

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Wahyunita (2016) menyatakan, penelitian survei adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu obyek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang (Sugiono, 2014:12). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS.

Penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode kuantitatif. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa kuisioner, observasi, dan riset kepustakaan.

B. Tahapan Penelitian

1. Populasi

Menurut Wahyunita Nur (2016) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung di Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.

2. Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018 : 81). Sampel dalam penelitian ini diambil dari besar dan jumlah populasi penelitian yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti. Metode teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental* sampling yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan pada anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel (Sugiyono, 2018 : 85). Kriteria populasi yang diambil sebagai sampel adalah sebagai berikut :

- a. Masyarakat yang ingin membeli produk di Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.
- b. Sudah pernah membeli di Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.

Ukuran poplasi dalam penlitian ini sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti, maka besar samoel yang digunakan menurut rao purba dalam jurnal marhadi et.al dapat menggunakan rumus yaitu :

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

Keterangan :

N = Jumlah sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95% = 1,96

Moe = Margin of eror atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi 10%

Maka perhitungan rumus diatas diperoleh sebagai berikut :

$$N = \frac{1,96^2}{4(0,01)^2} \quad n = \frac{3,8416}{0,04} = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka diperoleh jumlah sampel dari populasi sebesar 96,04. Namun untuk mempermudah perhitungan dan karena adanya unsur pembulatan, maka jumlah sampel yang digunakan adalah berjumlah 100 responden.

3. Tahapan

Penulis menempuh tahapan-tahapan penelitian agar dapat memperoleh hasil yang optimal. Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan dalam pelaksanaan penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Tahap pertama Persiapan Observasi ketempat yang akan digunakan untuk penelitian.
 - 1) Meminta surat permohonan izin penelitian dari Universitas Muhammadiyah Metro.
 - 2) Mengajukan surat permohonan izin penelitian kepada Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah untuk mengadakan penelitian di tempat tersebut.
 - 3) Berkonsultasi dengan pimpinan dan karyawan dalam rangka observasi untuk mengetahui aktifitas dan kondisi dari lokasi atau objek penelitian.
 - 4) Mengajukan instrument penelitian, yaitu Harga, Kualitas produk, Lokasi, kualitas pelayanan, fasilitas terhadap minat beli konsumen.
 - 5) Uji validitas, uji realibilitas, normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji f, uji t, uji koefesien determinasi, uji linier berganda, kemudian dengan bantuan dosen-dosen, teman atau keluarga yang

memiliki pengetahuan dan pengalaman di bidang tersebut guna membantu selesainya penelitian ini dengan hasil yang maksimal.

b. Tahap kedua Pelaksanaan Penelitian :

Pada tahapan ini yang dilakukan peneliti adalah memberi kuisisioner tentang Harga, Lokasi, promosi, kualitas pelayanan, terhadap minat beli konsumen pada Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.

c. Tahap ketiga Analisis :

Dalam tahap ini semua data yang diperoleh dianalisis sesuai dengan teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti.

a. Tahap keempat Kesimpulan :

Pada tahap ini kesimpulan didapat setelah mengetahui hasil interpretasi data tersebut akhirnya dapat disimpulkan apakah ada pengaruh Harga, Lokasi, promosi, kualitas pelayanan, terhadap minat beli konsumen pada Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu konsep yang dapat diukur serta dicapai dengan melihat pada dimensi tingkah laku atau property yang ditunjukkan oleh konsep dan mengkategorikan hal tersebut dalam elemen yang dapat diamati dan diukur. Ada dua variabel yang dibahas, yaitu :

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas atau independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terikat). Dalam penelitian ini terdapat lima variabel bebas yaitu :

a. Harga (X_1)

1) Definisi Konseptual : Harga adalah adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu.

2) Definisi operasional : Harga adalah adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Kemudian dapat di ukur menggunakan instrument skla likert yang diberikan kepada konsumen Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.

b. Lokasi (X^2)

1. Definisi konseptual : lokasi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran
2. Definisi operasional : lokasi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi sasaran Kemudian dapat di ukur menggunakan instrument skla likert yang diberikan kepada konsumen Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.

c. Promosi (X^3)

- 1) Definisi konseptual : promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan
- 2) Definisi operasional : promosi adalah suatu unsur yang digunakan untuk memberitahukan dan membujuk pasar tentang produk atau jasa yang baru pada perusahaan Yang dapat di ukur menggunakan instrument skla likert yang diberikan kepada konsumen Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.

d. Kualitas pelayanan (X^4)

- 1) Definisi konseptual : kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.
- 2) Definisi operasional : kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Yang dapat di ukur menggunakan instrument skla likert yang diberikan kepada konsumen Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*). Dalam penelitian ini kualitas pelayanan yang menjadi variabel *dependent* (Y) adalah Minat beli :

a. Minat Beli (Y)

- 1) Definisi konseptual : minat beli merupakan perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan

seseorang untuk melakukan pembelian dengan melalui perhatian, ketertarikan, keinginan dan tindakan.

- 2) Definisi operasional : minat beli merupakan perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian dengan melalui perhatian, ketertarikan, keinginan dan tindakan. Yang dapat di ukur menggunakan instrument skla likert yang diberikan kepada konsumen Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.

Adapun kisi-kisi kuesioner penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Variabel Penelitian dan Indikator-Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	Butir angket
Harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaiam harga dengan manfaat 	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20
Lokasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dijangkau 2. Mudah terlihat oleh konsumen (<i>visibilitas</i>) 3. Sarana transoprtasi 4. Peluang pengembangan usaha 5. Lingkungan sekitar 6. Kondisi pesaing 	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20
Promosi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberitahukan atau menawarkan produk 2. Menarik konsumen 3. Waktu promosi 4. Mengingatkan konsumen 	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20
Kualitas pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> a. <i>Tangibles</i> (bukti fisik) b. <i>Realibility</i> (keandalan) c. <i>Responsifines</i> (ketanggapan) d. <i>Competency</i> (kemampuan) e. <i>Courtesy</i> (tata krama) f. <i>Credibility</i> (sikap jujur) g. <i>Security</i> (keamanan) h. <i>Access</i> (akses) i. <i>Communication</i> (komunikasi) j. <i>Understanding the customer</i> (perhatian pada pelanggan) 	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara untuk memperoleh bahan-bahan keterangan atau kenyataan yang benar untuk mengungkapkan data-data

yang diperlukan dalam penelitian ini, baik data pokok maupun data penunjang. Untuk mendapatkan data tersebut, dapat digunakan beberapa metode pengumpulan data, dimana masing-masing metode tidak berdiri sendiri melainkan saling mendukung dan melengkapi hasil dari temuan metode lain. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Data primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari penelitian yang telah dilakukan. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari kuisioner yang berisikan pertanyaan mengenai variabel yang diteliti dan diisi oleh konsumen Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data primer antara lain :

a. Observasi

Observasi (pengamatan) adalah metode pengumpulan data dimana peneliti atau kolaboratornya mencatat informasi sebagaimana yang disaksikan selama penelitian (W. Gulo, 2007 : 116). Observasi yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui kondisi, dan kejadian secara langsung Alfamart 12B Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.

b. Wawancara

Metode ini digunakan untuk melengkapi data yang belum terungkap dalam angket, mengenai gambaran Harga dan Lokasi dalam melakukan proses turunnya dengan menggunakan pedoman sejumlah pertanyaan untuk memperoleh data yang menunjang penelitian tersebut.

c. Kuisioner (Angket)

Kuesioner atau Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono dalam Wahyunita Nur 2016). Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dan responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan daftar pertanyaan.

Tabel 4 Skala Likert untuk pertanyaan positif dan negatif

NO	Keterangan	Skor	
		Positif	Negatif
A	Sangat Setuju	5	1
B	Setuju	4	2
C	Cukup Setuju	3	3

NO	Keterangan	Skor	
		Positif	Negatif
D	Tidak Setuju	2	4
E	Sangat Tidak Setuju	1	5

E. Instrumen Penelitian

Instrument penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuisioner berupa daftar pertanyaan-pertanyaan yang dibuat sendiri oleh peneliti sesuai dengan indikator pada setiap variabel. (Sugiyono. 2014). menyatakan bahwa “instrument penelitian adalah suatu alat pengumpul data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Dengan demikian, penggunaan instrument penelitian yaitu untuk encari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah, fenomena alam maupun sosial.

Alat-alat yang sangat membantu dalam penelitian ini terutama laptop yang berguna untuk menulis hasil dalam penelitian ini, adapun alat lainnya seperti hp, buku-buku, jurnal, dan lain-lain. Hal ini sangat mendukung penyelesaian penelitian ini.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini penulis melakukan beberapa analisis data dan pengujian hipotesis, sebagai berikut :

1. Pengujian persyaratan instrument

Dengan dilakukan uji persyaratan instrument bertujuan untuk mengetahui validitas dan realibilitas masing-masing item pertanyaan, uji instrument ini dilakukan agar item jawaban responden sesuai dengan indikatornya dan definisi pada konsep masing-masing variabel.

a. Uji Validitas

“Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen” (Setiyadi, 2006 : 22). Adapun pemaparan lain “Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti” (Sugiyono, 2010: 363).

Pengujian validitas pada penelitian kuantitatif ini menggunakan *logical validity* (validitas logis). Validitas logis untuk sebuah instrumen menunjuk pada kondisi sebuah instrumen yang memenuhi syarat valid berdasarkan hasil

penalaran dan rasional. Instrumen yang diuji validitasnya adalah instrumen komponen konteks, masukan, proses dan hasil.

Analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif, analisis ini perlu dilakukan bertujuan memperkuat terhadap argumentasi dan logika dalam menjawab dan mengimplementasikan dugaan. analisis ini dilakukan berdasarkan pada data yang dikumpulkan dari daftar pertanyaan (kuisisioner) yang diajukan kepada sample, dan dihitung menggunakan rumus korelasi *Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson. Rumus tersebut adalah:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi

X = Skor butir

Y = Skor total yang di peroleh

N = Jumlah responden

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat nilai X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat nilai Y

Hasil perhitungan r_{xy} atau rhitung dikonsultasikan dengan harga r_{tabel} dengan taraf signifikan 5%. Jika harga r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka dapat dikatakan item tersebut valid, begitupun sebaliknya.

b. Uji Reliabilitas

Syarat kualifikasi suatu instrumen pengukur adalah konsisten, keajegan, atau tidak berubah-ubah (Setiadi, 2006 : 16). Instrumen yang diuji reliabilitasnya adalah instrumen yang dibuat oleh peneliti. Dalam hal ini instrument tersebut adalah instrumen komponen konteks, masukan, proses dan hasil.

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

Rumus tersebut adalah :

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

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 Untuk Regresi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji ini digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, maupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametric, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal, jika data tidak berdistribusi normal maka metode alternative yang digunakan adalah statistic non parametric. Yaitu dengan nebggubakan uji *Liliefors* dengan melihat nilai pada *Kolmogorov Smimov*. Data dikatakan berdistribusi normal jika signifikan lebih dari 0,05.

b. Uji Linieritas

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 linier bila signifikan (*Linearity*) kurang dari 0,05.

c. Uji Homogenitas

Menurut Sugiyono (2013: 276) berpendapat bahwa uji homogenitas digunakan untuk memperlihatkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variasi sama . unttuk mengukur homgenitas varians dari dua kelompok data digunakan rumus uji F sebagai berikut :

$$F = \frac{\text{varian terbesar}}{\text{varian terkecil}}$$

Tarif signifikasi yang digunakan adalah $\alpha = 0,05$. Uji homogenitas menggunakan SPSS dengan kriteria yang digunakan untuk mengambil kesimpulan apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka memiliki varian yang homogen.

3. Pengujian Model Analisis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan dengan metode regresi linier yang digunakan untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila variabel independen dimanipulasi/ dirubah-rubah atau dibaik turunkan (Sugiyono, 2016 : 192) Rumus regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

(Sumber: J. Supriyanto, 2009: 239)

Keterangan :

Y = Variabel dependen yang diprediksikan (Minat beli konsumen)

X_1 = Variabel independen (Harga)

X_2 = Variabel independen (Lokasi)

X_3 = Variabel independen (Promosi)

X_4 = Variabel independen (Kualitas pelayanan)

a = Konstanta (Nilai Y apabila $X_1 X_2 X_3 X_4 X_{\varnothing} = 0$)

e = error

$b_1 b_2 b_n$ = Koefesien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

b. Uji Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara parsial dalam memenangkan variasi variabel terikat (Imam Ghazali, 2013: 98). Pada kriteria pengambilan keputusan dilakukan dengan cara membandingkannya t_{hitung} dengan t_{tabel} , dimana hipotesis alternative diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5%. Untuk menentukan t_{tabel} dilakukan dengan terlebih dahulu mencari derajat/df (*degree of freedom*) dengan rumus $df = n - k$, dimana n adalah observasi sedangkan k adalah banyaknya variabel (bebas dan terikat).

c. Uji Simultan (uji F)

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 :

$$t_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{1-R^2}{n-k-1}}$$

Keterangan :

K = Kebanyakan 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 Flebih 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 dependen.

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

d. Determinasi (R^2)

Analisis determinasi regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui presentasi sumbangan pengaruh prosentase independen ($X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_n$) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefesien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi dalam model mampu menjelaskan variasi-variabel 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.

A. Hipotesis Statistik

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

1. pengaruh variabel harga terhadap minat beli konsumen

$H_0 : b_1 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh harga terhadap minat beli konsumen

$H_a : b > 0$: Terdapat pengaruh harga terhadap minat beli konsumen

2. pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen

$H_0 : b_2 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen

$H_a : b_2 > 0$: Terdapat pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen

3. pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen

$H_0 : b_3 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen

$H_a : b_3 > 0$: Terdapat pengaruh asi terhadap minat beli konsumen

4. pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen

$H_0 : b_4 \leq 0$: Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen

$H_a : b_4 > 0$: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen

B. pengaruh variabel harga, lokasi, promosi, kualitas pelayanan.

H₀: $b_1 b_2 b_3 b_4 b_5 \leq 0$: harga, lokasi, promosi, kualitas pelayanan

H_a: $b_1 b_2 b_3 b_4 Y > 0$: harga, lokasi, promosi, kualitas pelayanan, berpengaruh terhadap minat beli konsumen.