Distribusi (X<sub>4</sub>)</b>	Menurut Kotler dan Amstrong (2012:62) Distribusi adalah memilih dan mengelola saluran perdagangan yang dipakai untuk menyalurkan produk atau jasa dan untuk melayani pasar sasaran.	Strategi Distribusi PT. Bintang Kharisma Jaya, dilakukan secara langsung ke pembeli, dan konsumen dapat langsung mendatangi pameran dealer remi sepeda motor Honda Spacy.	1. Ukuran lot 2. Waktu tunggu dan waktu pengiriman 3. Kenyamanan spesial 4. Keragaman produk 5. Dukungan layanan	Ordinal
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	Menurut Setiadi dalam Etta Mamang dan Sopiah (2013:121) keputusan pembelian konsumen adalah proses pengintegrasian yang menggabungkan pengetahuan mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satunya.	Keputusan pembelian konsumen sepeda motor Honda Spacy di PT. Kharisma Jaya Motor Bandar Lampung.	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian 6. Metode pembayaran	Ordinal

### 3.7 Uji Analisis Persyaratan Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas Intrumen

Menurut Wiratna Sujarweni (2015:108) menyatakan bahwa uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan dan diuji kevaliditasnya. Hasil membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dimana  $df = n-2$  dengan Sig 5%. Jika  $r_{tabel} < r_{hitung}$  maka valid. Uji validitas menggunakan teknik *kolerasi product moment*. Adapun prosedur pengujian uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Ho: Hasil Pengujian Data valid.  
Ha: Hasil Pengujian Data tidak valid.
2. Membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  dengan sampel 30 responden.
  - a) Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrument valid.
  - b) Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrument tidak valid.
3. Menentukan nilai  $r_{hitung}$  untuk tiap-tiap item hasil pengujian dapat dilihat pada kolom *corrected item - total correlation*.
4. Menentukan  $r_{tabel}$  dengan melihat nilai df dan tingkat signifikansi nya 0.05.
5. Pengujian validitas instrument dilakukan menggunakan program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*).
6. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , maka disimpulkan instrument tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Menurut Rambat Lupiyoadi dan Ikhsan (2015:54-61) menyatakan bahwa uji reliabilitas instrumen mengandung pengertian bahwa suatu indikator cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan. Reliabel artinya dapat dipercaya jadi dapat diandalkan. Jika metode split-half hanya dapat digunakan untuk mencari indeks reliabilitas instrumen yang skornya bernilai 1 dan 0, metode *Alpha Cronbach* dapat digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya merupakan rentangan antara beberapa nilai. Misalnya skala 1 sampai 10 atau antara 1 sampai 5. Adapun prosedur pengujian dilakukan dengan cara:

1. Ho : Hasil Pengujian Data Reliable  
Ha : Hasil Pengujian Data Tidak Reliable
2. Pengujian realibilitas instrument dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*)

3. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan hasil pada nilai *alpha cronbach* diatas nilai *interpretasi koefisien*.
4. Dalam penelitian ini menginteprestasikan besarnya nilai *r alpha* indeks korelasi 0,6 dengan hasil pada nilai *alpha cronbach*, maka disimpulkan instrument tersebut dinyatakan reliable atau sebaliknya.

### 3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Menurut Rambat Lupiyoadi dan Ikhsan (2015:134-135) menyatakan bahwa uji normalitas merupakan uji distribusi data yang dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik. Apabila data tidak berdistribusi normal, maka kita tidak dapat menggunakan analisis *non-parametrik*. Penggunaan normalitas digunakan uji *Kolmogorof-Sminrnnow* (K-S) termasuk dalam golongan non parametrik karena penelitian belum mengetahui apakah data yang digunakan termasuk data parametrik atau bukan. Pada uji K-S, data dikatakan normal apabila nilai Sig > 0.05. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari sampel yang berasal dari populasi berdistribusi normal atau sebaliknya. Adapun prosedur pengujian dilakukan dengan cara:

1. Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.  
Ha : Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal.
2. Apabila nilai Sig > 0,05 maka Ho diterima (normal).  
Apabila nilai Sig < 0,05 maka Ha ditolak (tidak normal).
3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*).
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas Sig > 0,05.
5. Menentukan kesimpulan dari pengujian data yang diperoleh pada masing-masing variabel yang diteliti apakah variabel independen berdistribusi normal terhadap variabel dependen atau sebaliknya.

### 3.8.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Wiratna Sujarweni (2015:158) menyatakan uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen dapat mengakibatkan kolerasi yang sangat kuat. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ada model regresi korelasi antar variabel bebas 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. Adapun prosedur pengujian dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Jika nilai VIF  $\geq 10$  maka ada gejala multikolinieritas  
Jika nilai VIF  $\leq 10$  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 (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*).
4. Menentukan kesimpulan dari pengujian data yang diperoleh dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas signifikan  $> 0,1$ , maka variable X multikolinieritas atau tidak multikolinieritas.

### 2.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2011:139-143) Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji white. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode pengujian apa bila menunjukkan lebih dari  $\alpha=5\%$  maka tidak gejala heteroskedastisitas. Adapun prosedur pengujian untuk uji heterokedastisitas dengan cara:

1.  $H_0$  : Tidak ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residual.  
 $H_a$  : Ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residual.
2. Jika probabilitas nilai Sig > 0,05 maka  $H_0$  diterima,  
 Jika probabilitas nilai Sig < 0,05 maka  $H_0$  ditolak.
3. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 20.0*).
4. Menentukan kesimpulan dari pengujian data yang diperoleh dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas Sig > 0,5 maka variabel X tidak ada gejala Heteroskedastisitas.

#### 2.8.4 Uji Autokorelasi

Menurut Imam Ghazali (2016:107) mendefinisikan bahwa uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Ada beberapa cara mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi. Uji Durbin- Watson (DW test) yang digunakan untuk pengujian autokorelasi dengan tingkat satu dan mensyaratkan adanya intersep (*konstanta*) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen. Adapun prosedur pengujian yang dilakukan untuk uji auto korelasi dengan cara:  $H_0$ : Tidak Ada Autokorelasi ( $r = 0$ ), dan  $H_a$ : Ada Autokorelasi ( $r \neq 0$ ).

**Tabel 3.4**

#### **Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi**

<b>Hipotesis Nol</b>	<b>Keputusan</b>	<b>Jika</b>
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No desicison</i>	$d_l \leq d \leq d_a$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	<i>No desicison</i>	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
Tidak ada autokorelasi, negatif/positif	Tidak ditolak	$d_u < d < 4 - d_u$

*Sumber: Imam Ghozali (2016:108).*

### 3.9 Metode Analisis Data

#### 3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2017:147) mendefinisikan bahwa analisis data adalah data kegiatan dari seluruh responden atau setelah data lain terkumpul. Kegiatan analisis data adalah mengelompokan data berdasarkan variabel dari berbagai jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden dengan menyajikan data tiap variabel yang sedang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis yang telah diajukan. Adapun persamaan regresi linier berganda yang dirumuskan, sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y	= Keputusan Pembelian
X <sub>1</sub>	= Produk
X <sub>2</sub>	= Harga
X <sub>3</sub>	= Promosi
X <sub>4</sub>	= Distribusi
b <sub>1-4</sub>	= koefisien regresi
a	= konstanta
et	= error item

#### 3.9.2 Uji Koefisien Determinasi

Menurut Imam Ghozali (2016:78) *koefisien determinasi* ( $R^2$ ) untuk mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa jauh variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang kecil (0) berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Jika nilai  $R^2$  yang mendekati satu (1) berarti variabel variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Untuk mengetahui besarnya nilai koefisien determinasi diperoleh dengan mengkuadratkan nilai

*koefisien korelasi* atau *R Squared* ( $R^2$ ). Uji *koefisien determinasi* digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ) dan Distribusi ( $X_4$ ) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Spacy Pada PT. Bintang Kharisma Jaya Di Bandar Lampung.

### 3.10 Pengujian Hipotesis

#### 3.10.1 Uji t (*Secara Parsial*)

Menurut Sugiyono (2017:137) mendefinisikan uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Kemudian, bila membandingkan nilai t hitung dan nilai t tabel, jika hasil nilai  $t_{hitung}$  lebih tinggi dibanding nilai  $t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi  $\text{Alpha} = 0.05$ , maka terdapat pengaruh secara individual variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Adapun hipotesis secara individual yang diajukan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

#### **H1: Pengaruh Produk ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).**

$H_0$  = Tidak Terdapat Pengaruh Strategi Produk ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen Sepeda Motor Honda Spacy Pada PT. Bintang Kharisma Jaya Di Bandar Lampung.

$H_a$  = Terdapat Pengaruh Strategi Produk ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen Sepeda Motor Honda Spacy Pada PT. Bintang Kharisma Jaya Di Bandar Lampung.

#### **H2 : Pengaruh Harga ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).**

$H_0$  = Tidak Terdapat Pengaruh Strategi Harga ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen Sepeda Motor Honda Spacy Pada PT. Bintang Kharisma Jaya Di Bandar Lampung.

$H_a$  = Terdapat Pengaruh Strategi Harga ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen Sepeda Motor Honda Spacy Pada PT. Bintang Kharisma Jaya Di Bandar Lampung.

**H3 : Pengaruh Promosi ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).**

Ho = Tidak Terdapat Pengaruh Strategi Promosi ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen Sepeda Motor Honda Spacy Pada PT. Bintang Kharisma Jaya Di Bandar Lampung.

Ha = Terdapat Pengaruh Strategi Promosi ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen Sepeda Motor Honda Spacy Pada PT. Bintang Kharisma Jaya Di Bandar Lampung.

**H4 : Pengaruh Distribusi ( $X_4$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).**

Ho = Tidak Terdapat Pengaruh Strategi Distribusi ( $X_4$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen Sepeda Motor Honda Spacy Pada PT. Bintang Kharisma Jaya Di Bandar Lampung.

Ha = Terdapat Pengaruh Strategi Distribusi ( $X_4$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen Sepeda Motor Honda Spacy Pada PT. Bintang Kharisma Jaya Di Bandar Lampung.

Prosedur pengambilan keputusan dari hasil pengujian hipotesis, yaitu:

1. Membandingkan nilai ( $t_{hitung}$ ) dengan kriteria sebagai berikut:
  - a. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka Ho ditolak.
  - b. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka Ha diterima.
3. Menentukan nilai titik kritis yang  $t_{table}$  dengan  $\alpha = 0.05$  dan df n-2.
4. Menentukan kesimpulan dari pengujian data yang diperoleh dari hasil pengujian hipotesis secara individu (*parsial*).

**3.10.2 Uji F (Secara Simultan)**

Menurut Sugiyono (2017:137-138) mendefinisikan bahwa uji statistik F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada derajat kesalahan 5% ( $\alpha =$

0.05). Apabila nilai  $F_{hitung} \geq$  dari nilai  $F_{tabel}$ , maka berarti variabel bebasnya secara serempak memberikan pengaruh yang bermakna terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama diterima. Jadi dalam penelitian untuk menentukan nilai titik kritis  $F_{tabel}$  adalah pada nilai  $db_1 = n-k$  dan  $db_2 = k-1$ . Adapun hepotesis yang diajukan, sebagai berikut:

**H5 : Pengaruh Produk (X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>), Promosi (X<sub>3</sub>) dan Distribusi (X<sub>4</sub>) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).**

Ho = Tidak Ada Pengaruh Strategi Produk (X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>), Promosi (X<sub>3</sub>) dan Distribusi (X<sub>4</sub>) Terhadap Keputusan Pembelian(Y) Konsumen Sepeda Motor Honda Spacy Pada PT. Bintang Kharisma Jaya Di Bandar Lampung.

Ha = Terdapat Pengaruh Strategi Produk (X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>), Promosi (X<sub>3</sub>) dan Distribusi (X<sub>4</sub>) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen Sepeda Motor Honda Spacy Pada PT. Bintang Kharisma Jaya Di Bandar Lampung.

Prosedur pengambilan keputusan hasil pengujian hipotesis, yaitu:

1. Membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan kriteria sebagai berikut:
  - a. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka Ho ditolak dan Ha diterima
  - b. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka Ho diterima dan Ha ditolak
2. Menentukan nilai titik kritis  $F_{tabel}$  ( $db_1 = n-k$  dan  $db_2 = k-1$ ).
3. Menentukan kesimpulan dari pengujian data yang diperoleh dari hasil pengujian hipotesis secara bersama-sama (*simultan*).