BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian yang diambil adalah konsumen Perusahaan Salman Konveksi Bandung dengan klasifikasi perempuan dan laki-laki. Ruang lingkup yang diteliti mencangkup pengungkapan mengenai pengaruh kualitas produk dan diversifikasi produk terhadap keputusan pembelian di Salman Konveksi Bandung.

3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Salman Konveksi Bandung didirikan semenjak tahun 2013 beralamat lengkap di jalan Otto Iskandardinata No 70 lantai basement blok F No. 22 Bandung. berawal dari sebuah ide untuk mengembangkan usaha konveksi seragam. Yusa Bastian Hermawan dengan modal awal kurang lebih Rp. 100 juta memilih usaha konveksi seragam sekolah karena sudah berpengalaman belasan tahun dibidang tersebut dan memilih untuk memiliki produk sendiri. Bisnis seragam sekolah ada dimana-mana dan tidak mengenal krisis karena seragam sekolah merupakan kebutuhan pokok bagi para siswa. Hal ini dibuktikan dengan tingkat penjualan yang semakin naik setiap tahunnya.

Perlu diketahui bahwa visi Salman Konveksi Bandung adalah menjadi konveksi seragam sekolah yang paling produktif dan berkualitas di Bandung. Misi Salman Konveksi Bandung adalah melayani konsumen dengan sebaik-baiknya dan menjunjung tinggi nilai produktivias. Sedangkan moto Salman Konveksi Bandung adalah Pelayanan dan Kualitas adalah segalanya.

Berpedoman pada visi, misi dan moto perusahaan Salman Konveksi Bandung telah melayani konsumen didaerah dan kota sekitar bandung, Banjaran, Subang, Garut dan Tasikmalaya. Omset yang diperoleh perusahaan rata-rata perbulan adalah seratus juta.

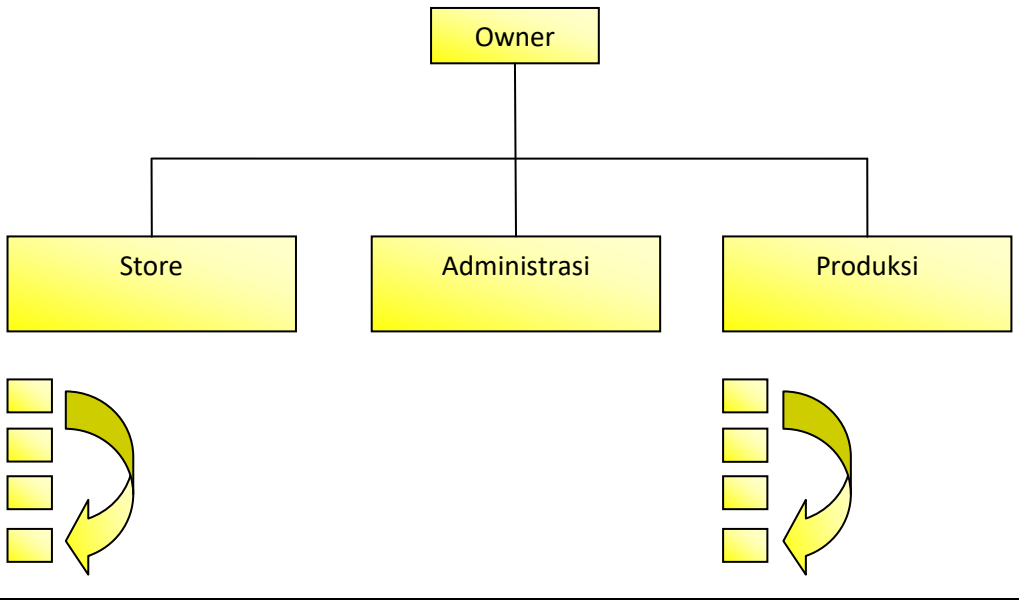
Salman konveksi bandung merupakan perusahaan manufaktur dimana konveksi ini memproduksi seragam sekolah SD, SMP, SMA dan seragam lainnya, lalu berperan juga sebagai distributor produk baik secara grosir dan eceran.

Sekarang Salman Konveksi bandung sedang melakukan diversifikasi baru yaitu dengan memilih kain bahan produksi yang lebih baik kualitasnya dan membuat beberapa macam pilihan seragam agar konsumen bisa memilih tanpa menyalahi aturan dari pemerintah daerah.

3.1.2 Struktur Organisasi

Struktur merupakan kerangka pembagian tanggung jawab fungsional kepada unit-unit oragnisasi yang dibentuk untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan pokok perusahaan atau organisasi sebagai upaya untuk mewujudkan kelancaran dan keberhasilan setiap aktivitas yang dijalankan oleh perusahaan. Disamping itu struktur organisasi mengemukakan adanya batas-batas wewenang dan tanggung jawab setiap pimpinan atas kegiatan perusahaan dan akan mengukur prestasi setiap karyawan didalam lingkungan tugas-tugasnya masing-masing.

Adapun struktur organisasi terdiri atas :



Gambar 3.1 Struktur organisasi

Sumber : salman konveksi bandung

Adapun tugas dan wewenang dari struktur organisasi diatas adalah :

1. *Owner* (pemilik)

   Mengawasi kegiatan produksi dan penjualan serta menetapkan kebijakan-kebijakan yang berhubungan dengan operasi secara keseluruhan.

2. *Store* (toko)

   Mengelola dan bertanggung jawab atas toko dan melakukan kegiatan penjualan.

3. Administrasi

   Tugas utama dari bagian administrasi adalah :

   - Mencatat semua kegiatan jual beli
   - Menangani semua kegiatan pengadministrasian
   - Mendsitribusikan kepada semua karyawan di bagian produksi

- Mengatur hasil produksi untuk menilai apakah sesuai pesanan.

4. Produksi

   Mengawasi persediaan bahan, menyiapkan bahan untuk proses produksi sampai dengan produk jadi yang siap dipakai. Adapun bagian-bagian produksi adalah sebagai berikut :

   - Bagian Potong

   Menggunting bahan (kain) sesuai pola dasar.

   - Bagian Jahit

   Menjahit (menyatukan) bagian-bagian dari pola dasar.

   - Bagian *Finishing* (bagian akhir)

   Menyeleksi seluruh hasil produksi supaya terjamin kualitasnya dan sesuai dengan pesanan konsumen supaya tidak ada produk gagal (cacad).

3.2 Metode Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan diversifikasi produk terhadap keputusan pembelian di Salman Konveksi Bandung adalah metode survey (Singarimbun, 2010 : 3) yaitu penelitian dengan cara mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok.

3.2.1 Operasional variabel

Variabel-variabel yang akan dianalisis dalam penelitian terdiri dari tiga variabel, yaitu variabel bebas adalah kualitas produk dan diversifikasi produk yang diberi simbol (X) dan keputusan pembelian diberi simbol (Y) untuk lebih jelasnya ketiga variabel tersebut dapat dilihat pada tabel:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Ukuran	Skala
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kualitas Produk (X1)	Unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh pelanggan.	1. Performan (*Performance*) 2. Keistimewaan (*Features*) 3. Keandalan (*Reliability*) 4. Konformasi (*Conformance*) 5. Daya Tahan (*Durability*) 6. Kemampuan Pelayanan (*service ability*) 7. Estetika (*Aesthethics*) 8. Kualitas yang dipersepsikan (*Perserved Quality*)	1. Kualitas 2. Tidak Luntur 3. Kualitas Bahan 4. Nyaman 5. Keawetan 6. Jaminan 7. Desain 8. bagus	Ordinal
Diversifikasi Produk (X2)	Diversifikasi produk adalah upaya yang dilakukan pengusaha/produsen/perusahaan untuk mengusahakan atau memasarkan beberapa produk yang sejenis dengan produk yang sudah dipasarkan sebelumnya.	1. Variasi Jenis Produk 2. Variasi Kelengkapan Produk 3. Variasi Ukuran Produk 4. Variasi Kualitas Produk	1. Varian Jenis yang ditawarkan 2. Varian Produk yang ditawarkan 3. Standar ukuran yang lengkap 4. Standar kualitas produk	Ordinal

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian pada dasarnya keputusan untuk membeli merek yang paling disukai konsumen berdasarkan pertimbangan diantara merek-merek pilihan.	1. Memilih Produk 2. Memilih Merek 3. Memilih Penjual 4. Memilih waktu pembelian 5. metode pembayaran	1. produk sesuai 2. Dikenal 3. Kemudahan 4. Fleksibilitas 5. Tunai/Non tunai	Ordinal

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data diperoleh dari pennelitian lapangan (*Field Research*) yaitu data yang diperoleh secara langsung dengan meninjau perusahaan dan mengadakan penelitian pada pelanggan mengenai materi yang diteliti :

a. Wawancara (*Interview*) yaitu mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pihak perusahaan untuk memperoleh data dan penjelasan mengenai masalah-masalah yang menjadi objek penelitian.

b. Kuesioner (*Questioner*), yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

c. Studi dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data yang mempelajari membaca dan mengumpulkan dokumen dan arsip perusahaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3.2.2.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah :

a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari objek penelitian atau responden yang melakukan pembelian terhadap produk Salman Konveksi Bandung.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh bukan dari responden akan tetapi dari data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain maupun pihak Salman Konveksi bandung.

3.2.2.2 Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen utama yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner. Bentuk pertanyaan yang digunakan kuesioner adalah struktur *non disqued*, yaitu bentuk pertanyaan yang telah disusun sebelumnya dengan tujuan agar maksud pertanyaan dapat diketahui dengan jelas, dengan kombinasi pilihan ganda yang berisi seperangkat pertanyaan responden mengenai suatu objek sikap. Setiap jenis responden dinilai dengan menggunakan skala sikap yang berpedoman kepada skala likert. Sikap-sikap pertanyaan tersebut memperlihatkan pendapat positif atau negatif. Setiap jenis responden dinilai sesuai arah pertanyaan yaitu :

a. Untuk pertanyaan positif skala nilai yang dipergunakan adalah 5-4-3-2-1
b. Untuk pertanyaan negatif skala nilai yang dipergunakan adalah 1-2-3-4-5

3.2.2.3 Populasi

Pengertian populasi menurut sugiyono (2007: 90) 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 Salman Konveksi Bandung pada Minggu Pertama pada bulan September 2017 sebanyak 265 orang.

3.2.2.4 Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono (2007: 147) sampel merupakan suatu bagian (*subset*) dari populasi, hali ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian sebagian elemen dari populasi merupakan sampel dengan mengambil sampel peneliti ingin menarik kesimpulan yang akan digeneralisasi terhadap populasi.

Untuk menentukan sampel yang diambil penulis berpedoman pada teori yang dikemukakan oleh Sugiyono (2007 : 89) dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{\mathrm{N}(0.1)^2 + 1}$$

Keterangan : N = Populasi

n = Sampel

d = 10%

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen Salman Konveksi Bandung dalam Minggu Pertama pada bulan September 2017 sebanyak 265 orang. Untuk menentukan jumlah sampel minimal dengan formulasi penarikan sampel yang telah dikemukakan sehingga jumlah anggota sampelnya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{\mathrm{N}(0.1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{265}{265(0.1)^2 + 1}$$

$$n = 72{,}6 \approx 73$$

Dari perhitungan diatas dapat diperoleh bahwa n = 73 sehingga sampel yang akan diambil sejumlah 73 konsumen. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampling kebetulan atau bias disebut *accidental* sampling yaitu bentuk sampling non probabilitas dimana anggota sampelnya yang dipilih, berdasarkan kemudahan mendapatkan data yang diperlukan, atau dilakukan seadanya, seperti mudah ditemui atau dijangkau atau kebetulan ditemukan (Al Rasdyid, 2009: 68).

Selanjutnya, Untuk memperoleh data yang diperlukan tentang kualitas produk dan diversifikasi produk dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan 1 sampai 10, demikian juga untuk mengetahui variabel keputusan pembelian digunakan pula daftar pertanyaan 1 sampai 10 skor tersebut didasarkan skala likert. Adapun lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 2.1
Bobot Nilai

Skala	Bobot	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju	4	2
Tidak Ada Tanggapan	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber : Masri, Sofian 2010 : 111

Adapun pengukuran dengan presentase dan skorsing dengan rumus :

$X = \frac{F}{N}$ x 100% (Sudjana, 2010 : 76)

Keterangan : X = Jumlah presentase jawaban

F = Jumlah jawaban atau Frekuensi

N = Jumlah Pelanggan

Setelah diketahui jumlah nilai keseluruhan sub variabel maka dapat ditentukan interval perinciannya yaitu sebagai berikut :

$$NJI = \frac{nilai\ tertinggi - nilai\ terendah}{jumlah\ kriteria\ pertanyaan}$$ (Sudjana, 2010 : 77)

Keterangan :

NJI = Nilai jenjang interval yaitu interval untuk menentukan sangat baik, baik, kurang baik, buruk, sangat buruk.

3.2.2.5 Uji Instrumen Pengumpulan Data

Setelah data yang diperlukan telah diperoleh, data tersebut dikumpulkan untuk kemudian dianalisis dan diintrepretasikan. Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner yang telah disebar.

3.2.2.5.1 Uji Validitas

Validitas menunjukan sejauh mana suatu alat pengukur ini mengukur apa yang akan diukur (Singarimbun dan Effendi, 2010: 56). Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi dari masing – masing pernyataan melalui total skor dengan menggunakan *Pearson Product Moment*.

Prosedur Uji validitas yaitu membandingkan r_{hitung} dengan r_{tablet} yaitu angka kritik tabel korelasi pada derajat kebebasan (dk = n-2) dengan taraf signifikan α=5%

Kriteria pengujian :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut valid.

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tersebut tidak valid.

3.2.2.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipakai atau dapat diandalkan. Atau menunjukan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Dengan menggunakan teknik belah dua untuk menghitung reliabilitas tersebut maka variabel yang ada pada kuesioner tersebut dikelompokan menjadi dua kelompok. Kelompok pertama adalah penjumlahan item pertanyaan yang ganjil dan kelompok. Kelompok kedua adalah penjumlahan item pertanyaan yang ganjil dan kelompok kedua adalah penjumlahan item pertanyaan yang genap. Dari hasil perhitungan tersebut,maka kaidah keputusannya adalah :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan reliabel

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan tidak reliabel

Untuk mempermudah perhitungan, uji reabilitas akan menggunakan program SPSS berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukan bahwa seluruh instrument penelitian reliabel.

Perhitungan hasil kuesioner dengan presentase dan skoring menggunakan rumus sebagai berikut :

$X = \frac{F}{N} \text{ x } 100\%$ (Sudjana, 2010 : 76)

Keterangan : X = Jumlah presentase jawaban

F = Jumlah jawaban atau Frekuensi

N = Jumlah responden

Setelah diketahui jumlah nilai dari keseluruhan sub variabel maka dapat ditentukan intervalnya (Sujana, 2006 : 79), yaitu sebagai berikut :

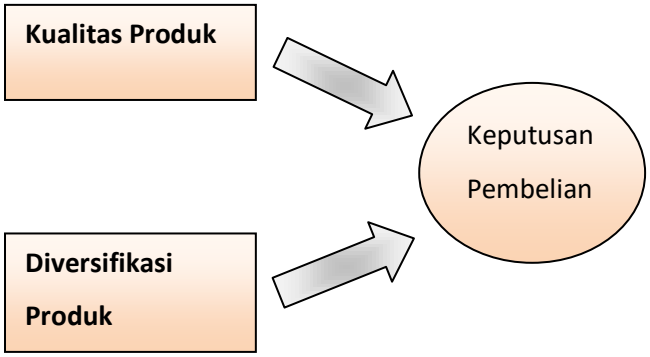
$$NJI = \frac{nilai\ tertinggi - nilai\ terendah}{jumlah\ kriteria\ pertanyaan}$$

Keterangan :

NJI = Nilai jenjang interval yaitu interval untuk menentukan sangat baik, baik, kurang baik, buruk, sangat buruk.

3.3 Model Penelitian

Dari kerangka pemikiran yang telah dikemukakan dapat digambarkan Model penelitian sebagai berikut :



Gambar 3.2
Model Penelitian

3.4 Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian ini kemudian dianalisis dengan menggunakan regresi berganda untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan diversifikasi produk terhadap keputusan pembelian.

3.4.1 Analisis terhadap Kuesioner

Untuk memperoleh data yang akan dianalisis atas kedua variabel tersebut dalam penelitian ini akan digunakan daftar pernyataan. Dari daftar pernyataan yang dimiliki pilihan jawaban responden, bentuk jawaban bernotasi / huruf SS, S, TAP, TS dan STS dengan penilaian skor 5-4-3-2-1 untuk pernyataan positif dan 1-2-3-4-5 untuk pernyataan negative.

Skor tersebut berdasarkan skala likert dengan pernyataan terstruktur sehingga akan mendekati harapan jawaban akan semakin tinggi nilai skor (Masri, Sofian, 2010: 111). Adapun lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.4
Nilai, Notasi dan Predikat Pernyataan Positif

Nilai	Notasi	Predikat
5	SS	SANGAT SETUJU
4	S	SETUJU
3	TAP	TIDAK ADA PENDAPAT
2	TS	TIDAK SETUJU
1	STS	SANGAT TIDAK SETUJU

Tabel 3.5
Nilai, Notasi dan Prediksi Negatif

Nilai	Notasi	Predikat
1	SS	SANGAT SETUJU
2	S	SETUJU
3	TAP	TIDAK ADA PENDAPAT
4	TS	TIDAK SETUJU
5	STS	SANGAT TIDAK SETUJU

3.4.2 Metode *Succesive Interval*

Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini digunakan *Succesive Interval Method*. Menurut Al-Rasyid (2012 : 12), menyatakan bahwa skala likert

jenis ordinal hanya menunjukan rangkingnya saja. Oleh karena itu, variable yang berskala ordinal terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data yang berskala interval. Adapun langkah kerja *method of successive interval* adalah sebagai berikut :

a. Perhatikan F (frekuensi) responden (banyaknya responden yang memberikan respon yang ada).
b. Bagi setiap bilangan pada F (frekuensi) oleh n (jumlah sampel), sehingga diperoleh Pi = Fi/n.
c. Jumlahan P (Proporsi) secara berurutan untuk setiap responden, sehingga keluar proporsi kumulatif (P_{ki} = Op (1-1) + Pi).
d. Proporsi kumulatif (Pk) dianggap mengikuti distribusi normal baku, sehingga kita bias menemukan nilai Z untuk setiap kategori.
e. Hitung SV (Scale value) = nilai skala dengan rumus :

$$SV = \frac{Densityatlowerlimit - Densityatupperlimit}{areaunderlimit - areaunderlowerlimit}$$

Nilai-nilai density diperoleh dari tabel ordinal distribusi norma baku.

f. SV (*scale value*) yang nilainya terkecil (harga negatif yang terbesar) diubah menjadi sama dengan satu (=1)

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi dikatakan akurat apabila estimator-estimator dari koefisien regresi memenuhi asumsi BLUE (Best Linear Unsiar Unbiased Estimator). Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik (Ghozali, 2011: 75). Adapun penghitungan uji asumsi klasik tersebut dibantu dengan SPSS 20.0 dengan pengujian sebagai berikut:

a. Uji normalitas

Pada pengujian normalitas, untuk mengetahui apakah residualnya berdistribusi secara normal sesuai asumsi regresi dengan *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Cara untuk menentukan data berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan rasio *skewness* dan rasio *kurtosis.*

Rasio *skewness* dan rasio *kurtosis* dapat dijadikan petunjuk apakah suatu data berdistribusi normal atau tidak. Rasio *skewness* adalah nilai *skewness* dibagi dengan *standard error skewness;* sedang rasio *kurtosis* adalah nilai *kurtosis* dibagi dengan *standard error kurtosis.* Sebagai pedoman, bila rasio *kurtosis* dan *skewness* berada diantara – 2 hingga + 2, maka distribusi data adalah normal (Gujarati, 2012: 53)

b. Uji Heterokedastis

Heteroskedastis terjadi apabila variabel gangguan tidak mempunyai varians yang sama untuk semua observasi. Akibat dari adanya heteroskedastis, penaksiran OLS tetap tidak bias tetapi tidak efisien. Untuk menentukan apakah suatu model terbebas dari masalah heterokedastisitas atau tidak salah satunya dengan Uji *Glejser*. Uji *Glejser* secara umum dinotasikan sebagai berikut:

Bila variable penjelas secara statistic signifikan mempengaruhi residual maka dapat dipastikan model ini memiliki masalah heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah adanya suatu hubungan linear yang sempurna

(mendekati sempurna) antara beberapa atau semua variabel bebas. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditenukan adanya korelasi di antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada kirelasi di antara variabel bebas.

Cara untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas adalah:

- Besaran VIF (Variance Inflation Factor) dan Tolerance. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas adalah mempunyai VIF di sekitar angka 1, batas VIF adalah 10 dan mempunyai angka tolerance mendekati 1.
- Besaran Korelasi Antar Variabel Bebas

  Koefisien korelasi antar variabel bebas harus lemah (di bawah 0,90) maka merupakan indikasi adanya multikolinearitas.

d. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan korelasi (hubungan) yang terjadi diantara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian waktu.

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi salah satunya dengan Uji *Durbin Watson* (*DW Test*). Uji ini hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*First Order Autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *Intercept* dalam model regresi dan tidak ada *variable lag* diantara variable penjelas. Keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- Bila nilai DW berada diantara d_u sampai dengan 4 - d_u maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, tidak ada autokorelasi.
- Bila nilai DW lebih kecil daripada d_L, koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol. Artinya ada autokorelasi positif.
- Bila nilai DW terletak diantara d_L dan d_u, maka tidak dapat disimpulkan.
- Bila nilai DW lebih besar daripada 4 - d_L, koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol. Artinya ada autokorelasi negatif.
- Bila nilai DW terletak antara 4 - d_u dan 4 - d_L, maka tidak dapat disimpulkan.

3.4.4 Analisis Regresi Berganda

Untuk mengukur pengaruh pengendalian kualitas dan pengembangan produk terhadap kepuasan konsumen digunakan analisis statistik, yaitu analisis regresi berganda. Secara umum, analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata – rata populasi atau nilai rata- rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2011:95). Adapun analisis regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2}$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstanta)

b1, b2 = Harga arah koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Diversifikasi Produk

3.4.5 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh yang terjadi yang dapat dihitung dengan rumus:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh faktor lain di luar variabel yang diteliti dapat dipergunakan koefisien non determinasi yang dapat dicari dengan menggunakan rumus:

$$Knd = (1 - r^2) \times 100\%$$

Untuk mempermudah perhitungan digunakan SPSS versi 20.

3.4.6 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis akan dimulai dengan penetapan hipotesis operasional penetapan tingkat signifikan, uji signifikansi, kriteria dan penarikan kesimpulan.

1. Penetapan Hipotesis Operasional
   a. Secara Simultan

      Ho : $\rho = 0$ Kualitas Produk dan Diversifikasi Produk secara simultan tidak berpengaruh siginifikan terhadap Keputusan Pembelian

      Ho : $\rho \neq 0$ Kualitas Produk dan Diversifikasi Produk secara simultan berpengaruh siginifikan terhadap Keputusan Pembelian

   b. Secara Parsial

      Ho : $\rho = 0$ Kualitas Produk secara Parsial tidak berpengaruh siginifikan terhadap Keputusan Pembelian

      Ho : $\rho \neq 0$ Kualitas Produk secara parsial berpengaruh siginifikan terhadap Keputusan Pembelian

      Ho : $\rho = 0$ Diversifikasi Produk secara parsial tidak berpengaruh siginifikan terhadap Keputusan Pembelian

      Ho : $\rho \neq 0$ Diversifikasi Produk secara parsial berpengaruh siginifikan terhadap Keputusan Pembelian

2. Penetapan Tingkat Signifikansi

   Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 95% ($\alpha = 0,05$) yang merupakan tingkat signifikansi yang sering digunakan dalam ilmu sosial yang menunjukkan ketiga variabel mempunyai korelasi cukup nyata.

3. Uji Signifikansi
    a. Secara simultan menggunakan uji F
    b. Secara parsial menggunakan uji t
4. Kaidah Keputusan

    Secara parsial

    Tolak Ho : jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

    Terima Ho : jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

    Secara simultan

    Tolak Ho jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan terima Ho jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$
5. Penarikan Kesimpulan

    Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian seperti tahapan di atas maka akan dilakukan analisis secara kuantitatif. Dari hasil analisis tersebut akan ditarik kesimpulan apakah hipotesis yang ditetapkan dapat diterima atau ditolak.