

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan atau *field research* merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif.¹ Penelitian ini digunakan untuk mendapatkan data primer, yaitu dengan mendatangi responden untuk pengamatan langsung, dengan memberikan kuesioner. Dalam penelitian ini yang diamati adalah konsumen pada 3 toko tersebut, yaitu di toko Nur Fais, toko Barokah Fashion dan Toko Sun di Pasar Kliwon Kudus terhadap pengaruh kualitas layanan Islami, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen.

2. Pendekatan Penelitian

Ditinjau dari jenis datanya pendekatan penelitian ini yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang bersifat spesifik dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain dengan syarat utamanya adalah sampel yang diambil harus representatif.²

Pendekatan kuantitatif menggunakan data kuantitatif dan statistik objek melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel atau responden yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survey untuk menentukan frekuensi dan presentase tanggapan mereka. Metode

¹ Indrianto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi*, (Yogyakarta: BPFE, 2002), 92.

² Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu Press, 2009), 7.

penelitian kuantitatif juga dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandasan pada filsafat positivisme.³

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴ Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam lain. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi keseluruhan karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.⁵ Jumlah populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang berada di 3 diantaranya toko Nur Fais, toko Barokah Fashion dan Toko Sun di Pasar Kliwon Kudus sebanyak 354 konsumen.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁶ Dengan demikian sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diteliti sebagai responden. Sampel yang diambil dari populasi harus bisa mewakili dan valid, yaitu bisa mengukur sesuatu yang seharusnya diukur.⁷

Pengambilan sampel dari penelitian ini adalah menggunakan rumus Slovin sebagai alat ukur untuk menghitung sampel. Dengan jumlah populasinya 354 konsumen, maka jika dihitung dengan rumus rumus Slovin sebagai berikut :

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 13.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 115.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, 61.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 118.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, 116.

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

Dimana:

n: Ukuran Sampel

N: Ukuran populasi

e: Batas toleransi kesalahan

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hasil yang penulis teliti dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{354}{1 + (354 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{354}{1 + 3,54}$$

$n = 77,97$ maka dibulatkan menjadi 78

Berdasarkan perhitungan di atas populasinya berjumlah 354 konsumen, setelah dihitung menggunakan rumus Slovin menghasilkan sampel 78 konsumen di 3 toko diantaranya toko Fais, toko Barokah Fashion dan toko Sun di Pasar Kliwon Kudus.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis variabel adalah konsep yang dapat diukur dan mempunyai variasi nilai.⁸ Variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan

⁸ Sudjarwo dan Basrowi, *Manajemen Penelitian Sosial* (Bandung: Mandar Maju, 2009), 169.

kemudian ditarik kesimpulannya.⁹ Variabel dalam penelitian ini dibedakan dalam dua variabel, yaitu :

1. Variabel bebas (*independent Variabel*)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat)¹⁰

- a. Kualitas layanan Islami sebagai variabel independen yang pertama (X_1)
- b. Harga sebagai variabel independen yang kedua (X_2)
- c. Lokasi sebagai variabel independen ketiga (X_3).

2. Variabel *Terikat (Dependent Variabel)*

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹¹ Dalam penelitian ini keputusan konsumen sebagai variabel terikat (Y).

D. Variabel Operasional

1. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan penentuan *construct* sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan *construct*, sehingga memungkinkan bagi peneliti lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran *construct* yang lebih baik.¹²

a. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Dalam penelitian ini, variabel-variabel diukur dengan menggunakan *Skala Likert*, yaitu skala yang

⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2013),61.

¹⁰ Sugiyono, 24.

¹¹ Sugiyono, 59.

¹² Nur Indriantoro, dkk., *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta, BPFE, 2002), 69.

digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan *Skala Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan *Skala Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, *skala likert* yang digunakan adalah nilai 1 sampai dengan 5 dengan batasan-batasan sebagai berikut:¹³

- Sangat Tidak Setuju diberi skor 1
- Tidak Setuju diberi skor 2
- Netral diberi skor 3
- Setuju diberi skor 4
- Sangat Setuju diberi skor 5

Berdasarkan variabel diatas yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan konsumen di Pasar Kliwon Kudus, dibuatlah tabel Definisi Operasional Variabel sebagai berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X1)	Menurut Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen	1. <i>Sharia Compliance</i> (kepatuhan syariah)	<ul style="list-style-type: none"> • Kesepakatan/akad jual beli • Amanah • Produk dan layanan 	<i>Likert 1-5</i>

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 131-133.

kualitas pelayanan dapat diartikan sikap konsumen terhadap keyakinan suatu agama dalam mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli suatu produk atau jasa. ¹⁴		islami <ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada riba • Prinsip sesuai syariah.
	Assurance (jaminan)	<ul style="list-style-type: none"> • Kesopanan karyawan • Komunikasi yang baik • Jujur • Memberikan perhatian penuh • Aman dalam bertransaksi
	Reliability (keandalan)	<ul style="list-style-type: none"> • Penambahan karyawan • Tepat waktu • Sikap simpatik • Transaksi yang tepat • Memuaskan.
	Tangibles (bukti fisik)	<ul style="list-style-type: none"> • Jam operasional • Penampilan karyawan • Peralatan yang digunakan • Produk

¹⁴ Hasan, “Pengaruh Kualitas Jasa bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 1, No.6, April, (2006), 3.

			<ul style="list-style-type: none"> • Tempornya mudah 	
		Emphaty (empati)	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak membedakan • Komunikasi yang baik • Perhatian yang baik • Mudah • Menghargai 	
		<i>Responsiveness</i> (ketanggapan)	<ul style="list-style-type: none"> • Teliti • Kecepatan • Membantu • Menanggapi • Mempunyai cabang¹⁵ 	
Harga (X2)	Menurut Kotler dan Keller harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang atau jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka	Keterjangkauan harga Kesesuaian harga dengan kualitas produk Daya saing harga	<ul style="list-style-type: none"> • Harga produk lebih terjangkau dari pesaingnya. • Harga sesuai dengan kualitasnya. • Harga produk lebih terjangkau harganya 	<i>Likert 1-5</i>

¹⁵ Hasan, "Pengaruh Kualitas Jasa bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Volume 1, No.6, April, (2006), 3-4.

	mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. ¹⁶		bagi konsumen.	
		Kesesuaian harga dengan manfaat.	<ul style="list-style-type: none"> • Harga produk sesuai dengan manfaatnya.¹⁷ 	
Lokasi (X3)	Menurut Kotler Lokasi adalah suatu ruang dimana berbagi kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk membuat produk dapat diperoleh dan tersedia bagi pelanggan. ¹⁸	1. Lokasi	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi dapat dijangkau karena dekat dengan area perkotaan. 	<i>Likert 1-5</i>
		Kedekatan lokasi	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesestrategisan lokasi dilihat dari tepi jalan. 	
		Akses	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemudahan menuju lokasi 	
		Kenyamanan	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi aman dan 	

¹⁶ Riyono, Gigih Erlik Budiharjo, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua, *Jurnal STIE Semarang*, Vol No. 2 Juni(2016), 100.

¹⁷ Riyono, Gigih Erlik Budiharjo, Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua, *Jurnal STIE Semarang*, Vol No. 2 Juni(2016), 101.

¹⁸ Fifyanata Ghanimata, Mustafa Kamal, “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian”, *Journal Of Management*, Volume 1, No.2, Desember, (2012), 3.

Keputusan Konsumen (Y)	Menurut Kotler keputusan konsumen adalah suatu proses dimana individu atau kelompok memilih atau menggunakan barang, jasa atau pengalaman sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk yang bisa memuaskan mereka. ²⁰	lingkungan	nyaman. ¹⁹	Likert 1-5
		Pengenalan masalah	<ul style="list-style-type: none"> Mengenal kebutuhan ketika konsumen menghadapi ketidakseimbangan antara keadaan sebenarnya dan keinginan. 	
		Pencarian Informasi	<ul style="list-style-type: none"> Konsumen mencari informasi sebelum memilih produk pembelian. 	
		Evaluasi alternative	<ul style="list-style-type: none"> Konsumen melakukan evaluasi alternatif sebelum melakukan pembelian 	
		Keputusan pembelian	<ul style="list-style-type: none"> Melakukan pembelian berdasarkan keuntungan yang didapatkan 	

¹⁹ Fifyanata Ghanimata, Mustafa Kamal, “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian”, *Journal Of Management*, Volume 1, No.2, Desember, (2012), 4.

²⁰ Philips Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, terj. Bob Sabran Jilid 1 edisi 13 (Jakarta: Erlangga, 2008), 166.

		Perilaku pasca pembelian.	<ul style="list-style-type: none"> • Konsumen merasa puas dengan apa yang diperolehnya.²¹ 	

(Sumber: Data yang diolah dari beberapa sumber)

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang ditempuh dan alat-alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan datanya.²² Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Observasi (pengamatan)

Observasi atau pengamatan adalah teknik yang dilakukan secara langsung dan pencatatan secara otomatis terhadap fenomena yang di selidiki. Karena penelitian yang dilakukan adalah termasuk jenis penelitian kuantitatif, maka observasi yang penulis lakukan dalam penelitian ini adalah observasi terstruktur. Dalam hal ini, penulis dapat melakukan pengumpulan data menyatakan terstruktur kepada sumber data bahwa peneliti sedang melakukan penelitian.²³

2) Metode dokumentasi

Metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi merupakan metode

²¹ Philips Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, terj. Bob Sabran Jilid 1 edisi 13 (Jakarta: Erlangga, 2008), 178.

²² Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), 159.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2004),

yang bersumber pada benda-benda tertulis berupa sejarah, profil, dan lain sebagainya di Pasar Kliwon Kudus.²⁴

3) Angket (Kuesioner)

Angket merupakan suatu cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan/ Pernyataan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respons terhadap daftar pertanyaan/ pernyataan yang diberikan oleh peneliti.²⁵ Kuesioner yang dibagikan peneliti berupa kuesioner tertutup, yakni pertanyaan yang sudah disediakan jawabannya, sehingga responden tinggal memilih. Kuesioner dalam penelitian ini ditujukan kepada responden.

4) Wawancara Terstruktur

Wawancara yaitu penelitian ini dilakukan dengan cara mengadakan komunikasi langsung dengan menyediakan pertanyaan yang diberikan kepada narasumber/informal.

F. Teknik Analisis data

Menurut pendekatan analisis data yang akan digunakan, penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif. Metode ini digunakan agar penulis dapat berusaha menekankan analisisnya pada data-data yang diolah dengan metode statistik kemudian hasilnya akan disajikan secara sistematis, sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Setelah itu data hasil pengolahan statistik akan dijabarkan secara deskriptif. Analisis data akan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Sosial Science*). Analisis ini dilakukan dengan beberapa tahapan sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Validitas adalah ketetapan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan

²⁴ Arikunto dan Suharsini, *Prosedur Penelitian*. (Jakarta : Rineka Cipta, 1998), 135

²⁵ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002), 92.

valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df)= $n-2$. Uji signifikansi koefisien korelasi pada tahap signifikansi adalah 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Untuk menguji apakah masing-masing indikator valid atau tidak maka bisa dilihat pada tampilan output *Cronbach Alpha* pada kolom *Correlated Item — Total Correlation* > dari r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilainya positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.²⁶ Dalam penelitian ini dari hasil uji non responden masing-masing butir pernyataan dikatakan valid, sehingga dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu *kuesioner* yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan menggunakan program SPSS dengan menggunakan Uji Statistik *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrumen itu dikatakan reliabel apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach Alpha* > 0,70. Dan jika *Cronbach Alpha* ditemukan angka koefisien < 0,70 maka dikatakan tidak reliabel.²⁷ Dalam penelitian ini, dari hasil uji non responden dinyatakan reliabel dengan hasil di atas koefisien < 0,70 sehingga dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

3. Uji Normalitas

²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2011), 52.

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 47.

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada 2 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.²⁸

1. Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik *histogram* yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

2. Uji Statistik

Uji statistik sederhana dapat dilakukan dengan melihat nilai *kurtosis* dan *skewness* dari *residual* tersebut.

4. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*Independen*). Model *regresi* yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel *independen*. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *ortogonal*. Variabel *ortogonal* adalah variabel *independen* yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel *independen* manakah yang dijelaskan oleh variabel *independen* lainnya. Jadi, jika nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas

²⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, 160.

adalah nilai $tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.²⁹

5. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi atau ada masalah dalam autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena *residual* (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi yaitu dengan Uji *Durbin-Watson* (DW test).³⁰

Tabel 3.3
Pengambilan Keputusan ada tidaknya Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No Desicison	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	No Decision	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

Sumber: Imam Ghazali³¹

²⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, 105.

³⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, 110.

³¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, 111.

6. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi — Y sesungguhnya) yang telah *di-studentized*. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam suatu regresi.³²

7. Uji Analisis Regresi

Analisis Regresi Berganda membahas hubungan variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Persamaan regresinya adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana :

Y : Keputusan Konsumen

a : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi antara kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen

b_2 : Koefisien regresi antara harga terhadap keputusan konsumen

b_3 : Koefisien regresi antara lokasi terhadap keputusan konsumen

x_1 : Kualitas Pelayanan

x_2 : Harga

x_3 : Lokasi

e : Standar eror

³² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, 139.

8. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah populasi tempat sampel diambil memiliki korelasi multiple (R) nol atau apakah terdapat sebuah relasi yang signifikan antara variabel-variabel independen dengan variabel-variabel dependen.³³ Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

9. Koefisien Determinan (R^2)

Digunakan untuk mengukur ketepatan dari model analisis yang dibuat. Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel tergantung. Bila R^2 mendekati angka satu maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel tergantung semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan variasi variabel tergantung atau terikat.³⁴

10. Uji parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.³⁵ Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut :

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

³³Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2013), 180.

³⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*, 30.

³⁵ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 180.