

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2017), mendefinisikan metode kuantitatif adalah sesuatu analisis data yang dilandaskan pada filsafat positivisme yang bersifat 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. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik.

Menurut Sugiyono (2017). Metode penelitian adalah penelitian *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* dengan *variabel dependen*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel Promosi (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) produk Smartphone Oppo di Bandar Lampung.

3.2 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2017) menjelaskan "Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder ini merupakan data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, literatur dan bacaan yang berkaitan dan menunjang penelitian ini". Sedangkan dalam penelitian ini sumber data yang digunakan antara lain :

Data Primer

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

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperlukan data-data dan informasi yang didapat dari sumbernya. Maka dari itu, teknik pengumpulan data diperlukan untuk membantu peneliti dalam melakukan penelitian agar mencapai hasil penelitian yang baik. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua tahap, antara lain adalah :

1. Penelitian Kepustakaan (*Lybrary Research*)

Teknik ini dilakukan dengan mengkaji berbagai teori dan bahasan yang relevan dengan penyusunan skripsi ini seperti data yang bersumber dari berbagai referensi seperti literatur, arsip, dokumentasi, dan data lain yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Teknik ini dilakukan dengan cara turun secara langsung kelapangan penelitian untuk memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan dalam pelaksanaan penelitian ini.

3. Kuesioner (Angket).

Menurut Sugiyono (2017), menyatakan kuesioner penelitian adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan/ Pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode survey menggunakan angket untuk mengukur variabel independen terhadap dependen menggunakan teknik scoring untuk memberikan nilai pada setiap alternatif jawaban

sehingga data dapat dihitung. Adapun langkah yang ditempuh dalam pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala interval (1,2,3,4,5). Skala interval 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. Dalam skala interval koesioner yang digunakan adalah koesioner pilihan dimana setiap item pernyataan disediakan 5 jawaban. Setiap jawaban pernyataan atau pertanyaan pilihan dari responden akan memiliki skala penilaian. Adapun penilaian skala Interval tersebut adalah sebagai berikut :

- | | | |
|--------|-----------------------|--------|
| 1. SS | = Sangat Setuju | Skor 5 |
| 2. S | = Setuju | Skor 4 |
| 3. CS | = Cukup Setuju | Skor 3 |
| 4. TS | = Tidak Setuju | Skor 2 |
| 5. STS | = Sangat Tidak Setuju | Skor 1 |

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017). 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 telah menggunakan produk Smartphone Oppo di Bandar Lampung tidak dapat di hitung.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak

mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu". Dalam pemilihan sampel terdapat teknik sampling untuk menentukan sampel mana yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017) mengemukakan "Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan."

Teknik penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah didasarkan pada metode *non probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, dengan menggunakan pendekatan purposive sampling. Menurut Sugiyono (2017) didefinisikan "*Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. "Sedangkan *Non-Probability Sampling* menurut Sugiyono (2017) "*Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota pupulasi untuk dipilih menjadi sampel.

Ukuran sample dalam penelitian sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti, maka besar sampel yang digunakan menurut Rao Purba (2006) dalam Kharis (2011) dalam menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus *Z Score* dengan batasan kesalahan 10% Rumus untuk menghitung ukuran atau besarnya jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan:

N = Ukuran sampel

Z = Z score 1,96 pada tingkat signifikan tertentu (drajat keyakinan di tentukan 95%)

Moe = Margin off error, tingkat kesalahan maksimum 10%

Berdasarkan rumus diatas, maka perhitungan besarnya jumlah sampel yang harus diambil dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(10\%)^2}$$

$n = 96,04 \approx 97$ atau dibulatkan 100.

Berdasarkan penghitungan jumlah sampel diatas dengan rumus *Z score*, maka peneliti membulatkan besarnya jumlah sampel dalam penelitian ini, sebanyak 100 konsumen produk Smartphone Oppo di Bandar Lampung.

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) variabel 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. Dalam penelitian ini yang menjadi adalah sebagai berikut :

1. Variabel Independen (bebas)

Variabel Independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini, yaitu; Promosi (X_1), dan Kualitas Produk (X_2).

2. Variabel dependen (terikat)

Variabel Dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen, yaitu, 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 variable dapat diukur melalui indikator-indikator yang digambarkan sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator Penelitian	Skala
Promosi (X ₁)	Menurut Tjiptono (2008: p.219), mendefinisikan promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.	Promosi penjualan adalah kegiatan-kegiatan pemasaran yang perlu dirancang sedemikian rupa sehingga proses komunikasi berjalan efektif dengan biaya yang efisien.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jangkauan Promosi. 2. Kuantitas penayangan iklan di media promosi. 3. Kualitas penyampaian pesan di media promosi 	Interval
Kualitas Produk (X ₂)	Menurut Kotler dan Keller (2009: p.143), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai, atau bahkan melebihi dari apa yang diinginkan konsumen.	kualitas produk adalah hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja 2. Daya Tahan 3. Kesesuaian Spesifikasi 4. Fitur 5. Reliabilitas 6. Estetika 7. Kesan Kualitas 8. Service 	Interval

Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Peter dan Olson yang dikutip oleh Etta dan Sopiha (2013: p.332) menyebutkan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu diantaranya.	keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk melakukan pembelian yang nyata, apakah membeli atau tidak dengan melalui proses yang berbeda-beda.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk. 2. Keinginan mencoba. 3. Kemantapan akan kualitas suatu produk. 4. Keputusan pembelian ulang. 	Interval
-------------------------	--	--	--	----------

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas Instrumen

Uji Validitas Instrumen digunakan dalam suatu penelitian yang sifatnya kualitatif maupun penelitian kuantitatif agar dapat menunjukkan derajat ketepatan antara fenomena yang terdapat di lapangan dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Menurut Wiratna Sujarweni (2015: p.108) 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 dalam penelitian ini menggunakan teknik *Kolerasi Product Moment*. Adapun rumus dari korelasi pearson tersebut adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

r = Korelasi antar Variabel X dan Y

n = Jumlah responden

X = Jumlah skor item

Y = Jumlah skor total seluruh item

Prosedur Pengujian :

1. H_0 : data valid.
 H_a : data tidak valid.
2. Menentukan nilai probabilitas (sig) pada nilai α sebesar 0,05 (5%)
 - a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen valid.
 - b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tidak valid.
 - c. Apabila $Sig < 0,05$ (Alpha), maka instrumen valid.
 - d. Apabila $Sig > 0,05$ (Alpha), maka instrumen tidak valid.
 - e. r_{tabel} adalah 0.361 dengan sampel sebanyak 30 orang pengunjung.
3. Pengujian validitas instrumen dilakukan menggunakan program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*).
4. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka dapat di simpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

3.7.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Menurut Lupiyoadi dan Ikhsan (2015). Uji reliabilitas instrumen mengandung pengertian bahwa suatu indikator cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan. Reliabilitas 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. Dengan rumus indeks reliabilitas alpha instrumen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:

R = Reliabilitas instrumen

K = Banyaknya pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varians butir

σ^2 = Varians total

Prosedur Pengujian:

1. H_0 : data reliable

H_a : data tidak reliable

2. Pengujian Reliabilitas instrumen dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*)

3. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan hasil pada nilai *alpha cronbach* dengan nilai *interpretasi koefisien*, maka dapat disimpulkan instrument tersebut dinyatakan reliable atau sebaliknya.

Dalam penelitian ini menginteprestasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi. Selanjutnya mengkonsultasikan hasil nilai *Alpha cronbach* dengan nilai *Interprestasi Koefisien*, seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.2

Daftar Nilai Interpretasi Koefisien

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang/Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2017: .184)

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas sampel untuk menguji apakah kita menggunakan data sampel yang diambil dari sejumlah populasi terlebih dahulu perlu diuji kenormalitasan sampel tersebut dengan tujuan apakah jumlah sampel tersebut sudah representatif atau belum sehingga kesimpulan penelitian yang diambil dari sejumlah sampel bisa dipertanggung jawabkan. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari sampel yang berasal dari populasi berdistribusi normal atau sebaliknya. Uji normalitas sampel dalam penelitian ini menggunakan uji *Non parametric one sample 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. Maka kesimpulan dari pengujian data-data yang diperoleh pada masing-masing variabel yang diteliti apakah berdistribusi normal atau sebaliknya,

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 assosiatif. jadi bagi peneliti yang mengerjakan penelitian yang 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. Ho: model regresi berbentuk linier
Ha: model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka Ho ditolak
Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ho diterima
3. Pengujian linieritas sampel dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solutions* 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 ini tidak boleh terdapat multikolinieritas diantara variabel penjelas pada model tersebut yang di indikasikan oleh hubungan sempurna atau hubungan yang tinggi diantara beberapa atau keseluruhan variabel penjelas. Selain cara tersebut gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan nilai VIF (*variance inflation factor*). Jika nilai VIF lebih dari 10 maka ada gejala multikolinieritas, sedangkan unsur $(1 - R^2)$ di sebut *collinierty tolerance*, artinya jika nilai *collinierty tolerance* dibawah 0,1 maka ada gejala 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 (*Statistical Program and Service Solution seri 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.

3.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis data yang telah dikumpulkan dan termasuk hasil pengujian statistik yang telah dilakukan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2017) analisis data adalah "Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau 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 hipotesis yang telah diajukan".

3.9.1 Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen (Sugiyono, 2017). Adapun persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut dengan demikian model regresi berganda dapat dibentuk sebagai berikut :

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

Keterangan :

- Y = Keputusan Pembelian
 X₁ = Promosi
 X₂ = Kualitas Produk

$b_{1,2,3,4,5}$ = Koefesien Regresi

a = Konstanta

et = Error Item

3.9.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam penelitian ini koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh Promosi (X_1), dan Kualitas Produk (X_2), terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen Smartphone Oppo di Bandar Lampung. Adapun untuk mengetahui besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) dapat diperoleh dengan cara mengkuadratkan hasil nilai koefisien korelasi atau *R Squared* (R^2).

3.10 Pengujian Hipotesis

3.10.1 Uji t (Secara Parsial)

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini untuk membuktikan rumusan masalah dengan hipotesis yang telah ditentukan suatu penelitian. Maka pengujian koefisien regresi secara parsial (Uji t) digunakan dalam penelitian ini untuk menguji apakah terdapat pengaruh variabel Promosi (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen Smartphone Oppo di Bandar Lampung. Sedangkan untuk menentukan nilai titik kritis yang digunakan untuk t_{table} dengan $\alpha = 0.05$ dan df $n-2$. Adapun hepotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

H1: Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.

H_0 = Tidak Terdapat Pengaruh Promosi (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen Smartphone Oppo di Bandar Lampung.

H_a = Terdapat Pengaruh Promosi (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen Smartphone Oppo di Bandar Lampung.

H2: Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

Ho = Tidak Terdapat Pengaruh Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen Smartphone Oppo di Bandar Lampung.

Ha = Terdapat Pengaruh Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) konsumen Smartphone Oppo di Bandar Lampung.

Kriteria Pengambilan Keputusan Hasil Pengujian :

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak.
Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ha diterima.
Atau
2. Jika nilai $sig < 0.05$ maka Ho ditolak.
Jika nilai $sig > 0.05$ maka Ha diterima.

3.10.2 Uji F (Secara Simultan)

Pengujian Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F) untuk pengujian hipotesis yang digunakan agar dapat mengetahui apakah seluruh variabel bebasnya secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Menurut Anuar Sanusi (2011: p.137-138), uji seluruh koefisien regresi secara serempak/simultan sering disebut dengan uji model. Nilai yang digunakan untuk melakukan uji simultan adalah dengan membandingkan nilai F_{hitung} yang dihasilkan dengan nilai F_{tabel} . Maka dalam penelitian ini Uji F digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama Promosi (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Smartphone Oppo di Bandar Lampung.

H3: Pengaruh Promosi (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ho = Tidak Terdapat Pengaruh Promosi (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Smartphone Oppo di Bandar Lampung.

Ha = Terdapat Pengaruh Promosi (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Smartphone Oppo di Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

1. Membandingkan perhitungan (F_{hitung}) dengan kriteria 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 hasil uji hipotesis.