

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2013:11) menjelaskan penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel (independent) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan. Dalam penelitian ini, metode deskriptif digunakan untuk mengetahui dan mengkaji, bagaimana tanggapan konsumen mengenai promosi produk UMKM aneka keripik murni, bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk UMKM aneka keripik murni, bagaimana tanggapan konsumen mengenai desain kemasan produk UMKM aneka keripik murni, bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga pada produk UMKM aneka keripik murni, dan bagaimana tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian produk UMKM aneka keripik murni kota gajah.

B. Lokasi Penelitian dan Objek

Objek penelitian dalam proposal ini adalah pengaruh promosi, kualitas produk, desain kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian produk UMKM aneka keripik murni kota gajah. Alamat Dusun Gajah Timur 4 Kecamatan Kota Gajah Kabupaten Lampung Tengah Provinsi Lampung.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara dan prosedur yang sistematis dan terorganisasi untuk menyelidiki suatu masalah tertentu dengan maksud mendapatkan informasi untuk digunakan sebagai solusi atau masalah tersebut. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti akan mengungkapkan masalah-masalah aktual yang berkenaan dengan objek yang diteliti. Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif dimaksudkan untuk menjelaskan, mengklarifikasikan, menganalisa, dan menggambarkan tentang kondisi kehidupan masyarakat serta strategi pengembangan usaha yang dilakukan para pengusaha produk UMKM Aneka Keripik Murni tersebut. Peneliti akan menggambarkan sesuai berdasarkan data yang terkumpul mengenai strategi pengembangan usaha sentra industri keripik aneka murni dalam meningkatkan ekonomi masyarakat. Sedangkan pendekatan kualitatif, yaitu suatu prosedur penelitian dimana data

yang dihasilkan berupa deskriptif dari tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari subyek itu sendiri.

1. Oprasional Variabel

Operasional variabel Menurut Indiantoro *dalam* Sani (2010: 200), definisi operasional merupakan penjelasan mengenai cara-cara tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur *construct* menjadi variabel penelitian yang dapat dituju. Sesuai dalam perumusan masalah yang ada maka dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu:

a. Pengaruh Promosi (X1)

1. Definisi Konseptual : Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Berapapun kualitasnya suatu produk, tetapi bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan membelinya.
2. Definisi Oprasional : Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Berapapun kualitasnya suatu produk, tetapi bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan membelinya. Hingga pelaksanaan sesuai rencana produk UMKM anakkeripik murni kota gajah.

b. Kualitas produk (X2)

1. Definisi Konseptual : Kualitas Produk (Product Quality) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.
2. Definisi Oprasional : Kualitas Produk (Product Quality) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. sesuai dengan kompetensi dan kapasitas UMKM aneka keripik murni kotagajah.

c. Desain kemasan (X3)

1. Definisi konseptual : desain kemasan merupakan seluruh proses pemikiran dan perasaan yang akan menciptakan sesuatu dengan menghubungkan fakta konstruksi, fungsi dan estetika untuk memenuhi kebutuhan manusia.

2. Definisi Oprasional : desain kemasan merupakan seluruh proses pemikiran dan perasaan yang akan menciptakan sesuatu dengan menghubungkan fakta konstruksi, fungsi dan estetika untuk memenuhi kebutuhan manusia. Penampilan yang baik dari kemasan dapat meningkatkan penjualan dari produk UMKM aneka keripik murni kota gajah.
- d. Harga (X4)**
1. Definisi Konseptual : harga (price) adalah jumlah uang yang akan di bebaskan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa.
 2. Definisi Oprasional : harga (price) adalah jumlah uang yang akan di bebaskan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Yang harus di berikan oleh konsumen (pembeli) untuk mendapatkan satu produk UMKM aneka keripik murni kota gajah.
- e. Keputusan Pembelian (Y)**
1. Definisi Konseptual: Keputusan pembelian adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.
 2. Definisi Oprasional: Keputusan pembelian adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Terhadap produk UMKM aneka keripik murni kota gajah.

Tabel 3. Variabel Penelitian dan Indikator-Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Butir Angket
Pengaruh Promosi (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan 2. Penjualan Pribadi 3. Promosi Penjualan 4. Publisitas 	<p>1,2,3,4</p> <p>5,6,7,8,9,10,</p> <p>11,12,13,14,15,</p> <p>16,17,18,19,20</p>
Kualitas produk (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja 2. Daya Tahan 3. Kesan Kualitas 4. Ketahanan 	<p>1,2,3,4,5,6,7,</p> <p>8,9,10,11,12,</p> <p>13,14,15,</p> <p>16,17,18,19,20</p>

Variabel	Indikator	Butir Angket
Desain kemasan (X3)	1. Warna 2. Logo 3. Ukuran 4. Bahan	1,2,3 4,5,6,7,8, 9,10,11,12,13,14, 15,16,17,18,19,20.
Harga (X4)	1. Daftar Harga 2. Diskon 3. Potongan harga khusus 4. Keterjangkauan Harga	1,2,3,4,5,6, 7,8,9,10,11,12, 13,14,15,16, 17,18,19,20,
Keputusan pembelian(Y)	1. Produk 2. Pilihan Merk 3. Pilihan Penyalur 4. Jumlah Pembelian	1,2,3,4,5,6, 7,8,9,10,11, 12,13,14,15 16,17,18,19,20

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Ferdinand (2013) populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Menurut Sugiyono (2004) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen membeli produk keripik tersebut, sehingga masyarakat dapat tertarik dari produk keripik tersebut.

b. Sampel

Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2013). Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi (Ferdinand, 2013).

Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana, dan jumlah populasi yang sangat banyak. Dalam penelitian dikarenakan jumlah sampel yang tidak diketahui jumlah pastinya karena dapat terus bertambah dan berkurang maka pengambilan sampel dengan menggunakan rumus Slovin. Peneliti memilih responden dengan cara mendatangi responden di tempat keramaian lalu memilih responden yang secara kebetulan ditemui namun calon responden harus memiliki karakteristik tertentu, yaitu responden yang pernah membeli produk UMKM Aneka Keripik Murni Kota Gajah. Peneliti mengambil sampel populasi sebanyak 1.030 populasi, maka penentuan.

Tabel 3.2 Data Konsumen UMKM Aneka Keripik Murni 2020

No	Bulan	Konsumen
1.	Januari	87
2.	Febuari	72
3.	Maret	76
4.	April	85
5.	Mei	112
6.	Juni	107
7.	Juli	98
8.	Agustus	85
9.	September	76
10.	Oktober	62
11.	November	83
12.	Desember	87
Total		1.030

Sumber: UMKM Aneka Keripik Murni 2021.

Dengan tingkat kesalahan 0,5% dan diambil sampel sebagaimana rumus Slovin sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = besar sampel

N = besar populasi

e = alpha (0,1) atau sampling error = 0,025%

$$n = \frac{1.030}{1 + 1.030(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.030}{11,3}$$

n = 91,1 dibulatkan menjadi 91

Dalam penelitian ini teknik sampling yang akan dipakai yaitu Solvin, teknik berupa teknik nonprobabilitas yaitu teknik sampel yang ditemukan atau ditentukan sendiri oleh peneliti atau menurut pertimbangan tertentu. yaitu pengambilan sampel berdasarkan pelanggan yang secara kebetulan datang yang akan melakukan pembelian atau sudah pernah membeli produk UMKM aneka keripik murni yang ditemui secara kebetulan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu hal yang penting dalam penelitian, karena teknik ini merupakan strategi atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitiannya. Pengumpulan data dalam penelitian ada dua jenis yaitu library research dan field research. Jenis dan sumber data yang digunakan adalah field research yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah salah satu metode pengumpulan data dengan mengamati atau meninjau secara cermat dan langsung di lokasi penelitian atau lapangan untuk mengetahui secara langsung kondisi yang terjadi atau untuk membuktikan kebenaran dari sebuah desain penelitian. Dalam teknik observasi ini penulis mengamati langsung dari objek penelitian yaitu produk UMKM aneka keripik murni kota gajah.

2. Wawancara

Wawancara adalah sebuah teknik mengumpulkan data-data berupa informasi dari seorang narasumber, dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan. Wawancara dengan kata lain adalah kegiatan tanya jawab antara pewawancara dengan narasumber untuk mendapatkan informasi. Dalam teknik wawancara penulis melakukan wawancara dengan pegawai dan pimpinan pada produk UMKM aneka keripik murni kota gajah.

E. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2014:207) analisis data adalah upaya peneliti dengan menggunakan statistik. Kegiatan dalam menganalisis data meliputi: pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk rumusan masalah, dan melakukan

perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Dalam penelitian ini penulis melakukan beberapa analisis data dan pengujian hipotesis, sebagai berikut :

1. Pengujian persyaratan instrument

a. Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan penelitian ini digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh penulis (Janti, 2014:155). Menurut Kuncoro (2013:181) kriteria validitas dapat ditentukan dengan menggunakan nilai *Pearson Correlation* dan Signifikasi. Apabila nilai *Pearson Correlation* lebih besar dari nilai pembanding yang berupa r-kritis, maka item tersebut dinyatakan valid atau apabila nilai $Sig < 0,05$, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknis analisis butir yaitu dengan jalan mengkorelasi skor butir (X) terhadap skor total instrumen (Y). Dengan menggunakan rumus korelasi pearson produk moment :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{N \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{N \sum y^2 - (\sum y)^2}} \quad \dots\dots(2)$$

(Sumber : sugiyono, 2016:183)

r_{xy} = Korelasi produk moment

N = Jumlah Sampel

x = Skor pertanyaan

y = Skor total

Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Sehingga hasilnya jika dibandingkan dengan r tabel dimana :

Df = n – k dan dengan $\alpha = 5\%$ Jika r hitung $>$ r tabel = tidak valid \leq

Jika r hitung $>$ r tabel = valid

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu dapat diandalkan. Reliabilitas dianggap reliabel bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ jika rumus yang digunakan adalah rumus *Cronbach Alpha Coefficient*

$$r_{11} = (k-1) \left[\frac{\sum \alpha_b^2}{\alpha_b t^2} \right] \quad \dots(3)$$

(Sumber: Arikunto, 2010:239)Dimana :

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \alpha_b^2$: Jumlah varians butir

$\alpha_b t^2$: Varians total

2. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013:160). Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji statistik *Kolmogrov Smirnow* (K-S) yang dilakukan dengan membuat hipotesis nol (H_0) untuk data distribusi normal dan hipotesis alternatif (H_A) untuk data tidak berdistribusi normal.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas K-S :

- Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

Uji *Kolmogrov Smirnow* (KS) didasarkan pada Fungsi Distribusi Empiris (FDE). Jika di berikan N titik data berurutan yaitu Y_1, Y_2, \dots, Y_n , maka FDE didefinisikan sebagai :

$$E_N = \frac{i}{N} \quad \dots(3)$$

n_i = Jumlah titik yang kurang dari y_i .

Y_i = Data yang telah di urutkan dari nilai yang terkecil hingga nilai yang terbesar.

FDE = Adalah fungsi yang naik sebesar $1/N$ pada setiap titik data.

b. Uji Linieritas

Menurut Sugiyono (2015:323) uji linieritas dapat dipakai untuk mengetahui apakah variabel terkait dengan variabel bebas memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikansi. Iju linearitas dapat dilakukan

melalui *test linearity*. Criteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada *linearity* $\leq 0,05$, maka dapat diartikan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah kedua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digun akan sebagai prasarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* dengan pada taraf 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikan (*Linearity*) kurang dari 0,05.

c. Uji Homogenitas

Jika data sudah normal maka akan diuji apakah data tersebut homogen atau tidak. Uji yang digunakan adalah pengujian Homogenitas. Menurut (Arikunto 2010: 365-364) “pengujian homogenitas adalah pengujian mengenai seram tidaknya variansi sampel-sampel yang diambil dari populasi yang sama”. Uji homogenitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji barlett. Teknis pengujian homogenitas menurut Budiyo (2013: 176) yaitu sebagai berikut:

1) Hipotesis

H_0 : kedua populasi mempunyai variansi yang homogen.

H_1 : kedua populasi mempunyai variansi yang tidak homogen.

2) Statistik Uji

$$x^2 = \sum_c^k (f - \log RKG - \sum f_j \log S_j^2) \quad \dots(4)$$

Dengan :

K = banyaknya populasi = banyaknya sampel

f = $N - k = \sum_{j=1}^k f_j$ = derajat kebebasan untuk RKG

N = banyaknya seluruh nilai (ukuran)

$f_{j=1} - 1$ = derajat kebebasan untuk s_j^2 ; $j = 1, 2, \dots, k$:

N_j = banyaknya nilai (ukuran) sampel ke = ukuran sampel ke j

$$RKG = \frac{\sum SS_j}{\sum f_j} \quad \dots(5)$$

$$= \sum X^2 - \frac{(\sum 1)^2}{n_j} = (n - 1)s^2 \quad \dots(6)$$

3) Taraf Signifikansi

$$\alpha = 0,05$$

4) Daerah Kritik

$DK = \{X^2 | X^2 > X^2_{\alpha, k-1}\}$, dengan k adalah banyaknya kelompok. Dimana $X^2_{\alpha, k-1}$ diperoleh dari tabel *chi square*.

5) Keputusan Uji

H_0 ditolak jika harga statistik uji berada di daerah kritik

6) Kesimpulan

a. Populasi- populasi homogen jika H_0 diterima

b. Populasi- populasi tidak homogen jika H_0 ditolak

$$c = \frac{1 + \frac{1}{3(k-1)} \left[\sum \frac{1}{f_j} - \frac{1}{f} \right]}{\dots} \quad \dots(7)$$

3. Pengujian Persamaan

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_3, X_n) dengan variabel dependen (Y) analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

Permasalahan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e \quad \dots(8)$$

(Sumber: J. Supriyanto, 2009: 239)

Keterangan :

Y = Variabel dependen yang diprediksikan (Keputusan pembelian)

X_1 = Variabel independen (Promosi)

X_2 = Variabel independen (Kualitas produk)

X_3 = Variabel independen (Desain kemasan)

X_4 = Variabel independen (Harga)

a = Konstanta (Nilai Y apabila $X_1X_2X_3X_4 X_n = 0$) e = error

$b_1b_2b_n$ = Koefesien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

a. Uji Hipotesis Penelitian

a. Uji Parsial (uji t)

Menurut Kuncoro (2013:244) menyatakan bahwa uji-t pada penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh satu

variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Apabila signifikansi nilai t terhitung $\leq 0,05$ maka bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Uji t dilaksanakan untuk mengetahui variabel X yang mana berpengaruh terhadap variabel dependen Y . Uji t menguji signifikan pengaruh variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y) yang dapat dihitung :

- i. Uji t untuk variabel X_1 terhadap Y

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\beta_1}{s_{\beta_1}} \quad \dots(9)$$

Keterangan :

β : Koefisien regresi
 s_{β_1} : Simpanan baku s_{β_1}

- ii. Uji t untuk variabel X_2 terhadap Y

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\beta_2}{s_{\beta_2}} \quad \dots(10)$$

Keterangan :

β : Koefisien regresi
 s_{β_2} : Simpanan baku s_{β_2}

- iii. Uji t untuk variabel X_3 terhadap Y

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\beta_3}{s_{\beta_3}} \quad \dots(11)$$

Keterangan :

β : Koefisien regresi
 s_{β_3} : Simpanan baku s_{β_3}

- iv. Uji t untuk variabel X_4 terhadap Y

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\beta_4}{s_{\beta_4}} \quad \dots(12)$$

Keterangan :

β : Koefisien regresi
 s_{β_4} : Simpanan baku s_{β_4}

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungan. Maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} atau juga bisa memperhatikan signifikan t lebih kecil atau sam dengan 0,05 atau Lebih besar dari 0,05. Sehingga ditarik kesimpulan apakah hipotesis nol (H_0) atau hipotesis alternatif (H_a) tersebut ditolak atau diterima.

Hipotesisnya adalah sebagai berikut :

H_0 = Secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H_a = Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kreteria untuk penerimaan dan penolkan suatu hipotesis adalah Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) di tolak. Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis nol(H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) di terima.

b. Uji Bersama-sama (uji F)

Menurut Ghozali (2013:98) uji F dilakukan untuk menguji pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka dinyatakan variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui apakah variabel-variabel X secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tergantung (dependen). Uji F membuktikan apakah terhadap minimal satu variabel Y, uji tersebut dirumuskan dengan :

$$t_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{1-R^2}{n-k-1}} \quad \dots\dots(13)$$

Keterangan :

K = Banyaknya variabel bebas

N = Sampel

R^2 = Koefesiensi determinasi

Setelah dilakukan analisis data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} atau bisa juga dengan memperhatikan signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau signifikansi F lebih besar dari 0,05.

Hipotesisnya adalah sebagai berikut :

H_0 = secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel independen.

H_a = secara simultan (bersama-sama) tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mencari seberapa besar variasi variabel bebas dapat menjelaskan secara keseluruhan variasi variabel bebas. Koefisien determinasi mengukur seberapa besar berpengaruh variabel bebas secara keseluruhan terhadap naik turunnya variasi nilai variabel. Nilai R^2 ini akan mempunyai *range* antara nol sampai dengan satu. Apabila nilai R^2 ini semakin mendekati satu, maka akan semakin kuat atau semakin besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap terikat (Setiawan,2015:12). Analisis determinasi regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui presentasi sumbangan pengaruh prosentase independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi dalam model mampu menjelaskan variasi-variasi dependen. R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variasi dependen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variasi dependen.

c. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik merupakan dugaan atau pernyataan yang perlu diuji kebenarannya. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis penelitian ini adalah :

1. $H_0 : \beta_1 \leq 0$: Pengaruh Promosi (X_1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk (Y)
 $H_a : \beta_1 > 0$: Promosi (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk (Y)

2. $H_0 : \beta_2 \leq 0$:Kualitas produk (X_2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk (Y)
 $H_a : \beta_2 > 0$:Kualitas produk (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk (Y)
3. $H_0 : \beta_3 \leq 0$:Desain kemasan (X_3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk (Y)
 $H_a : \beta_3 > 0$:Desain kemasan (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk (Y)
4. $H_0 : \beta_4 \leq 0$: Harga (X_4) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk (Y)
 $H_a : \beta_4 > 0$: Harga (X_4) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)
5. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 \leq 0$: pengaruh promosi (X_1), Kualitas produk (X_2), Desain kemasan (X_3) dan Harga (X_4) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk (Y)
 $H_a : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 > 0$: Pengaruh promosi (X_1), Kualitas produk (X_2), Desain kemasan (X_3) dan Harga (X_4) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk (Y)