

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi objek sasaran atau titik pandang dari kegiatan penelitian. Sehingga objek dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi di Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi dengan variabel yang mempengaruhinya yaitu harga, kualitas pelayanan, metode pembayaran, dan lokasi. Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data primer kepada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi menggunakan kuisisioner dan melakukan wawancara kepada pihak yang bersangkutan.

3.2 Metode Penelitian

Metode adalah cara utama yang digunakan untuk mencapai tujuan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, metode deskriptif adalah pengumpulan informasi mengenai suatu gejala yang ada yaitu keadaan menurut apa adanya pada saat penelitian dilaksanakan. Sedangkan menurut (Sugiyono, 2014) metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu.

Metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara acak atau random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat

kuantitatif atau statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2.1 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah kegiatan menguraikan variabel menjadi sejumlah variabel operasional (indikator) yang langsung menunjukkan pada hal-hal yang akan diamati atau diukur. Sesuai judul yang dipilih yaitu: “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Metode Pembayaran dan Lokasi Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi”.

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Dalam penelitian ini variabel bebasnya antara lain:

1. Harga (X_1)
2. Kualitas Pelayanan (X_2)
3. Metode Pembayaran (X_3)
4. Lokasi (X_4)

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat atau variabel terhantung adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian yang diberi simbol (Y).

Adapun operasional variabel yang digunakan dalam pengolahan data, adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Satuan
(1)	(2)	(3)	(4)
Harga (X_1)	Sejumlah uang yang dibebankan dan dibayar atas barang dan jasa yang ditawarkan oleh Kopma Unsil.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau (sesuai kemampuan) 2. Harga sesuai dengan kualitas produk 3. Harga lebih ekonomis 4. Harga mampu bersaing 5. Harga sesuai dengan manfaat produk 	Ordinal
Kualitas Pelayanan (X_2)	Sebuah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan atau karyawan dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berpenampilan rapi dan sopan 2. Bersikap baik dan ramah 3. Melayani pelayanan dengan maksimal 4. Memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat 5. Tanggap dalam pelayanan 	Ordinal
Metode Pembayaran (X_3)	Sebuah cara yang dilakukan pelanggan untuk membayar barang dan jasa. Adapun metode tunai dan non-tunai.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transaksi pembayaran atas suatu produk yang dibeli dengan mudah 2. Transaksi pembayaran yang efektif 3. Transaksi pembayaran yang aman 4. Pilihan transaksi yang bervariasi 	Ordinal
Lokasi (X_4)	Tempat Kopma Unsil untuk menawarkan barang dan jasa pada konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan akses yang dilalui dan mudah dijangkau transportasi 2. Kemudahan untuk mengetahui keberadaannya 3. Tempat yang strategis dan lancar 4. Kedekatan lokasi dan tingkat jarak tempuh 5. Tempat parkir yang luas, nyaman, dan aman 	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen terhadap suatu produk pada Kopma Unsil setelah dinilai terdapat manfaat yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membeli produk berdasarkan harga 2. Membeli berdasarkan keberagaman jenis dan merek 3. Membeli produk berdasarkan kebutuhan 4. Membeli berdasarkan informasi dari teman 	Ordinal

		5. Merekomendasikan kepada orang lain dan akan melakukan pembelian ulang	
--	--	--	--

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian dilakukan dengan menggunakan studi kepustakaan, yaitu mempelajari, memahami, mencermati, menelaah dan mengidentifikasi hal-hal yang sudah ada untuk mengetahui apa yang sudah ada dan apa yang belum ada dalam bentuk jurnal-jurnal atau karya ilmiah yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Selain itu dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuisioner kepada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi angkatan 2018-2020.

3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data

Data tergolong menjadi dua bagian, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti, sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia dan dikumpulkan oleh pihak lain.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini bersumber dari data yang diperoleh melalui wawancara dan kuesioner, meliputi data pengaruh harga, kualitas pelayanan, metode pembayaran, lokasi dan keputusan pembelian pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi angkatan 2018-2020. Sedangkan data sekunder diperoleh dari Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi, meliputi data omzet pertahun sebelum dan sesudah relokasi, dan biaya operasional dalam usaha jasa fotokopi dan print.

3.2.2.2 Populasi Sasaran

Populasi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Program Studi Ekonomi Akuntansi, Ekonomi Manajemen, dan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi angkatan tahun 2018, 2019, dan 2020 yang berjumlah 1734 mahasiswa.

3.2.2.3 Penentuan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2012) 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. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Berdasarkan uraian data yang ada untuk mengetahui besarnya jumlah sampel yang diambil penulis memakai rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel populasi). Interval keyakinan yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 10%.

Berikut merupakan perhitungan sampel keputusan pembelian pada Kopma Unsil dengan menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{1743}{1 + 1743(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1743}{1 + (1743 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{1743}{1 + 17,43}$$

$$n = \frac{1743}{18,43} = 94,57 = 100$$

Berdasarkan metode slovin diatas maka akan menghasilkan jumlah minimal 94,57 orang, lalau dibulatkan menjadi 100 orang mahasiswa S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi yang akan dipilih secara random.

Tabel 3. 2 Data Jumlah Populasi dan Sampel

No	Jurusan - Angkatan	N	Jumlah Perhitungan	Jumlah
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Ekonomi Pembangunan 2018	139	139 : 1743 x 100	8
2.	Ekonomi Pembangunan 2019	159	159 : 1743 x 100	9
3.	Ekonomi Pembangunan 2020	201	201 : 1743 x 100	11
4.	Manajemen 2018	230	230 : 1743 x 100	13
5.	Manajemen 2019	220	220 : 1743 x 100	13
6.	Manajemen 2020	311	311 : 1743 x 100	18
7.	Akuntansi 2018	135	135 : 1743 x 100	8
8.	Akuntansi 2019	152	152 : 1743 x 100	9
9.	Akuntansi 2020	196	196 : 1743 x 100	11
	Jumlah	1743		100

3.2.2.4 Prosedur Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis menggunakan prosedur pengumpulan data sebagai berikut:

1. Studi Literatur

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data awal mengenai data terekap perihal jumlah minat mahasiswa terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi.

2. Wawancara

Dalam hal ini, wawancara dilakukan dengan para mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi, dibantu dengan kuesioner yang telah dipersiapkan dengan mengambil sejumlah sampel. Wawancara ini untuk mengumpulkan data informasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi.

3. Kuesioner

Metode kuesioner adalah memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden yaitu Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi. Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan jawaban tertutup dan terbuka. Dalam pertanyaan tertutup responden hanya bisa memilih satu jawaban yang sesuai dengan pendapatnya terhadap permasalahan yang diteliti seperti yang ada di bawah ini:

Tabel 3. 3 Hubungan Jawaban Pertanyaan dengan Skala Likert

Jawaban Pertanyaan	Nilai
a. Sangat Setuju (SS)	5
b. Setuju (S)	4
c. Kurang Setuju (KS)	3
d. Tidak Setuju (TS)	2
e. Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.3 Model Penelitian

Model penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda. Uji regresi linier ini digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara harga, kualitas pelayanan, metode pembayaran, dan lokasi

terhadap keputusan pembelian mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi pada Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi baik secara parsial maupun bersama-sama.

Adapun model penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien regresi masing-masing variabel

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Pelayanan

X_3 = Metode Pembayaran

X_4 = Lokasi

e = error term

3.4 Uji Instrumental Penelitian

3.4.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2008:172) instrumen yang valid berarti bahwa instrument tersebut dapat digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan mencari nilai validitas dari sebuah item pertanyaan.

Data dikatakan valid apabila nilai korelasi hitung data tersebut melebihi nilai korelasi tabelnya, yaitu jika r hitung $>$ r kritis (0,30), maka butir pertanyaan atau variabel tersebut valid.

Prosedur uji validitas yaitu dengan membandingkan r hitung dengan r tabel yaitu angka kritik tabel korelasi pada derajat kebebasan ($df = n-5$) dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$.

Kriteria pengujian:

- Jika r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan tersebut valid
- Jika r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan tersebut tidak valid

3.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas artinya adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (reliabel). Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik. Kadang-kadang reliabilitas disebut juga sebagai keterpercayaan, keterandalan, konsistensi, kesetabilan, dan sebagainya, namun ide pokok dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, artinya sejauh mana skor hasil pengukuran terbebas dari kekeliruan pengukuran (measurement error).

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reabilitas adalah sebagai berikut :

- Jika Cronbach's Alpha $>$ 0,60 maka pernyataan reliabel
- Jika Cronbach's Alpha $<$ 0,60 maka pernyataan tidak reliabel

3.4.3 Analisis Deskriptif

Untuk menjelaskan hubungan dan tingkat pengaruh antar variabel yang sedang diteliti, maka perlu dihitung jawaban dari setiap responden dan rata-ratanya yang kemudian disajikan dalam bentuk tabel. Sebelum disajikan dalam tabel,

kategori skala yang dibutuhkan untuk membuat garis kontinum. Jika nilai rata-rata dari setiap jawaban telah diketahui, perlu dihitung dahulu Nilai Jenjang Interval (NJI) yang bertujuan untuk mengukur klasifikasi penilaian dari variabel yang diamati, sebagaimana rumus berikut:

$$NJ I = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Maka dalam kajian ini, contoh perhitungannya jika setiap variabel terdapat 5 butir pertanyaan dengan menggunakan skala likert dan jumlah respondennya 100 orang, maka kita perlu mengetahui kategori dari product knowledge melalui perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{array}{l} \text{Nilai Tertinggi} = 5 \times 5 \times 100 = 2500 \\ \underline{\text{Nilai Terendah} = 1 \times 5 \times 100 = 500} \\ \text{Jumlah} = 2000 \end{array}$$

Setelah diketahui hasil dari nilai tertinggi dan terendah, maka masukkan ke dalam formula NJI sebagai berikut:

$$NJ I = \text{Lebar Skala} = \frac{2500 - 500}{5} = 400$$

Jadi nilai NJI nya adalah sebesar 400. Berikut adalah tabel kategori skala yang digunakan berdasarkan perhitungan NJI diatas:

Tabel 3. 4 Kategori Skala

Skala	Kategori
500 - 899	Sangat Tidak Baik
900 - 1299	Tidak Baik
1300 - 1699	Kurang Baik
1700 - 2099	Baik
2100 - 2500	Sangat Baik

Dari hasil penyebaran Kuesioner berupa angket kita mendapat data 100 responden. Misal dari 100 responden didapatkan data sebagai berikut:

50 Orang Menjawab Sangat Setuju

20 Orang Menjawab Setuju

15 Orang Menjawab Kurang Setuju

10 Orang Menjawab Tidak Setuju

5 Orang Menjawab Sangat Tidak Setuju

Data interval tersebut dapat dianalisis dengan menghitung rata-rata jawaban berdasarkan penilaian jawaban dari responden. Berdasarkan skor yang ditetapkan, maka data yang sudah dihitung adalah sebagai berikut:

50 Orang Menjawab Sangat Setuju $50 \times 5 \times 5 = 1250$

20 Orang Menjawab Setuju $20 \times 4 \times 5 = 400$

15 Orang Menjawab Kurang Setuju $15 \times 3 \times 5 = 225$

10 Orang Menjawab Tidak Setuju $10 \times 2 \times 5 = 100$

5 Orang Menjawab Sangat Tidak Setuju $5 \times 1 \times 5 = 25$

Jumlah = 2000

Dari hasil perhitungan tersebut di dapat skor sebesar 2000, maka variabel Harga dikategorikan baik.

3.4.4 MSI (*Method Successive Interval*)

Setelah dilakukan analisis instrumen penelitian dan apabila hasil dari pengukuran instrumen tersebut valid dan reliable, maka selanjutnya nilai jawaban yang diperoleh dari responden diubah skalanya menjadi skala pengukuran interval. Menurut Nazir (2003:338) menyatakan bahwa skala likert jenis ordinal hanya menunjukkan rangkingnya saja, maka dari itu variabel yang berskala ordinal harus terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data yang berskala interval menggunakan metode successive interval.

3.5 Teknik Analisi Data

3.5.1 Metode Analisis Data

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif memungkinkan konsep yang sedang dikaji dapat dipahami dan dihayati secara mendalam dan empiris. Berdasarkan pendekatan tersebut, maka metode dalam analisis angka yang berperan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis. Metode ini memproses data angka yang telah diperoleh dan kemudian ditransformasi dalam bentuk kalimat, kata-kata maupun skema konsep. Setelah itu, hasilnya akan memberikan deskripsi yang menjelaskan gambaran realistis dalam analisis kajian ini.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian persyaratan analisis digunakan sebagai persyaratan dalam penggunaan model analisis regresi linier berganda. Suatu model regresi harus dipenuhi syarat-syarat bahwa data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinieritas dan heterokedastisitas. Jika tidak ditemukan permasalahan maka dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis regresi. Dalam regresi linier, untuk memastikan agar model tersebut BLUE (Best Linier Unbiased Estimator) dilakukan pengujian sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen, variabel dependen, dan keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui apakah model regresi berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dua cara, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Adapun dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Probabilitas Jurque Bera (JB) $< 0,05$ maka residualnya berdistribusi tidak normal.
- b. Jika nilai Probabilitas Jurque Bera (JB) $> 0,05$ maka residualnya berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada kolerasi atau hubungan antar variabel bebas dalam model

regresi. Multikolinearitas mengindikasikan bahwa terdapat hubungan linier yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau hampir seluruh variabel bebas dalam model. Hal ini mengakibatkan koefisien regresi tidak terhingga, hal ini akan menimbulkan bias dalam spesifikasi. Berikut ciri-ciri yang ditemui apabila model regresi mengalami multikolinearitas:

1. Terjadi perubahan yang berarti pada koefisien model regresi (misal, nilainya menjadi lebih besar atau kecil) apabila dilakukan penambahan atau pengurangan sebuah variabel dari model regresi.
2. Diperoleh nilai R-squared yang tinggi, sedangkan koefisien regresi tidak signifikan pada uji parsial.
3. Tanda positif atau negatif pada koefisien model regresi berlawanan dengan yang disebutkan dalam teori (atau logika). Misal, pada teori (atau logika) seharusnya b_1 bertanda positif, namun yang diperoleh justru bertanda negatif.
4. Nilai standard error untuk koefisien regresi menjadi lebih besar dari yang sebenarnya (overestimated).

Adapun dasar pengambilan keputusan:

1. Jika Variance Inflation Factor (VIF) > 10 , maka terdapat persoalan multikolinearitas diantaranya variabel bebas.
2. Jika Variance Inflation Factor (VIF) < 10 , maka tidak terdapat persoalan multikolinearitas diantaranya variabel bebas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah, apabila dalam regresi terdapat homokedastisitas, yaitu apabila varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap. Sebaliknya apabila berbeda disebut heterokedastisitas. Untuk menguji ada atau tidaknya hubungan antar variabel salah satu pengujiannya menggunakan metode uji Transform dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika $\text{Prob. Chi-Square} < 0,05$ signifikansi tertentu artinya terjadi gejala heteroskedastisitas.
- b. Jika $\text{Prob. Chi-Square} > 0,05$ signifikansi tertentu artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.5.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan (hipotesis) dari pernyataan asumsi yang telah dibuat. Uji hipotesis terdiri dari uji simultan (uji F-hitung), uji parsial (uji t), dan koefisien determinasi.

1. Uji t

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh hubungan masing-masing variabel independent secara individual terhadap variabel dependen. Variabel independen yaitu harga, kualitas pelayanan, metode pembayaran,

dan lokasi terhadap variabel dependennya yaitu keputusan pembelian mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi pada Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi.

Langkah-langkah untuk melakukan uji t sebagai berikut:

a. Hipotesis

1. $H_0 : b_i \leq 0$ (dimana $i = 1,2,3,4$) X = harga, kualitas pelayanan, metode pembayaran, dan lokasi secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi pada Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi.
2. $H_A : b_i > 0$ (dimana $i = 1,2,3,4$) X = harga, kualitas pelayanan, metode pembayaran, dan lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi pada Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi.

Adapun kriteria untuk pengujian hipotesis diatas adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel sebagai berikut:

- a. Jika t hitung $>$ t tabel dengan derajat keyakinan 95% (probability $<$ 0,05), maka H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh positif signifikan antara harga, kualitas pelayanan, metode pembayaran, dan lokasi terhadap keputusan pembelian mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi pada Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi.

- b. Jika t hitung $<$ t tabel dengan derajat keyakinan 95% (probability $>$ 0,05), maka H_0 tidak di tolak, artinya tidak terdapat pengaruh positif signifikan antara harga, kualitas pelayanan, metode penelitian, dan lokasi terhadap keputusan pembelian mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi pada Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi.

2. Uji F-Statistik

Uji statistik F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang terdapat dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependent. Untuk mengetahui hal tersebut dapat dilihat dari besarnya nilai probabilitas signifikasinya. Jika nilai probabilitas signifikasinya kurang dari lima persen maka variabel independent akan berpengaruh secara signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependent.

Hipotesis dalam uji F ini adalah jika:

- a. $H_0 : b_i = 0$

Secara bersama-sama variabel bebas harga, kualitas pelayanan, metode pembayaran dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat keputusan pembelian mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi pada Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi.

- b. $H_A : b_i \neq 0$

Secara bersama-sama variabel bebas harga, kualitas pelayanan, metode pembayaran dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

keputusan pembelian mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi pada Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi.

Dengan demikian keputusan yang diambil adalah:

- a. H_0 tidak ditolak jika nilai F statistik $< F$ tabel, artinya semua variabel bebas yaitu harga, kualitas pelayanan, metode pembayaran dan lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi pada Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi.
- b. H_0 ditolak jika nilai F statistik $> F$ tabel, artinya semua variabel bebas yaitu harga, kualitas pelayanan, metode pembayaran dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap Koperasi Mahasiswa Universitas Siliwangi.

3.5.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini bertujuan untuk menjelaskan seberapa besar variasi dari variabel terikat dapat diterangkan oleh variabel bebas. Koefisien determinasi dinyatakan dalam persentase. Nilai R^2 ini berkisar $0 \leq R^2 \leq 1$. Nilai R^2 digunakan untuk mengukur proporsi (bagian) total variasi dalam variabel tergantung yang dijelaskan dalam regresi atau untuk melihat seberapa baik variabel bebas mampu menerangkan variabel terikat (Gujarati, 2015). Kriteria R^2 sebagai berikut:

1. Apabila $R^2 = 0$, artinya variasi dari keputusan pembelian tidak dapat diterangkan oleh harga, kualitas pelayanan, metode pembayaran, dan lokasi.

2. Apabila $R^2 = 1$, artinya variasi dari keputusan pembelian dapat diterangkan oleh harga, kualitas pelayanan, metode pembayaran, dan lokasi.

Dengan demikian model regresi akan ditentukan oleh R^2 yang nilainya antara nol dan satu.