



## BAB III

### METODO PENELITIAN

Bab III metodeologi penelitian memfokuskan pada bagaimana seluruh rancangan penelitian dilaksanakan. Secara garis besar bab ini terdiri dari objek penelitian, desain penelitian, operasional variabel dan indikator penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.

Objek penelitian dilakukan pada yang Yogya Mangga Dua Mall berada di Jakarta. Variabel – variabel penelitian terdiri dari kualitas layanan, harga dan keputusan pembelian. Kemudian metode pengumpulan data adalah dengan cara survey. Kemudian untuk analisis data terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik.

#### A. Objek penelitian

Dalam penelitian ini, yang menjadi obyek penelitian adalah keputusan pembelian konsumen Yogya Mangga Dua Mall, dan yang menjadi subyek penelitian adalah konsumen yang pernah berbelanja di Yogya Mangga Dua Mall. Untuk keperluan penelitian, Penelitian ini dilakukan oleh penulis pada rentang waktu Maret-Agustus 2017

#### B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2014: 126-129), setiap awal dari suatu riset penelitian, setiap peneliti akan dihadapkan kepada desain spesifik seperti apa yang akan digunakan. Ada banyak pendekatan desain yang berbeda-beda, namun tidak ada

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKGG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKGG.



definisi tunggal yang menjelaskan keseluruhan variasi yang dipertimbangkan.

Pendekatan dalam penelitian ini apabila ditinjau dari perspektif yang berbeda yaitu:

### 1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Penelitian ini termasuk penelitian formal karena penelitian ini diawali dengan adanya batasan masalah dan hipotesis penelitian dimana tujuan akhirnya adalah menguji hipotesis dan menjawab batasan masalah.

### 2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan dengan cara survey, yaitu menyebarkan kuisioner dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui kuisioner tersebut.

### 3. Pengendalian Variabel-Variabel oleh penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto*, karena penelitian ini dilakukan setelah kejadian sesudah fakta atau peristiwa yang telah terjadi sehingga penulis tidak dapat mengontrol variabel bebasnya dan sifatnya tidak dapat dimanipulasi.

### 4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini tergolong kedalam penelitian deskriptif dan kausal. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan penilaian konsumen yang terkait untuk mencari tahu apa, siapa, dimana, kapan dan berapa banyak. Sedangkan penelitian kausal tujuannya untuk mengamati dan menjelaskan hubungan antar variabel yang terdapat pada penelitian ini. Sehingga dapat dikatakan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah terdapat pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di Superindo Jakarta Utara.

### 5. Dimensi Waktu

Penelitian ini merupakan studi cross-section dimana penelitian hanya dilakukan sekali dan mewakili satu periode tertentu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## 6. Ruang Lingkup Topik

Penelitian ini menggunakan studi desain statistic dengan tujuan untuk memperluas studi bukan untuk memperdalamnya. Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistic.

## 7. Lingkungan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan actual, karena data-data yang didapatkan langsung dari lapangan dengan penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah membeli atau pernah mengkonsumsi produk tersebut, khusus nya di wilayah Jakarta Utara.

## 8. Persepsi Subjek

Hasil kesimpulan dari penelitian ini bergantung kepada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian. Dimana persepsi subjek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian secara tidak terlihat. Oleh karena itu, penulis berusaha memberikan pemahaman kepada subjek penelitian untuk menghindari persepsi negative terhadap penelitian yang sedang penulis lakukan.

## C. Operasionalisasi Variabel Penelitian

### Variabel independent :

Variabel independen adalah variabel yang bisa mempengaruhi, terdapat dua variabel independen yakni variabel harga sebagai variabel (X1), kemudian variabel kualitas layanan sebagai variabel (X2).

### Variabel Harga

Harga adalah salah satu langkah strategi pemasaran yang sering dilakukan oleh yoga mall manga dua untuk dapat mempengaruhi minat pembelian produk oleh konsumen dalam bentuk memberikan potongan harga khusus.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**Tabel 3.1**

**Dimensi dan butir pertanyaan Variabel harga**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Harga (Runtunuwu, Oroh, dan Tareh) (2014)	Keterjangkauan harga	Harga produk di Yogya yang terjangkau	Likert
	Potong harga khusus	Potongan harga yang diberikan Yogya cukup besar	Likert
	Daya saing harga	Harga dari Yogya bersaing dengan retail lain	Likert
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Kesesuaian harga yang di tawarkan oleh produsen	Likert
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga Yogya sesuai dengan manfaat yang saya rasakan	Likert

**Variabel Kualitas layanan**

Kualitas layanan merupakan aktivitas yang sangat penting guna memenuhi harapan konsumen. Kualitas layanan ini diharapkan dapat meningkatkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap jasa perusahaan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.2

Dimensi dan butir pertanyaan Variabel Kualitas layanan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Layanan ritel (Tjiptono & Chandra 2016)	<i>Physical aspect</i>	Layout yang memudahkan pelanggan untuk mencari produk yang dibutuhkan di dalam toko.	Likert
		Karyawan yang berpenampilan rapi	Likert
		Susunan produk yang rapi sesuai kategori-kategorinya	Likert
	Pemecahan masalah	Karyawan mengetahui informasi dan letak produk dengan baik	Likert
		Penanganan penukaran barang yang telah dibeli oleh pelanggan	Likert
		Karyawan memiliki kemampuan menangani komplain pelanggan secara langsung dan sesegera mungkin	Likert
	<i>Realibility</i>	Pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan keinginan pelanggan	Likert
	Interaksi Perosonal	Karyawan secara konsisten bersikap sopan ketika berinteraksi dengan pelanggan	Likert
	<i>Policy (kebijakan)</i>	Supermarket menerima pembayaran dengan kartu debit/kredit	Likert
		Supermarket memiliki jam operasi yang sesuai dengan kebutuhan para pelanggannya	Likert

Variabel Dependent

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel lain dan sering juga disebut variabel respons, atau endogen (Syofian Siregar, 2015:11). Pada penelitian ini variabel dependennya adalah keputusan pembelian (Y). Dimensi dan indikator keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel di bawah ini

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.3

Dimensi dan butir pertanyaan Variabel Keputusan pembelian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan pembelian (Danang Sunyoto 2015)	Pengenalan masalah	Saya akan berbelanja di supermarket untuk memenuhi kebutuhan	Likert
	Pencarian informasi	Saya mencari informasi dari sumber-sumber yang berkaitan sebelum memutuskan berbelanja di Supermarket	Likert
	Evaluasi alternatif	Saya melakukan perbandingan dengan supermarket lain sebelum berbelanja	Likert
	Keputusan pembelian	Saya memutuskan untuk berbelanja di Supermarket	Likert
	Perilaku pasca Pembelian	Saya akan tetap berbelanja di supermarket jika ada kebutuhan	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

D. Teknik Pengumpulan data

Terdapat 2 (dua) teknik dalam pengumpulan data yaitu teknik observasi dan teknik komunikasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi dan kuesioner. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden pelanggan yoga mall mangga dua. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui referensi buku-buku, jurna dan website yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## E. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, data yang diperoleh dari sumber data yang akan diteliti diambil dengan cara non-probability atau yang disebut dengan penarikan sampel secara tidak acak. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan penulis adalah *judgement sampling*. Kriteria yang digunakan adalah yang pernah berbelanja di Yogya mangga dua mall. Dalam pengambilan sampel ini, penulis menggunakan perhitungan dari Hair et al ( dikutip dalam Taurisa, Chaterina Melina 2012) yang menyatakan bahwa ukuran sampel dapat ditentukan dengan cara jumlah pertanyaan dalam kuesioner dikali lima (5) sampai sepuluh (10). Jadi dalam penelitian ini jumlah sampel adalah  $20 \times 6.5 = 130$ , maka responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Dimana sampel / responden yang diambil memiliki syarat, yaitu:

1. Berumur 16 tahun keatas
2. Wajib belajar 9 tahun sudah dipenuhi
3. Berbelanja di Yogya mangga dua mall paling tidak dua kali dalam 6 bulan terakhir

## F. Teknik Analisis

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, data harus diolah agar dapat berguna bagi penelitian. Dalam pengolahan data, penulis menggunakan alat bantu berupa *software* SPSS 20 Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini antara lain adalah :

### 1. Uji Validitas dan Reabilititas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner



mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengukuran validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan correct item-Total correlation Dasar pengambilan keputusan yang digunakan untuk menguji validitas butir angket adalah (Ghozali, 2013 : 52). :

- 1) Jika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka variabel tersebut valid.
- 2) Jika  $r$  hitung tidak positif serta  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka variabel tersebut tidak valid.

Dalam Penelitian ini akan digunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Rumusnya dapat diformulasikan sebagai berikut:

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

Dimana:  $r$  = korelasi product moment

$n$  = jumlah anggota sampel

$X$  = skor dari tiap butir pertanyaan dari kuesioner

$Y$  = jumlah skor dari tiap butir pertanyaan

#### b. Uji Realibilitas

Menurut Syofian Siregar (2015:55), Uji Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas untuk alternatif jawaban yang lebih dari dua akan digunakan uji *Cronbach's Alpha*. Rumus ditulis seperti berikut :

### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





$$\alpha = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

Keterangan :

- k** : Jumlah Instrumen pertanyaan  
 $\sum S_i^2$  : Jumlah varians dari tiap instrumen  
 $S_x^2$  : Varians dari keseluruhan instrumen

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**2 Analisis Deskriptif**

Menurut Imam Ghozali (2013: 19) statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, skewness (kemencengan distribusi). Perhitungan deskriptif statistik dapat dilakukan melalui :

- a. Rata-rata hitung (*mean*)

Rata-rata hitung adalah penjumlahan nilai-nilai pengamatan dalam suatu distribusi yang dibagi oleh jumlah pengamatan. Rumus rata-rata hitung populasi adalah:

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

Keterangan:

- $\bar{X}$  = Rata-rata hitung  
 $X_i$  = Data  
 $n$  = Jumlah data

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### b. Analisis persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui jumlah jawaban terbanyak dalam bentuk persentase terutama dalam mendeskripsikan data responden yaitu jenis kelamin, usia, frekuensi mengkonsumsi dan pekerjaan.

Rumus yang digunakan adalah:

$$P_j = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

Keterangan :

$P_j$  : Persentase dari responden yang dimiliki

$f_i$  : Jumlah responden yang memiliki kategori tertentu

$\sum f_i$  : Jumlah responden

### c. Rata-rata tertimbang

Rumus yang digunakan adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i \cdot X_i}{\sum f_i}$$

Keterangan :

$F_i$  : Frekuensi

$X_i$  : Bobot nilai

$\sum f_i$  : Jumlah responden

## 3. Skala Likert

Pengukuran pelaksanaan unsur-unsur yang mempengaruhi kualitas layanan dilakukan dengan menggunakan skala likert yang merupakan serangkaian pernyataan mengenai pendapat responden mengenai pelayanan Yogya mangga dua mall.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk pengolahan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



data dalam penelitian ini, kuesioner didesain dengan menggunakan rentang sklasa

pada pertanyaan di dalam kuesioner. Setiap kategori jawaban diberikan nilai rentang skala 1 sampai 5 dengan kategori berikut (Ghozali, 2013:47) :

Sangat tidak setuju	= 1
Tidak setuju	= 2
Ragu ragu / Netral	= 3
Puas	= 4
Sangat Puas	= 5

Untuk menghitung skala penilaian, menggunakan rumus :

$$\frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{banyaknya kelas}}$$

Skor penelitian tertinggi untuk setiap pernyataan adalah 5. Skor terendah adalah 1, sehingga rentang skala yang diperoleh :

$$\text{rentang skala} = \frac{5 - 1}{1} = 0,8$$

Sehingga posisi jawaban menjadi sebagai berikut :



1,00 – 1,80 = sangat tidak setuju

1,81 – 2,60 = tidak setuju

2,61 – 3,40 = Ragu ragu

3,41 – 4,20 = Setuju

4,21 – 5,00 = sangat setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



#### 4. Analisis Regresi Berganda

Menurut Ghozali (2013:96) analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Variabel dependen diasumsikan random/ stokastik, yang berarti mempunyai distribusi probabilistik. Variabel independen diasumsikan memiliki nilai tetap (dalam pengambilan sampel yang berulang). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

$\alpha$	= konstanta
$\beta$	= koefisien regresi
Y	= variabel keputusan pembelian
$X_1$	= variabel harga
$X_2$	= variabel Kualitas layanan
e	= term of error

##### a. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model (Kualitas Layanan dan Harga) dalam menerangkan variasi variabel dependen/ tidak bebas (keputusan pembelian). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



variabel-variabel dependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

#### b. Uji keberatian Model (Uji F)

Uji statistic F menunjukkan apakah variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/ terikat. Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian layak digunakan, dengan hipotesis sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$$

$$H_a : \text{Satu dari } \beta_i \neq 0$$

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- Taraf signifikansi ( $\alpha = 0,05$ )
- Jika signifikansi  $\leq 0,05$  atau F hitung  $\geq F$  tabel maka tolak  $H_0$  (ada pengaruh)
- Jika signifikansi  $> 0,05$  atau F hitung  $< F$  tabel maka tidak tolak  $H_0$  (tidak ada pengaruh)

#### c. Uji Signifikan Koefisien ( Uji t)

Uji statistic t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t merupakan sebuah uji untuk menguji hipotesis rata-rata, uji t dapat dilakukan atas dua rata-rata satu sampel atau dua sampel pengamatan. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (Harga dan Kualitas layanan ) terhadap variabel terikat



(keputusan pembelian) secara terpisah ataupun bersama-sama. Pengujian ini menggunakan hipotesis sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_a : \beta_1 > 0$$

Kriteria pengambilan keputusannya adalah

(a) Taraf signifikansi ( $\alpha = 0,05$ )

(b) Apabila  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel. Maka  $H_0$  ditolak atau variabel bebas berpengaruh terhadap variabel tidak bebas

## © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 5. Uji asumsi klasik

#### a. Uji normalitas residual

Uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas adalah uji statistik non parametric *One Kolmogorov Smirnov*. Metode *Kolmogorov Smirnov* menggunakan prinsip kerja dengan membandingkan frekuensi kumulatif distribusi teoretik dengan frekuensi kumulatif distribusi empirik. Jika angka probabilitas  $< \alpha = 0,05$  maka variabel tidak terdistribusi secara normal. Sebaliknya, bila angka probabilitas  $> \alpha = 0,05$  maka variabel terdistribusi secara normal (Siregar, 2015:153).

#### b. Uji multikolinieritas

Multikolinieritas terjadi jika terdapat korelasi linier yang sangat tinggi diantara beberapa atau semua variabel independen. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel bebas. Adanya multikolinieritas dapat



dilihat dari nilai tolerance atau VIF dari masing-masing variable dengan menggunakan software SPSS.

Dasar pengambilan keputusan :

- 1) Jika nilai tolerance  $\geq 0.10$  atau VIF  $< 10$  maka tidak terdapat multikolinieritas
- 2) Jika nilai tolerance  $< 0.10$  atau VIF  $\geq 10$  amak terdapat multikolinieritas

### c. Uji heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi jika ada ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varianms residual dan satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas, model regresi yang baik seharusnya homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi spearman.

## C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.