

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Asosiatif untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih dengan metode penelitian menggunakan pendekatan *explanatory survey* yang bertujuan untuk menguji hipotesis, menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel. Sedangkan teknik penelitiannya menggunakan statistik inferensial yaitu untuk menganalisis data sampel dan hasilnya untuk membuat kesimpulan tentang populasi secara keseluruhan. Penelitian ini secara menyeluruh menguraikan atau mengeksplorasi bagaimana hubungan antara Harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

#### **1.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah variabel Harga (X1) dengan indikator keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan kesesuaian harga dengan manfaat. Serta variabel citra merek (X2) dengan indikator mudah dikenali, reputasi yang baik dan selalu diingat. sedangkan yang menjadi variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) dengan indikator pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian.

Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah individual, yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Pakuan.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor yang beralokasi di JL. Pakuan 452, Tegalega, Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat, 16143.

#### **1.3 Jenis Dan Sumber Data Penelitian**

##### **1.3.1 Jenis Data Penelitian**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sugiyono (2019) menegaskan pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang menekankan pada pengukuran objektif dan analisis statistik data untuk menguji hipotesis dan mengevaluasi hubungan antar variabel. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data pada populasi atau sampel tertentu. Penelitian kuantitatif berpusat pada data numerik (angka), yang kemudian dianalisis menggunakan metode statistik yang sesuai. Tujuan penelitian kuantitatif adalah menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

##### **1.3.2 Sumber Data Penelitian**

###### **1. Data Primer**

Sugiyono (2019), Menyatakan data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung dari sumbernya dengan melakukan pengukuran, perhitungan sendiri, atau melalui instrumen seperti angket, observasi, wawancara, dan sejenisnya. Dalam penelitian ini peneliti memperoleh data secara langsung dari unit analisis yang diteliti dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *Google Form* kepada Mahasiswa Manajemen Universitas Pakuan yang dianggap memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti.

## 2. Data Sekunder

Sugiyono (2019) mengemukakan data sekunder adalah informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber lain seperti laporan, profil, buku pedoman, atau pustaka yang telah ada. Peneliti memperoleh data sekunder secara tidak langsung melalui penyedia data di internet dengan mengumpulkan serta mengunduh e-book dari media masa internet yang berupa situs jurnal atau literatur dan situs resmi yaitu dari situs Google Scholar, Kompas.com, Kontan.co.id, Selular.id, Serupa.id dan Databoks.

### 1.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menjabarkan variabel penelitian menjadi konsep, indikator dan ukuran yang diarahkan untuk memperoleh nilai variabel lainnya. Tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini. Berikut adalah tabel operasional variabel pada penelitian ini.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel dari Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Konsumen Kartu Seluler Indosat Ooredoo.

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Harga (X1)	Keterjangkauan Harga.	Harga Layanan Kartu Indosat Ooredoo Terjangkau Untuk Konsumen Penggunaan Sehari-Hari.	Ordinal
		Harga Paket Data Sesuai Dengan Anggaran Bulanan Untuk Layanan Seluler.	Ordinal
	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk.	Manfaat Yang Didapat Dari Layanan Indosat Ooredoo Sesuai Dengan Harga Yang Dibayar.	Ordinal
		Harga Paket Data Mencerminkan Jumlah Kuota Data Dan Kecepatan Internet Yang Disediakan.	Ordinal
		Puas Dengan Keseimbangan Antara Harga Dan Kualitas Layanan Yang Ditawarkan Oleh Indosat Ooredoo	Ordinal

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
	Daya Saing Harga.	Harga Layanan Kartu Indosat Ooredoo Lebih Kompetitif Dibandingkan Dengan Penyedia Layanan Seluler Lainnya.	Ordinal
		Menyediakan Berbagai Pilihan Paket Harga Yang Dapat Memenuhi Kebutuhan Konsumen.	Ordinal
		Harga Yang Ditawarkan Merupakan Faktor Utama Dalam Keputusan Memilih Layanan Mereka	Ordinal
	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat.	Harga Paket Data Indosat Ooredoo Sebanding Dengan Jumlah Kuota Data Yang Diberikan	Ordinal
		Harga Yang Ditetapkan Paket Data Sebanding Dengan Masa Aktif Paket Tersebut.	Ordinal
Citra Merek (X2)	Citra Perusahaan	Indosat Ooredoo Dikenal Sebagai Perusahaan Yang Dapat Dipercaya Di Industri Telekomunikasi.	Ordinal
		Reputasi Indosat Ooredoo Membuat Konsumen Merasa Aman Menggunakan Layanannya.	Ordinal
		Indosat Ooredoo Memiliki Citra Positif Di Mata Pelanggan.	Ordinal
	Citra Pemakai	Pengguna Indosat Ooredoo Terlihat Sebagai Individu Yang Mengikuti Perkembangan Teknologi.	Ordinal
		Menggunakan Layanan Indosat Ooredoo Membuat Konsumen Merasa Memiliki Status Sosial Yang Baik.	Ordinal
		Konsumen Merasa Bangga Menjadi Pengguna Indosat Ooredoo Karena Dianggap Modern.	Ordinal
	Citra Produk	Produk-Produk Yang Ditawarkan Oleh Indosat Ooredoo Memiliki Keunggulan Dibandingkan Dengan Produk Dari Operator Lain.	Ordinal
		Indosat Ooredoo Memberikan Layanan Yang Stabil Dan Handal Dalam Berbagai Situasi	Ordinal
		Produk Layanan Indosat Ooredoo Mudah Digunakan Dan Memberikan Pengalaman Yang Memuaskan.	Ordinal

Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Pilihan Produk.	Layanan Indosat Ooredoo Sudah Sesuai Dengan Kebutuhan Pribadi.	Ordinal
		Memiliki Kualitas Jaringan Dan Pelayanan Yang Bagus.	Ordinal
		Menjadi Salah Satu Pilihan Terbaik Untuk Membeli Kartu Sim Atau Paket Data Internet.	Ordinal
	Pilihan Merek.	Layanan Kartu Seluler Indosat Ooredoo Dapat Dipercaya.	Ordinal
		Indosat Ooredoo Memiliki Popularitas Merek Yang Cukup Bagus	Ordinal
		Konsumen Memilih Layanan Kartu Indosat Ooredoo Dengan Alasan Merek Yang Cukup Dikenali.	Ordinal
	Pilihan Penyalur.	Terdapat Kemudahan Dalam Mendapatkan Produk Dan Layanan Ooredoo Indosat,	Ordinal
		Ketersediaan Produk Layanan Indosat Ooredoo Dapat Dibeli Dari Situs Atau Aplikasi Resmi.	Ordinal
		Konsumen Lebih Senang Pembelian Layanan Kartu Seluler Dari Gerai Fisik.	Ordinal
	Waktu Pembelian.	Konsumen Membeli Layanan Kartu Indosat Ooredoo Ketika Ada Promo Atau Potongan Harga	Ordinal
		Memutuskan Untuk Membeli Layanan Produk Indosat Ooredoo Ketika Dianggap Sesuai Dengan Kebutuhan.	Ordinal
		Konsumen Membeli Layanan Data Kuota Indosat Ooredoo Dalam Sebulan Sekali.	Ordinal
	Jumlah Pembelian.	Konsumen melakukan pembelian pulsa Indosat Ooredoo Secara Berkala.	Ordinal
		Konsumen melakukan pembelian data internet Indosat Ooredoo.	Ordinal
	Metode Pembayaran.	Metode Pembayaran Yang Tersedia Untuk Layanan Kartu Seluler Indosat Ooredoo Bervariasi.	Ordinal
Konsumen Lebih Senang Dengan Metode Pembayaran Via Aplikasi.		Ordinal	

### 1.5 Metode Penarikan Sampel

Metode penarikan sampel bertujuan untuk menentukan batasan bagi populasi yang ingin diteliti. Menurut Sugiyono (2019), Metode penarikan sampel adalah

langkah atau teknik yang digunakan untuk memilih sebagian anggota dari suatu populasi, dengan tujuan agar sampel tersebut dapat memberikan informasi yang mencerminkan populasi secara keseluruhan. Sampel merupakan bagian dari populasi yang harus mencerminkan keseluruhan karakteristik populasi dalam penelitian. Penelitian menggunakan sampel karena keterbatasan waktu, tenaga, dana, dan jumlah populasi. Oleh karena itu, penting bagi peneliti untuk memilih sampel yang dapat mewakili atau representatif. Untuk lebih jelasnya, berikut prosedur penarikan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini:

### 1.5.1 Menentukan Populasi Target

Populasi target dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Manajemen Universitas Pakuan yang menggunakan layanan kartu seluler Indosat Ooredoo. Karena jumlah pasti pengguna layanan Indosat Ooredoo di kalangan mahasiswa tidak diketahui, maka populasi dianggap tidak terbatas (*infinite Population*).

### 1.5.2 Menentukan Kerangka Sampel

Peneliti menggunakan rumus *Lemeshow* untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan. Menurut Riyanto & Hermawan (2020) pendekatan rumus *lemeshow* dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi yang tidak dapat diketahui dengan pasti. Adapun rumus *Lemeshow* adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

Z = 1,96 (Tingkat Kepercayaan (*z-score*) 95%)

P = 0,5 (Estimasi presentase populasi 50%)

d = 0,1 (Sampling error 10%)

Melalui parameter rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{Z^2 \cdot P \cdot (1 - P)}{d^2} \\ n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2} \\ n &= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} \end{aligned}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan ketentuan tersebut jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 94,51 dan dibulatkan menjadi 100 mahasiswa.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel atau *technique of sampling* yang digunakan peneliti adalah teknik *nonprobability sampling* dengan menggunakan metode penarikan sampel yaitu *purposive sampling* untuk memastikan sampel yang di ambil memiliki karakteristik atau kriteria yang relevan. Menurut Sugiyono (2019) *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
2. Pengguna aktif layanan kartu seluler Indosat Ooredoo.
3. Memiliki pengalaman atau pemahaman yang cukup tentang merek Indosat Ooredoo.

### 1.6 Metode Pengumpulan Data

Peneliti mengumpulkan data dengan melakukan survei melalui penyebaran kuesioner daftar pertanyaan yang bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi mengenai persepsi konsumen terkait harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian. kemudian peneliti melakukan kalkulasi data dengan menganalisis data secara deskriptif untuk menggambarkan karakteristik utama dari data dan secara inferensial untuk membuat kesimpulan atau prediksi terkait populasi berdasarkan sampel data. Selanjutnya peneliti melakukan tahap interpretasi atau menafsirkan data untuk memudahkan pemahaman makna dari data yang terkumpul dan telah dianalisis. Tahap terakhir peneliti menyusun kesimpulan akhir dari hasil berdasarkan interpretasi data.

Secara umum teknik dalam pemberian skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah skala likert untuk mengukur sikap dan persepsi konsumen secara kuantitatif, serta mendapatkan wawasan berharga mengenai pandangan responden terhadap berbagai isu atau topik penelitian peneliti. Berikut tabel pengukuran skala likert yang terdiri dari serangkaian pernyataan terhadap responden diminta untuk menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan.

Tabel 3.2 Skala Likert.

Kriteria Jawaban	Inisial	Skor atau Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

## 1.7 Metode Pengolahan/Analisis Data

### 1.7.1 Instrument Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam sebuah penelitian, dalam penelitian ini adalah kuesioner. Instrumen ini penting untuk memastikan data yang diperoleh valid dan reliabel sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2019) dalam penelitian kuantitatif, kualitas instrumen penelitian mencakup validitas dan reliabilitas instrumen, sementara kualitas pengumpulan data berkaitan dengan ketepatan metode yang digunakan. Oleh karena itu, meskipun instrumen telah terbukti valid dan reliabel, data yang dihasilkan belum tentu valid dan reliabel jika instrumen tersebut tidak digunakan dengan cara yang tepat dalam pengumpulan data. Adapun kriteria tes menurut Sanjaya (2015), instrumen untuk menghasilkan data yang diinginkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya sebuah alat uji yaitu kuesioner. Validitas mengukur ketepatan pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner. Metode tersebut melibatkan korelasi antara skor yang diperoleh dari masing-masing item dengan skor total dari setiap atribut. Untuk memastikan validitas setiap pertanyaan, kriteria berikut diterapkan:

- 1) Jika  $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$  (pada taraf signifikansi 0,05), maka dapat dinilai bahwa item kuesioner tersebut valid.
- 2) Jika  $r\text{-hitung} \leq r\text{-tabel}$  (pada taraf signifikansi 0,05), maka dapat dinilai bahwa kuesioner tersebut tidak valid.

#### 2. Uji Reliabilitas

Hasil penelitian yang *reliable*, terjadi apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang *reliable* yaitu instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pengukuran reliabilitas yang akan digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shoot* atau pengukuran sekali saja dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain untuk mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji *Statistic Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60. Rumus untuk menguji reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1)r}$$

Dimana :

$\alpha$  = koefisien korelasi

r = Korelasi antar kuesioner

k = Jumlah kuesioner

Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 - 0,49	Reliabel rendah
>0,50 - 0,69	Reliabel Moderat
>0,70 - 0,89	Reliabel Tinggi
>0,90 - 1,00	Reliabel Sempurna

### 1.7.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik masing-masing variabel dalam penelitian. Hasil analisis data penelitian berdasarkan pada tanggapan responden dari kuesioner yang akan dijelaskan menggunakan statistik deskriptif untuk masing-masing variabel penelitian. Untuk menilai tingkat pencapaian responden, digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Tanggapan Responden} \times 100\%}{\text{Skor Tertinggi Responden}}$$

Tabel 3.4 Klasifikasi Tingkat Capaian Responden (TCR)

No.	Presentase Pencapaian	Kriteria
1	85% - 100%	Sangat Baik
2	66% - 84%	Baik
3	51% - 65%	Cukup
4	36% - 50%	Kurang Baik
5	0% - 35%	Tidak Baik

Sumber: Sugiyono, 2019

### 1.7.3 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan setelah tahap pengujian validitas dan reliabilitas. Uji normalitas data bertujuan untuk memastikan apakah data sampel yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dalam program SPSS. Dasar pengambilan keputusannya antara lain:

1. Jika nilai probabilitas  $\geq 0,05$  maka data berdistribusi normal
2. Jika nilai probabilitas  $\leq 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal

#### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa apakah ada masalah dalam model regresi. Bertujuan untuk memastikan bahwa kesalahan (residual) yang dihasilkan dari model regresi, memiliki varians yang sama di semua titik prediksi untuk menjaga keakuratan hasil analisis. Menurut (Iba, Z & Wardhana, 2024) Iba

& Wardhana (2024) untuk menguji data apakah ada tidaknya heteroskedastisitas menggunakan teknik Grafik *Scatter Plot* yaitu melihat visual apakah ada pola yang menunjukkan varians residual yang tidak konstan. Pengamatan pada grafik *Scatter Plot* dapat dideteksi melalui pola teratur seperti gelombang atau variasi lebar yang konsisten, ini menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika titik-titik tersebar di sekitar angka nol pada sumbu Y tanpa pola jelas, itu berarti tidak ada masalah heteroskedastisitas, yang menunjukkan data homoskedastisitas.

### 3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan yang kuat antara dua atau lebih variabel independen dalam suatu model regresi. Tujuannya untuk memastikan bahwa variabel-variabel tersebut tidak berkorelasi tinggi satu sama lain, sehingga analisis regresi dapat memberikan estimasi yang akurat. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai parameter VIF (*Variance Inflation Factor*) dan toleransinya. Jika nilai VIF < 10 dan nilai toleransinya  $\geq 0,1$  maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

#### 1.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel Harga, citra merek dan keputusan pembelian. Dalam analisis regresi berganda tiga variabel model persamaannya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Harga

X2 = Citra Merek

b1 = Nilai Koefisien Regresi Harga

b2 = Nilai Koefisien Regresi Citra Merek

#### 1.7.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas (independen) dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tidak bebas (dependen). Nilai koefisien determinasi berkisaran antara nol sampai dengan satu Wahyuni (2020). Hasil perhitungan tersebut dilakukan untuk mengetahui nilai presentase seberapa besar pengaruh Harga dan citra merek dengan keputusan pembelian. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung nilai koefisien determinasi yaitu:

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

Dimana :

Kd = Koefisien determinasi

r<sup>2</sup> = Koefisien korelasi

### 1.7.6 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji apakah data dari sampel yang sudah ada cukup kuat untuk menggambarkan populasinya atau apakah bisa dilakukan proses penalaran tentang populasi berdasarkan hasil sampel.

### 1.7.7 Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi (Sugiyono, 2019). Koefisien korelasi (r) menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 ( $-1 < r \leq +1$ ) yang menghasilkan beberapa kemungkinan, antara lain sebagai berikut :

- a. Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif dalam variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diakui dengan kenaikan dan penurunan Y. Jika  $r = +1$  atau mendekati 1 maka menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel-variabel yang diuji sangat kuat.
- b. Tanda negatif menunjukkan adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang diuji, berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai Y dan sebaliknya. Jika  $r = -1$  atau mendekati -1 maka menunjukkan adanya pengaruh negatif dan korelasi variabel-variabel yang diuji lemah.
- c. Jika  $r = 0$  atau mendekati 0 maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti dan diuji.

### 1.7.8 Uji Parsial (t)

Dengan menggunakan *software* aplikasi IBM SPSS *statistics* 25 yaitu dengan membandingkan antara signifikansi hitung masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan cara membandingkan antara:

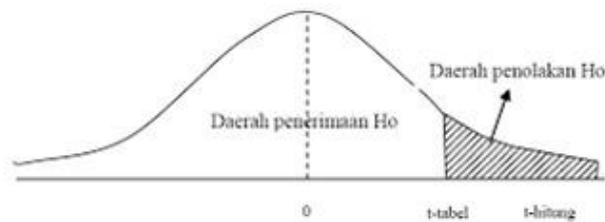
1. Jika nilai  $\text{sig} \leq 0,05$  atau  $T\text{-hitung} \geq T\text{-tabel}$  maka terdapat pengaruh Harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian.
2. Jika nilai  $\text{sig} \geq 0,05$  atau  $T\text{-hitung} \leq T\text{-tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh Harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

### 1.7.9 Uji Simultan (f)

Uji F yaitu suatu uji untuk mengetahui pengaruh variabel Harga (PH), Citra Merek (CM), secara simultan terhadap variabel Keputusan Pembelian (KP). Uji statistik F pada dasarnya dilakukan untuk menguji apakah semua variabel independen

atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen atau terikat. Pengujian ini dilakukan dengan uji F pada tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan analisis 5%. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan :

1. Jika  $F\text{-hitung} \leq F\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, maka Harga dan citra merek secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Jika  $F\text{-hitung} \geq F\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak, maka Harga dan citra merek secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.



Gambar 3.1 Kurva Uji Hipotesis