

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Metode yang Digunakan

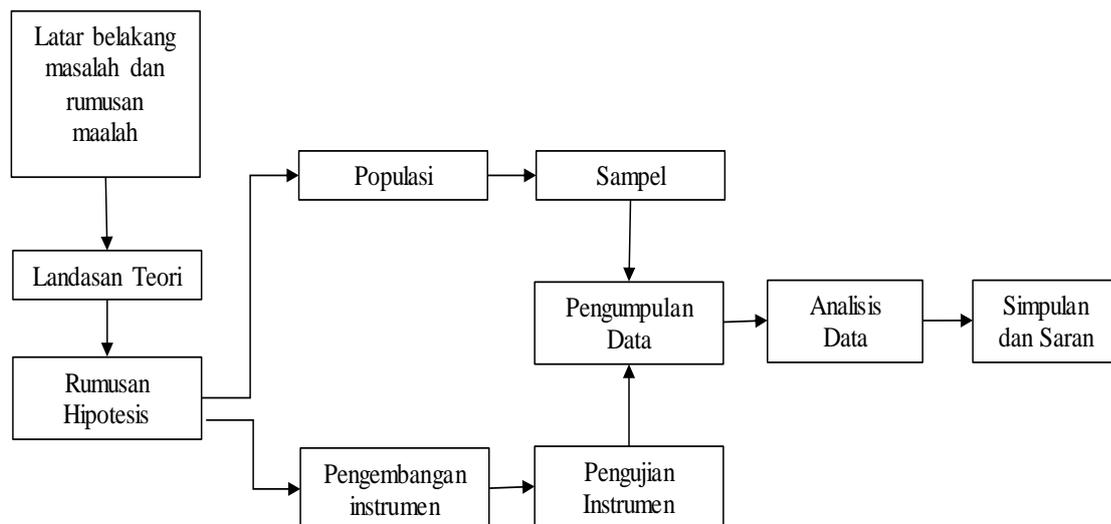
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif yaitu dengan cara mencari informasi tentang gejala yang ada, didefinisikan dengan jelas tujuan yang akan dicapai, merencanakan cara pendekatannya, mengumpulkan data sebagai bahan untuk membuat laporan. Menurut Sugiyono (2013:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu,

Penelitian ini bermaksud mengumpulkan data dengan menggunakan metode penelitian survei. Metode survei adalah metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, contohnya dengan menyebarkan kuesioner ke tempat makan dan sebagainya (Sugiyono, 2014:11).

Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, data yang telah terkumpul kemudian di uji. Penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*), dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan dan mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap variabel Minat Beli (Y).

3.2. Desain Penelitian

Desain penelitian harus spesifik, jelas dan rinci, ditentukan secara mantap sejak awal, menjadi pegangan langkah demi langkah (Sugiyono, 2014:23). Desain penelitian adalah langkah-langkah untuk melakukan sebuah penelitian yang diambil dari fenomena Hisana Fried Chicken dengan menghubungkan variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) yang disebabkan oleh variabel Minat Beli (Y) berikut langkah-langkah desain penelitian:



Gambar 3.1
Desain penelitian
Sumber : Sugiyono, (2018:82)

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui tahapan berikut :

1. Penelitian berawal dari masalah yang berkaitan dengan harga, kualitas produk dan minat beli pada franchise Hisana Fried Chicken, masalah yang ditemukan kemudian di identifikasi agar masalah yang ada lebih terfokus pada variabel penelitian.
2. Landasan teori untuk menemukan jawaban maka diperlukan adanya sumber teori untuk melakukan penelitian.
3. Untuk memunculkan jawaban yang berasal dari teori maka perlu adanya proses pengumpulan jawaban pada rumusan masalah, hal tersebut dinamakan hipotesis.
4. Hipotesis akan dilakukan pengujian yang kebenarannya akan diuji.
5. Pengujian akan dilakukan pada sampel yang dilakukan karena jumlah populasi yang terlalu luas.
6. Pengumpulan data menggunakan instrument yang telah diuji dengan uji validitas dan reliabilitas.
7. Proses selanjutnya akan dilakukan pengumpulan data yang berasal dari penyebaran kuesioner kepada responden.
8. Setelah data terkumpul proses selanjutnya adalah di analisis, proses ini untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang telah dipaparkan.

Penelitian ini menggunakan statistik dengan software SPSS versi 23. Setelah diteliti maka peneliti akan memberikan pembahasan terhadap penelitian tersebut.

9. Dilihat dari pembahasan maka peneliti akan menyimpulkan hasil dari pembahasan tersebut, dengan memberikan jawaban singkat terhadap rumusan masalah dan selanjutnya akan memberikan saran, agar masalah dapat terpecahkan.

3.3. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiyono (2012:59) variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Berdasarkan judul skripsi yang telah dikemukakan diatas yaitu “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Hisana Fried Chicken (kasus pada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan (UBP) Karawang ”. maka variabel-variabel yang diteliti adalah :

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Menurut Sugiyono (2012 : 59) pengertian variabel bebas adalah :

“Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perusahaannya atau timbulnya variabel dependent (terikat)”.

a. Variabel Harga

Harga merupakan persepsi konsumen tentang harga produk, variabel harga menjadi variabel bebas yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab atau timbulnya variabel minat beli (Variabel terikat).

b. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah persepsi konsumen mengenai kualitas produk, dan variabel kualitas produk menjadi variabel bebas yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab atau timbulnya variabel minat beli (Variabel terikat).

2. Variabel terikat (*Dependen*)

Menurut Sugiyono (2012:59) Pengertian variabel terikat yaitu :

“Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

a. Minat Beli

Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, variabel minat beli menjadi variabel terikat yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas yaitu variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2).

Operasional variabel secara lebih rinci adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Operasional Variabel

NO	Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item Kuisisioner
1	Harga (X_1)	Harga adalah nilai Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat –manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.	Keterjangkauan harga	Kemampuan konsumen dengan keterjangkauan harga yang diberikan daya beli penjual	Likert	1,2,3,4
			Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	Kesesuaian harga dengan kualitas yang diberikan penjual kepada konsumen	Likert	5,6,7,8
			Kesesuaian harga dengan kualitas produk	daya saing harga dengan kesesuaian kualitas produk.	Likert	9,10,11
			Kesesuaian harga dengan manfaat	Kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan oleh penjual	Likert	12,13

Tabel 3.2
Operasional Variabel (Lanjutan)

NO	Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item Kuisioner
	Kualitas Produk (X ₂)	Arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya	<i>Performance</i> (Kinerja)	Kualitas produk dari segi gizi produk dan citarasa	Likert	14,15,16
			<i>Features</i> (fitur atau ciri-ciri tambahan)	Karakteristik, keragaman pilihan, tipe produk, dan pelengkap produk		17,18
			<i>Conformance to specification</i> (kesesuaian dengan spesifikasi)	Kesesuaian dengan spesifikasi	Likert	20,21
			<i>Reliability</i> (reabilitas)	Konsistensi bentuk Konsistensi ukuran Konsistensi rasa	Likert	22
			<i>Esthetic</i> (Estetika)	Tampilan produk	Likert	23,24
			<i>Perceived quality</i> (kualitas yang dipersepsikan)	Citra reputasi tanggung jawab perusahaan	Likert	25,26
3	Minat Beli (Y)	Minat beli adalah sebuah keinginan untuk memiliki produk, minat beli akan muncul apabila seseorang konsumen sudah terpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk, informasi seputar produk.	Minat transaksional	Rasa suka dalam membeli produk	Likert	27
				Mempertimbangkan merek dalam melakukan keputusan pembelian	Likert	28
				Tertarik dalam membeli produk	Likert	29

Tabel 3.2
Operasional Variabel (Lanjutan)

NO	Variabel	Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item Kuisisioner
			Minat refrensial	Memiliki keinginan yang kuat dalam merekomendasikan produk	Likert	30
				Memiliki motivasi yang besar	Likert	31
				Memiliki pengorbanan membeli produk	Likert	32
			Minat preferensial	Memiliki minat yang tinggi	Likert	33
				Keinginan produk	Likert	34,35
				Kepuasan konsumen	Likert	36
			Minat eksploratif	Merasa ingin tahu dalam mencari informasi	Likert	37
				Memiliki minat yang besar	Likert	38
				Merasa puas dalam membeli suatu produk	Likert	39

Sumber : Diolah dari berbagai sumber untuk keperluan, 2019

3.4. Sumber dan Cara Penentuan Data/Informasi

3.4.1. Sumber Data

Menurut Zulfadrial (2012 : 46) pengertian sumber data adalah “Subjek dari mana data dapat diperoleh”. Menurut Sugiyono (2013:196) mengemukakan bahwa sumber data menggunakan dua sumber yaitu:

a. Data Primer

Pengertian data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Untuk mendapatkan hasil data primer penulis menggunakan beberapa Teknik pengumpulan seperti wawancara dan observasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya, melalui orang lain atau dokumen, berupa data yang telah terdokumentasi diperusahaan seperti sejarah singkat dan struktur organisasi perusahaan, dan laporan keuangan.

3.4.2. Cara Penentuan Data/Informasi

Untuk melakukan sebuah penelitian, maka peneliti membutuhkan data atau informasi untuk menentukan Teknik sampling yang akan digunakan,. Penelitian akan menggunakan metode pengambilan sampel dari populasi.

1. Populasi

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2016:80) definisi populasi adalah “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Table 3.3
Data Jumlah Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial
Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2015-2018

No	Program Studi	Jumlah Mahasiswa
1	Manajemen	1572
2	Akuntansi	668
3	Psikologi	604
4	Ilmu Hukum	533
Jumlah Populasi		3377

Sumber : Bagian akademis Universitas Buana Perjuangan Karawang tahun 2018

2. Sampel dan Teknik Sampel

Pengertian sampel menurut Sujarweni (2015:81) sampel adalah : “Sampel adalah sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena terbatasnya dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat digunakan sampel yang diambil dari populasi itu.” dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus penentuan pengambilan sampel:

Penggunaan sampel pada penelitian ini adalah 110 responden, Hair *et al* dalam buku Prawira (2010:46) menyatakan bahwa banyak yang menyarankan untuk menetapkan ukuran sampel atas dasar *predictor variabel* atau variabel independen. Didalam penelitian ini terdapat indikator yaitu berdasarkan:

Table 3.4
Jumlah indikator variable

Nama Variabel	Jumlah indikator
Harga	4
Kualitas produk	6
Minat beli	12
Jumlah	22

Sumber : Olahan peneliti, 2019

Sehingga jumlah indikatornya adalah 22 indikator, maka berdasarkan pendekatan dari Hair et al (2010) dalam Prawira (2010:46) maka perhitungannya adalah $5 \times 22 = 110$ responden. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Proporsional Random Sampling*, yaitu sampel yang dihitung berdasarkan perbandingan. Teknik ini digunakan apabila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional, dengan rumus:

$$N = \frac{\text{Populasi Kelas}}{\text{Jumlah Populasi Keseluruhan}} \times \text{Jumlah sampel yang ditentukan}$$

Maka sampel yang diperoleh adalah:

$$N = \frac{1572}{3377} \times 110 = 51$$

Dengan melihat contoh perhitungan diatas maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$1. \text{ Manajemen } \quad \frac{1572}{3377} \times 110 = 51$$

$$2. \text{ Akuntansi } \quad \frac{668}{3377} \times 110 = 22$$

$$3. \text{ Psikologi } \quad \frac{604}{3377} \times 110 = 20$$

$$4. \text{ Ilmu Hukum } \quad \frac{533}{3377} \times 110 = 17$$

$$\text{Jumlah Sampel} \quad : 51+22+20+17 = 110$$

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013:224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

1. Teknik kuesioner

Menurut Sugiyono (2013:199) kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atas pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabannya (Sugiyono, 2016:135).

Kuisisioner yang disebarkan kepada responden tercantum identitas responden beserta item pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti. Pertanyaan disusun dengan menggunakan pertanyaan tertutup dan diukur dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2017:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau perkelompok. Dalam pengisian kuisisioner, responden memberikan pendapat dengan memilih pilihan jawaban yang telah disediakan. Berikut skor bobot penilaian.

Table 3.5
Bobot penilaian

Pernyataan	Skor positif
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017:94)

Proses pengujian kuesioner dengan menggunakan pengujian validitas dan reabilitas:

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016:153) Uji validitas menyangkut instrument, apakah instrument mengukur apa yang hendak kita ukur. Jika instrument tidak valid maka kembali ke variabel kepuasan kerja apakah valid atau tidak hasil dari pengukuran tersebut. dinyatakan valid jika nilai perhitungan dari SPSS lebih dari 0,3. Pengujian validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0.3 ke atas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat (Sugiyono, 2017:126). Perhitungan validitas menggunakan software SPSS versi 23.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016: 147) Uji realibilitas atau uji kehandalan adalah uji konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan kuesioner. Contoh kuesioner yang telah disebar oleh peneliti kepada responden, akan tetapi responden tersebut dalam mengisi kuesionernya tidak konsisten atau asal-asalan, jawaban tersebut pasti tidak reliabel. Maka hal tersebut biasanya diuji dengan Cronbach Alpha (α). Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam interval waktu tertentu (Sugiyono, 2016:173). Instrumen yang memiliki reliabilitas dapat digunakan untuk mengukur secara berkali-kali sehingga menghasilkan data yang sama (konsisten). Menurut Sugiyono (2016:173), bahwa reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Penelitian ini menggunakan software SPSS versi 23 bertujuan untuk menentukan reliabilitas penelitian, dengan melihat nilai *Alpha Cronbach*. Instrumen yang dinyatakan *reliabel* ketika nilai *Alpha Cronbach* minimal 0.6 (Sugiyono, 2018:220).

2. Studi kepustakaan

Menurut Sugiyono (2012:291), studi pustaka berkaitan dengan teori-teori yang mendukung yang relevan dalam penelitian ini yang berasal dari jurnal.

3.6. Rancangan Analisis

3.6.1. Analisis Rentang Skala

Teknik rentang skala adalah data yang diperoleh semua data kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan, tetapi dengan rating-scale data mentah yang diperoleh berupa angka kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif (Sugiyono, 2018:92).

$$\text{Rentang Skala} = \frac{n(m-1)}{m}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternative jawaban (skor = 5)

Rentang terendah = skor terendah x jumlah sampel

Skala tertinggi = skor tertinggi x jumlah sampel

Hasil perhitungan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Skala tipe kriteria

Sampel yang digunakan yaitu sebanyak 106 responden. Instrument dengan skala likert pada skala terendah dengan skor 1 dan skala tertinggi dengan 5.

b. Perhitungan skala

Skala terendah = skor terendah x jumlah sampel
= 1 x 110 = 110

Skala tertinggi = skor tertinggi x jumlah sampel
= 5 x 110 = 550

Sehingga dapat diketahui penelitian ini rentang skalanya adalah

$$RS = \frac{N(m-1)}{M}$$

$$RS = \frac{110(5-1)}{5} = 88$$

Table 3.6
Rentang Skala

NO	Rentang Skala	Kriteria		
		Harga (X1)	Kualitas Produk(X2)	Minat Beli (Y)
1	110 – 198	Sangat tidak sesuai	Sangat tidak baik	Sangat rendah
2	198,01 – 286,01	Tidak sesuai	Tidak baik	Rendah
3	286,02 – 374,02	Cukup sesuai	Cukup sesuai	Cukup sesuai
4	374,03 – 462,03	Sesuai	Baik	Tinggi
5	462,04 – 550,04	Sangat sesuai	Sangat baik	Sangat tinggi

Sumber: Sugiyono (2017:94)

3.6.2. Transformasi Data

Teknik transformasi yang paling sederhana adalah menggunakan metode MSI (Method of Succesive Interval). Proses transformasi data ordinal menjadi interval yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan bantuan *software* MS.Excel versi 2016 dan hasil transformasi data telah terlampir.

3.6.3. Uji Normalitas

Tujuan dari Uji Normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng (bell shaped). Data yang baik adalah data yang tidak menceng kekiri atau menceng kekanan. Uji normalitas pada multivariat sebenarnya sangat kompleks, karena harus dilakukan pada seluruh variabel, dengan logika secara Bersama-sama (Santoso, 2018: 49). Berikut kriteria pengujian Uji Normalitas yang menggunakan *software* SPSS versi 23 :

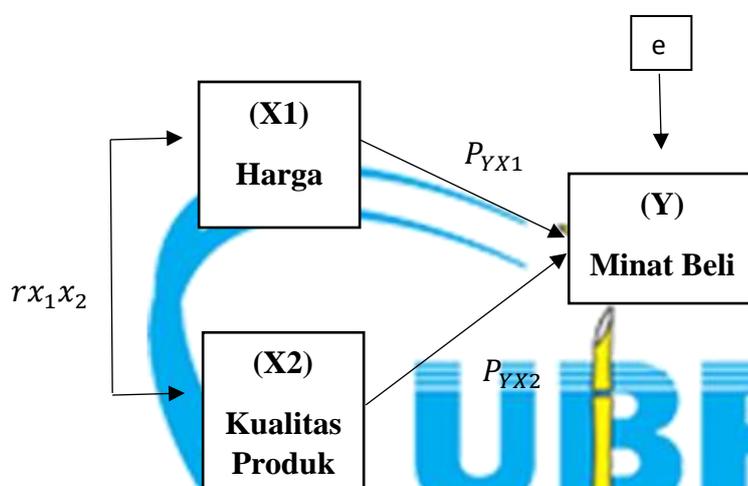
- Angka signifikan (SIG) $>0,05$ maka data berdistribusi normal.
- Angka signifikan (SIG) $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

3.6.4. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Menurut Riduwan dan Kuncoro (2017 : 2) model Path Analysis digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Ghozali (2013:249)

memaparkan bahwa analisis jalur adalah perluasan dari analisis linear berganda, atau disebut dengan analisis jalur dengan penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model kausal) model ini telah ditetapkan dengan berdasarkan teori.

Menurut Santoso (2018:30) mentransformasi data yang bersifat ordinal menjadi interval berguna untuk memenuhi sebagian syarat dari analisis parametrik. Penggunaan analisis jalur digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara langsung variabel sebab (*exogeneous variabel*) yaitu Harga (X1) dan Kualitas produk (X2) terhadap variabel akibat (*endogenous variable*) yaitu Minat beli.



Gambar 3.2
Diagram Jalur x_1 dan x_2 terhadap Y
Sumber : Olahan Peneliti, 2019

Keterangan:

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas produk

Y = Minat beli

$r_{x_1x_2}$ = Kofesien korelasi harga dan kualitas produk

$p_{yx_1} X_1$ = Koefisien jalur harga terhadap minat beli

$p_{yx_2} X_2$ = Koefisien jalur kualitas produk terhadap minat beli

3.6.5. Uji Hipotesis

Menurut Sugiarto (2017:118) hipotesis penelitian merupakan pernyataan singkat yang disimpulkan dari kerangka teori. Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara dalam penelitian (Sugiyono, 2018:134). Tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis yang digunakan adalah sebesar 5% (Sugiyono,

2018:257). Ketentuan pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas atau tingkat signifikansi lebih dari 0,5 ($0.05 < \text{Sig}$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- b. Jika nilai probabilitas atau tingkat signifikansi kurang dari atau sama dengan 0,5 ($0.05 > \text{Sig}$) maka H_0 ditolak, dan H_a diterima

Variabel :

X1 : Harga

X2 : Kualitas Produk

Y : Minat Beli

1. Pengajuan hipotesis uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa signifikansi pengaruh antara variabel x (independen) terhadap variabel y (dependen). Adapun pengujian hipotesis pada uji t sebagai berikut

a. Hipotesis 1

1. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* ($0.05 \leq \text{Sig}$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap variabel Minat Beli (Y)
2. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* ($0.05 \geq \text{Sig}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap variabel Minat Beli (Y)

b. Hipotesis 2

1. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* ($0.05 \leq \text{Sig}$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap variabel Minat Beli (Y).
2. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* ($0.05 \geq \text{Sig}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap variabel Minat Beli (Y).

c. Hipotesis 3

1. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* ($0.05 \leq \text{Sig}$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap variabel Minat Beli (Y)
2. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* ($0.05 \geq \text{Sig}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap variabel Minat Beli (Y)

d. Hipotesis 4

1. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* ($0.05 \leq \text{Sig}$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap variabel Minat Beli (Y).
2. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* ($0.05 \geq \text{Sig}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap variabel Minat Beli (Y).

2. Pengujian hipotesis uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* ($0.05 \leq \text{Sig}$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh simultan variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap variabel Minat Beli (Y).
2. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* ($0.05 \geq \text{Sig}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh simultan Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) terhadap variabel Minat Beli (Y).
3. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* ($0.05 \geq \text{Sig}$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima,

artinya ada pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap variabel Minat Beli (Y).

3. Pengujian hipotesis uji F

Uji f dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* ($0.05 \leq Sig$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh simultan variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap variabel Minat Beli (Y).
2. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* ($0.05 \geq Sig$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh simultan Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap variabel Minat Beli (Y).

