

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei melalui wawancara dibantu dengan kuisioner untuk mendapatkan data dan informasi yang diperoleh, dapat dianalisis menggunakan metode analisis deskriptif dan analisis regresi berganda untuk mengetahui bagaimana pengaruh cita rasa, harga dan promosi dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian.

3.2 Objek dan Lokasi Penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk di toko oleh-oleh khas Betawi Mpok Nini. Toko oleh-oleh Mpok Nini merupakan salah satu usaha UMKM yang berkembang di Kota Bekasi. Toko oleh-oleh Mpok Nini yang beralamat di jalan Belanak 2 ujung RT 02/01 Perumnas 2 Kayuringin Bekasi Selatan Kota Bekasi Jawa Barat. Pemilihan tempat ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan pertimbangan bahwa usaha tersebut sudah berjalan lama kurang lebih 10 tahun.

3.3 Populasi dan Sampel (Sensus)

Populasi dan sampel dalam suatu penelitian perlu ditetapkan dengan tujuan agar penelitian yang dilakukan benar-benar mendapatkan data sesuai dengan yang diharapkan. Adapun pembahasan mengenai populasi dan sampel sebagai berikut:

a) Populasi

Menurut Budiarto (2019) Populasi merupakan unsur atau elemen yang menjadi objek penelitian atau unit analisis yang menjadi objek penelitian yaitu berupa penduduk, karyawan, konsumen, kota, negara dan perusahaan. Untuk menentukan populasi peneliti dapat mempertimbangkan isi, wujud, luasan dan waktu. Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti sehingga sampel harus dapat mewakili dan memberikan gambaran yang jelas tentang populasi.

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang sudah melakukan pembelian produk minimal satu kali. Ukuran populasi sangat besar atau tidak terhingga, sehingga perlu ditetapkan sampel. Kriteria konsumen yang dijadikan

sampel adalah: 1) pria atau wanita yang berusia 20 tahun ke atas, 2) sudah bekerja, dan 3) sudah membeli produk di toko oleh-oleh khas Betawi Mpok Nini.

b) Sampel (Sensus)

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, misal seperti keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono, 2013).

Menurut Arikunto (2012) jika jumlah populasi kurang dari 100 orang, maka jumlah sampel yang diambil harus secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang maka, bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya.

Berdasarkan hasil penelitian karena jumlah populasi tidak lebih besar dari 100 orang maka peneliti mengambil 100% dari jumlah populasi yang ada pada Mpok Nini yaitu sebanyak 90 orang responden, dengan demikian penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik unit observasi disebut dengan teknik sensus. Dan peneliti mengambil sampel dari konsumen yang membeli produk oleh-oleh Mpok Nini baik secara langsung datang ke toko maupun secara tidak langsung melalui media sosial hal itu dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 1. Sampel Pembeli Mpok Nini Online dan Offline

Pembeli	Jumlah (Orang)	Persen (%)
Online	73	81,1
Offline	17	18,9
Total	90	100

Sumber : Hasil Analisis (2022).

Pada Tabel 6 menunjukkan bahwa konsumen yang melakukan pembelian produk oleh-oleh Mpok Nini lebih dominan pembeli melalui media sosial hal itu karena selain dimudahkan dengan teknologi, konsumen pun diberikan penawaran-penawaran menarik seperti diberikan diskon pembelian dan penawaran gratis ongkos kirim ketempat konsumen, sehingga konsumen rata-rata lebih memilih melakukan pembelian secara online dibandingkan pembelian secara offline atau datang langsung ke Toko oleh-oleh Mpok Nini. Sedangkan konsumen yang melakukan pembelian langsung biasanya konsumen yang membeli dalam partai

besar atau membeli lebih dari 10 paket pembelian baik paket A maupun paket B karena untuk mendapatkan kesepakatan harga dan penawaran menarik seperti bonus pembelian serta ongkos pengiriman, sehingga konsumen yang membeli dalam partai besar lebih memilih untuk datang langsung ke toko oleh-oleh khas Betawi Mpok Nini.

3.4 Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian bersumber dari dua data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari hasil pengamatan dan wawancara kepada pemilik usaha, pelaku usaha dan karyawan. Data sekunder dari dokumen, buku, jurnal, riset penelitian artikel, data BPS dan kementerian perindustrian, kementerian koperasi dan UMKM adapun pengumpulan data penunjang dalam penelitian ini bisa dilihat pada Tabel 7.

Tabel 2. Data dan Jenis Data

Jenis Data	Sumber Data	Urgensi Data	Teknik Pengambilan Data
Sekunder	Dokumen Toko Mpok Nini, Standar Operasional Produksi.	Untuk menyusun profil usaha, mengetahui strategi yang dikembangkan perusahaan.	Telaah
	Buku, Laporan Riset (Jurnal dan Penelitian Terdahulu), Artikel, Data BPS, Dinas Koperasi dan UMKM.	Melengkapi hasil kajian.	Telaah
Primer	Pemilik usaha dan Karyawan yang terlibat dalam proses produksi.	Untuk mengetahui proses produksi, kinerja pengalaman SDM.	Wawancara, Pengamatan Langsung
	Responden (Konsumen yang Membeli Paket secara Offline dan Online)	Untuk menghitung dan mengetahui hasil variabel independen (cita rasa, harga, dan promosi) dan variabel dependen (keputusan pembelian).	Wawancara, Pengamatan Langsung dan Pengisian Kuisioner

3.5 Penyajian Instrumen

3.5.1 Uji Validitas

Menurut Siyoto dan Sodik (2015). Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan poin-poin atau butir-butir dalam sebuah daftar pertanyaan atau pernyataan untuk mengidentifikasi suatu variabel. Daftar pertanyaan umumnya mendukung suatu golongan atau kelompok tertentu. Uji validitas

sebaiknya dilakukan pada setiap poin atau butir saat pengujian uji validitasnya, saat pengujian teknik yang tepat untuk pengujian valid tidaknya butir-butir soal dari daftar pertanyaan atau pernyataan yakni menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

- r_{xy} = Koefisien korelasi item-total (*bivariate person*)
- N = Jumlah responden
- x = Jumlah skor item
- y = Jumlah skor total

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{Tabel}	Keterangan
Cita Rasa (X1)	Produk yang ditawarkan memiliki rasa yang konsisten	0,608	0,374	Valid
	Produk yang ditawarkan memiliki rasa yang khas.	0,570	0,374	Valid
	Produk yang ditawarkan memiliki aroma yang khas.	0,812	0,374	Valid
	Produk yang ditawarkan memiliki warna yang menarik.	0,564	0,374	Valid
	Tekstur produk yang tidak keras saat dimakan.	0,482	0,374	Valid
Harga (X4)	Harga yang ditawarkan relatif terjangkau.	0,558	0,374	Valid
	Harga produk yang ditawarkan Mpok Nini sesuai yang disampaikan.	0,780	0,374	Valid
	Harga Produk yang ditawarkan oleh Mpok Nini sebanding dengan manfaat yang diperoleh.	0,543	0,374	Valid
	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.	0,696	0,374	Valid
	Harga produk Mpok Nini lebih murah daripada harga produk sejenis lain.	0,708	0,374	Valid
Promosi (X3)	Mengetahui produk Mpok Nini dari media sosial.	0,712	0,374	Valid
	Mengetahui Mpok Nini Info dari teman.	0,443	0,374	Valid
	Mpok Nini sering melakukan diskon.	0,735	0,374	Valid
	Mpok Nini rutin melakukan promosi setiap pekan.	0,754	0,374	Valid
	Merasa diuntungkan dari promosi yang ditawarkan dalam pembelian secara langsung.	0,647	0,374	Valid
Keputusan pembelian (Y)	Memutuskan pembelian di Mpok Nini karena produk yang diberikan berkualitas.	0,731	0,374	Valid
	Memutuskan membeli di Mpok Nini karena sesuai dengan keinginan saya.	0,808	0,374	Valid
	Mencari informasi Mpok Nini dari media sosial.	0,688	0,374	Valid
	Mpok Nini selalu memberikan kepuasan untuk pelanggannya.	0,731	0,374	Valid
	Merasa puas setelah melakukan pembelian di Mpok Nini.	0,758	0,374	Valid

Sumber : Hasil Analisis (2022).

Hasil r_{hitung} dibandingkan dengan r_{Tabel} dimana $df = n-2$, dalam pengambilan uji validitas n adalah jumlah sampel yang diambil yaitu 30 responden maka $df = 30 \text{ responden} - 2 = 28$ Responden dengan $\alpha (\alpha) = 5\%$ atau 0,05 di peroleh karena nilai r_{Tabel} 0,374. Jika $r_{hitung} > r_{Tabel}$ maka dapat dikatakan Valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{Tabel}$ maka dapat dikatakan bahwa data tidak valid.

Pada Tabel 8 menunjukkan bahwa hasil dari uji validitas yang telah di peroleh bahwa hasil uji validitas mempunyai koefisien nilai yang valid yakni r_{hitung} 0,443 - 0,812 diatas dari r_{Tabel} jadi dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan yang disampaikan kepada responden valid. Secara jelas bisa dilihat pada Lampiran 3.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas Instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *test-retest (stability)*, *equivalent* dan gabungan keduanya. Secara internal *consistency* dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir pertanyaan atau jawaban yang ada. (Sugiyono & Agus, 2015).

Pengujian Relibilitas dimulai dengan uji validitas terlebih dahulu. Jika pertanyaan tidak valid, maka pertanyaan tersebut dibuang. Pertanyaan-pertanyaan yang sudah valid kemudian baru secara bersama-sama diukur reliabilitasnya. Untuk mengetahui reliabilitas yang ingin dilakukan dengan rumus berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma\sigma^2}{\sigma^2} \right]$$

Dimana:

- r_{11} = Kofisien reliabilitas instrumen
- k = Jumlah butir pertanyaan
- $\Sigma\sigma^2$ = Jumlah varian butir
- σ^2 = Varian total

Untuk mengetahui suatu intrumen dinyatakan reliabel dengan cara uji *Cronbach Alpha* dan keputusan Uji sebagai berikut:

- a) Bila *Cronbach Alpha* > 0,6 artinya variabel reliabel.
- b) Bila *Cronbach Alpha* < 0,6 artinya variabel tidak reliabel.

Berdasarkan uji realibilitas diperoleh hasil seperti pada Tabel 9 dan Lampiran 4.

Tabel 4. Hasil Uji Realibilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>
0,933

Sumber : Hasil Analisis (2022).

Berdasarkan pada Tabel 8 menunjukkan bahwa diperoleh nilai kofisien *Cronbach'Alpha* sebesar 0,933 dari 20 item variabel yang menunjukkan bahwa

nilai tersebut lebih besar dari nilai yang sudah ditentukan berdasarkan kriteria suatu instrumen yaitu 0,60 dan berarti instrumen tersebut sudah reliabel.

3.6 Analisis Data

Analisis data merupakan proses paling vital dalam sebuah penelitian. Hal ini berdasarkan argumentasi bahwa dalam analisa inilah data yang di peroleh peneliti bisa diterjemahkan menjadi hasil yang sesuai dengan kaidah atau kajian ilmiah. Maka dari itu, perlu kerja keras, daya kreativitas dan kemampuan intelektual yang tinggi agar mendapatkan hasil yang memuaskan.

Analisis data disebut juga pengolahan data dan penafsiran data. Analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademisi dan ilmiah. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhiungan untuk menguji setiap hipotesis yang diteliti (Siyoto & Sodik, 2015).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif lebih luas dan lebih terperinci dari pada penelitian Eksploratif. Dikatakan lebih luas karena meneliti tidak hanya masalahnya sendiri, tetapi juga variabel-variabel lain yang berhubungan dengan masalah itu. Lebih terperinci karena variabel-variabel lain yang berhubungan dengan masalah itu. Lebih terperinci karena variabel-variabel tersebut diuraikan atas faktor-faktornya. Bertujuan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik, analisis tersebut dilakukan dengan menarik sampel (Gulo, 2002).

Analisis deskriptif adalah analisis yang dilakukan tentang fenomena yang terjadi pada masa yang terjadi sekarang. Prosesnya berupa pengumpulan atau penyusunan data, serta penafsiran data tersebut secara deskriptif. Analisis deskriptif bisa berupa gambaran reflektif atau komperatif dengan membandingkan persamaan dan perbedaan kasus atau fenomena tertentu (Samsu, 2017). Seperti yang sudah dijelaskan analisis deskriptif digunakan untuk mengolah data dari hasil kuesioner sebagai penjelasan atau menggambarkan karakteristik responden dalam keputusan membeli di toko oleh-oleh khas Betawi Mpok Nini.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Menurut Sugiyono & Agus (2015) uji asumsi klasik adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang menggunakan model-model analisis *Statistik Inferensia* untuk menguji hipotesis yang diajukan, pada umumnya didasarkan pada asumsi-asumsi tertentu. Dalam uji asumsi ada pula yang menganggap sebagai uji prasyarat, dimana uji prasyarat merupakan suatu bentuk uji pendahuluan atau syarat yang terlebih dahulu dipenuhi sebelum menggunakan suatu analisis untuk menguji hipotesa yang diajukan.

Uji asumsi klasik biasanya digunakan untuk menguji apakah model regresi benar-benar menunjukkan signifikan dan representatif. Ada beberapa hal dalam pengujian asumsi klasik yaitu:

1. Uji Normalitas

Menurut Janie (2012) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau *Residual* mempunyai distribusi normal. Uji t dan Uji F mengasumsikan nilai *Residual* mengikuti distribusi normal. Jadi jika terjadi pelanggaran asumsi maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah kecil.

Uji normalitas untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Menurut Sugiyono & Agus (2015) untuk menganalisis Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai analisis normalitas salah satunya *Kolmogorov-Smirnov*.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk melihat linieritas hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas yakni (Y), (X_1), (X_2), dan (X_3). Kaidah yang digunakan adalah jika nilai p (*Deviation from Linearity*) lebih besar 0,05 maka sebarannya dinyatakan linier, dan sebaliknya jika p (*Deviation from Linearity*) lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka dinyatakan tidak linier. Uji linieritas dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antara variabel antara variabel bebas dengan hubungan terikat bersifat linier atau tidak (Sugiyono & Agus, 2015).

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Jika antar variabel independen terjadi multikolinearitas sempurna, maka koefisien regresi variabel independen tidak dapat ditentukan dan nilai *Standard Error* menjadi tak terhingga. Jadi jika multikolinearitas antar variabel independen tinggi, maka koefisien regresi variabel independen dapat ditentukan, tetapi memiliki nilai menjadi tak terhingga. Jadi jika multikolinearitas antar variabel independen tinggi, maka koefisien regresi variabel independen dapat ditentukan, tetapi memiliki nilai *Standart error* tinggi berarti nilai koefisien regresi tidak dapat diestimasi dengan tepat (Widarjono, 2017).

Untuk mengetahui hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat dari beberapa cara, yaitu:

1. dengan melihat nilai *tolerance*:
 - a. Jika nilai *tolerance* < 1 , maka tidak terjadi multikolinearitas.
 - b. Jika nilai *tolerance* > 1 , maka terjadi multikolinearitas.
2. dengan melihat nilai *Variance Invlation Factor* (VIF)
 - a. Jika nilai VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas.
 - b. Jika nilai VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas.

4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Perdana (2016) uji heteroskedastisitas merupakan alat uji model regresi untuk mengetahui ketidaksamaan *Variance* dari *Residual* satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika *Variance* dari *Residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas.

Salah satu uji asumsi klasik yang penting dalam analisis model regresi linier adalah faktor pengganggu u_1 atau *error term* atau *disturbance term*. Uji ini digunakan untuk mengetahui variabel pengganggu dalam persamaan regresi mempunyai varians yang sama atau tidak. Jika mempunyai varians yang sama, berarti tidak terdapat heteroskedastisitas, sedangkan jika mempunyai varians yang sama maka terdapat heteroskedastisitas (Sugiyono & Agus, 2015).

3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier adalah statistik yang dipergunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu atau beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Regresi linear hanya dapat digunakan pada skala interval atau rasio. Secara umum regresi linear sederhana yaitu dengan satu variabel bebas dan satu variabel terikat; dan regresi linier berganda dengan beberapa variabel bebas dan satu variabel terikat. Menurut Perdana (2016) analisis regresi linier merupakan metode statistik yang paling banyak dipergunakan dalam penelitian sosial, terutama penelitian ekonomi perlu diperhatikan dalam menguji analisis regresi diperlukan asumsi-asumsi dasar parametrik (berdistribusi normal, sampel ≥ 30).

Analisis regresi linear berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan dimasa akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel bebas (*dependent*). Perbedaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas (*independent*) yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel tak bebas (*dependent*) (Siregar, 2017). Persamaan regresi linear berganda dirumuskan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

\hat{Y} = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisiensi Regresi

X_1 = Cita Rasa

X_2 = Harga

X_3 = Promosi

1. Koefisien Korelasi

Menurut Siregar (2017). Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih atau juga menentukan arah dari kedua variabel. Sedangkan Menurut Firdaus (2014) Koefisiensi korelasi juga biasanya berguna untuk mengukur kekuatan hubungan

linier antara dua variabel yakni antara variabel bebas dan variabel terikat. Jika hubungan dua variabel tidak linier, maka koefisien korelasi tersebut tidak mencerminkan kekuatan hubungan dua variabel yang tidak diteliti. Meski kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang kuat.

2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah memperhatikan permasalahan dalam mengestimasi koefisien, regresi, *standard error*, dan beberapa dari sifat-sifat yang mereka miliki. Koefisien determinasi membahas juga mengenai *good of fit* garis regresi yang sesuai dari sebuah data, yaitu kita akan mengetahui seberapa “baik” sebuah garis regresi sampel sesuai dengan datanya (Gujarati & Dawn, 2010).

Pengujian ini juga untuk melihat apakah model regresi yang tereliminasi cukup baik atau tidak. Jika nilai R_2 mendekati angka satu maka model tersebut dikatakan baik. Sebaliknya jika nilai dari R_2 mendekati angka 0, maka model tersebut kurang baik, karena semakin dekat dengan 0 maka model tersebut kurang bisa menjelaskan hubungan antar variabel bebas dengan variabel tidak bebas. Nilai R_2 itu sendiri antara nol sampai dengan 1. Semakin mendekati angka 1, maka variabel bebas makin dapat menjelaskan perubahan dari variabel tidak bebas (Sugiyono dan Agus, 2015). Untuk mendapatkan nilai R_2 digunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} r_2 &= 1 - \frac{\sum \mu^2 i}{\sum (Y_i - \bar{Y})^2} \\ &= 1 - \frac{RSS}{TSS} \end{aligned}$$

3. Uji F

Uji F adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan t_{Tabel} . (Kebijakan & Inovasi, 2018).

1. Membuat keputusan dengan uraian kalimat

- a. Jika nilai $F_{hitung} > F_{Tabel}$ maka hipotesis ditolak, artinya secara bersama-sama variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.

- b. Jika nilai $F_{hitung} > F_{Tabel}$ maka hipotesis diterima, artinya secara bersama-sama variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) dengan taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) maka:
 - a. Jika nilai Sig. $< 0,05$ maka hipotesis diterima, berarti masing-masing variabel (X_1 , X_2 dan X_3) secara simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).
 - b. Jika Sig. $> 0,05$ maka hipotesis diterima berarti masing-masing variabel (X_1 , X_2 dan X_3) secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

4. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independen (Cita Rasa X_1 , Harga X_2 , Promosi X_3) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian Y), apakah koefisien korelasi dapat digeneralisasikan (berlaku ke semua populasi yang diambil). Uji t dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Hasil dari t_{hitung} kemudian dibandingkan dengan nilai t_{tabel} dengan tingkat alpha 0,05. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

- a. Jika nilai signifikan $\geq 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel independen (Cita Rasa X_1 , Harga X_2 , Promosi X_3) tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap dependen (Keputusan Pembelian Y).
- b. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel independen (Cita Rasa X_1 , Harga X_2 , Promosi X_3) tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian Y).

