

BAB III

METODE PENELITIAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Objek Penelitian

Objek penelitian yang diteliti pada penulisan skripsi ini adalah *sales promotion* yang dilakukan pihak Alfamart cabang Bentengan Raya. Pada penelitian ini yang akan diteliti adalah apakah *sales promotion* yang dilakukan Alfamart Bentengan Raya berpengaruh terhadap keputusan untuk membeli pengunjung Alfamart tersebut. Penelitian dilakukan dengan penyebaran kuisioner kepada pengunjung Alfamart cabang Bentengan Raya yang berbelanja lebih dari 2 kali. Sebelum dilakukan penyebaran kuisioner, terlebih dahulu pra kuisioner disebarkan kepada 30 responden. Penyebaran pra kuisioner dilakukan pada tanggal 2-3 Desember 2013. Adapun penyebaran kuisioner dilakukan kurang lebih 1 minggu dari tanggal 22 Desember 2013 s/d 29 Desember 2013.

B. Metode Penelitian

Berdasarkan maksud penelitian, metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Dalam pengertiannya, menurut Sugiyono (2013:9):

“Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.”

Penulis akan menggunakan pendekatan secara objektif selama melakukan penelitian. Dalam melakukan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif, penulis harus bersikap secara objektif karena penulis ingin meneliti apa yang menjadi pandangan penulis mengenai pengaruh *sales promotion* yang dilakukan Alfamart

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



cabang Bentengan Raya terhadap keputusan pembelian pengunjung yang ingin berbelanja di Alfamart tersebut.

Riset kuantitatif umumnya menggunakan survei sebagai metode risetnya. Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuisioner sebagai instrument pengumpulan data. Dalam penelitian ini penulis menggunakan survei deskriptif. Survei yang dilakukan oleh penulis yaitu dengan cara mengumpulkan data dan informasi melalui penyebaran kuisioner yang dilakukan terhadap responden.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang ingin diteliti meliputi variabel independen dan dependen. Menurut Sugiyono (2013:39) variabel independen sering disebut juga dengan variabel bebas, yang dimana maksudnya adalah variabel yang menjadi sebab berubahnya variabel dependen. Sedangkan, variabel dependen sering disebut juga dengan variabel terikat, yang dimana maksudnya adalah variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel independen.

Variabel independen atau variabel bebas yang diteliti adalah oleh penulis adalah *sales promotion*. Sebaliknya, variabel dependen atau variabel terkait adalah keputusan pembelian. Variabel-variabel dan indikator penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3.1.
Tabel Pengukuran Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Instrument
<i>Sales promotion</i> (X)	Kemasan harga	Menawarkan konsumen menghemat harga reguler produk, ditempelkan pada label atau kemasan. Kemasaran harga murah adalah kemasan tunggal	- Penyediaan produk dengan kemasan terikat yaitu satu harga untuk dua produk - Paket harga kemasan yang menarik - Paket harga kemasan yang

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 mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

	yang dijual pada harga murah	tersedia yang dapat menarik minat beli meskipun pada awalnya anda tidak berniat membeli
Premi	Barang-barang yang ditawarkan pada biaya relatif rendah atau gratis sebagai insentif untuk membeli produk tertentu	- Promosi dengan memberikan harga relatif rendah pada produk-produk tertentu - Diberlakukan Premi pada produk tertentu - Adanya premi pada produk tersebut menarik minat beli konsumen
Program frekuensi	Program yang memberikan penghargaan yang berhubungan dengan frekuensi dan intensitas konsumen dalam membeli produk atau jasa perusahaan	- Tertarik penawaran menjadi member kartu alfa dengan sering berbelanja - Ingin membuat member Alfa karena tertarik mengumpulkan poin - Ingin membuat member Alfa karena dengan harga spesial
Hadiah	Hadiah adalah penawaran peluang untuk memenangkan uang tunai, perjalanan, atau barang sebagai hasil pembelian sesuatu	- Mengadakan suatu kontes ataupun permainan untuk memenangkan hadiah - Kesempatan mengikuti undian berhadiah - Hadiah dalam undian yang cukup menggiurkan
Promosi silang	Menggunakan satu merek untuk mengiklankan merek lainnya yang tak bersaing	- Melakukan promosi silang pada produk merek-merek tertentu - Promosi silang yang dilakukan dapat meningkatkan minat beli



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

(C)

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

(Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**Keputusan
Pembelian
(Y)**

			- Keuntungan konsumen dengan promosi silang
	Tampilan dan demonstrasi titik pembelian	Tampilan dan demonstrasi yang dilakukan pada titik pembelian atau penjualan	- Tampilan dengan tatanan yang unik dan menarik - Tatanan produk yang sedang promosi di titik dimana pengunjung dapat dengan jelas melihatnya - Tampilan dalam tatanan produk untuk menarik perhatian konsumen
	Penurunan harga	Diskon langsung dari harga resmi untuk setiap pembelian sepanjang periode waktu yang ditentukan	- Diskon dalam periode-periode waktu tertentu - Diskon yang berlaku untuk setiap pengunjung yang datang - Diskon yang diberlakukan dapat meningkatkan minat beli konsumen
	Pengenalan masalah	Proses dimulai saat pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan	- Kebutuhan akan produk - Kebutuhan tempat perbelanjaan - Kebutuhan tempat perbelanjaan yang menyediakan produk
	Pencarian informasi	Konsumen yang ingin memenuhi kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi produk	- Pencarian berdasarkan pengalaman pribadi - Pencarian informasi berdasarkan rekomendasi - Pencarian informasi ketersediaan produk
	Evaluasi alternative	Setelah pencarian informasi, konsumen akan menghadapi sejumlah pilihan mengenai produk yang sejenis	- Membandingkan kualitas produk - Membandingkan kelengkapan produk - Membandingkan harga produk

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.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Keputusan pembelian	Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi atas produk-produk yang ada dalam kumpulan pilihan	- Keputusan pembelian sesuai kebutuhan - Keputusan pembelian sesuai merek - Keputusan pembelian karena faktor eksternal
	Perilaku pasca pembelian	Setelah melakukan pembelian, konsumen akan mengalami level kepuasan dan ketidakpuasan	- Kepuasan atas produk yang dibeli - Kepuasan atas harga produk yang dibeli - Keinginan untuk melakukan kembali pembelian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Kriyantono (2008:95), metode pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan penelitian lapangan, yaitu terdiri dari:

1. Kuesioner

Menurut Ridwan (2007:25), kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Tujuan penyebaran kuesioner adalah mencari informasi lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mengetahui pengaruh *sales promotion* yang dilakukan Alfamart Bentengan Raya terhadap keputusan pembelian. Dalam hal ini kuesioner merupakan data primer.

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.



2. Studi Kepustakaan

- © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
- Ruslan (2010:31) menyatakan bahwa studi kepustakaan dilakukan dengan mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan. Dalam hal ini, studi kepustakaan merupakan data sekunder.

Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2011:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang tapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi Sugiyono (2011:62).

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013:85) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dengan kata lain, *purposive sampling* merupakan pengambilan sampel yang dilakukan dengan sengaja untuk mencapai maksud tertentu, dengan kriteria-kriteria tertentu yang sudah ditentukan oleh penulis agar sesuai dengan tujuan penelitian. *Purposive sampling* sering juga disebut *judgement sampling*.

Penelitian ini mengambil sampel pada pengunjung Alfamart cabang Bentengan Raya. Jumlah pengunjung yang mengunjungi Alfamart Bentengan Raya dimasukan ke dalam sampel *infinite* (tidak diketahui) karena tidak bisa diketahui kerangka sampel

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.



yang memuat daftar nama anggota populasi karena terkadang seseorang dapat lebih dari satu kali datang untuk berbelanja di Alfamart ini. Adapun kriteria yang sudah ditetapkan oleh penulis, yaitu responden yang mengunjungi Alfamart Benteng Raya untuk berbelanja. Untuk penelitian ini, penulis membatasi jumlah responden sebanyak 100 orang sebagai hasil dari perhitungan dan pertimbangan jumlah sampel *infinite* dengan menggunakan rumus menurut Eriyanto (2007:293) sebagai berikut:

$$n = Z^2 \cdot p (1-p) / E^2$$

Keterangan:

Z = Merupakan nilai tingkat kepercayaan. Pada penelitian ini, akan digunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% dengan nilai z sebesar 1,96

P = Variasi populasi. Variasi populasi dinyatakan dalam bentuk proporsi. Penelitian ini menggunakan variasi populasi 50%

E = Kesalahan sampel yang dikehendaki (*sampling error*). Penelitian ini menggunakan *sampling error* sebesar 10% atau 0,10.

Setelah ditentukan, maka hasilnya sebagai berikut:

$$n = 1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5) / 0,1^2 = 96$$

Diperoleh jumlah sampel yang harus diambil oleh peneliti adalah 96 responden. Peneliti menambahkan 4 orang responden demi memudahkan validasi dari hasil analisis diskriminan sehingga responden yang dijadikan sampel adalah berjumlah 100 orang.

F. Teknik Analisis Data

Pada tahap analisis data peneliti membaca data melalui proses pengkodean data sehingga mempunyai makna, proses pengkodean ini mencakup proses mengatur



data, mengorganisasikan data ke dalam suatu pola kategori menurut Kriyantono (2008:165). Data riset pada penelitian kuantitatif berbentuk angka-angka, maka analisis datanya berupa penghitungan melalui uji statistik.

Dalam analisis data kuantitatif dikenal dua macam statistik menurut Kriyantono (2008:167), yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif digunakan pada riset deskriptif, yang berupaya menggambarkan gejala atau fenomena dari satu variabel yang diteliti tanpa berupaya menjelaskan hubungan-hubungan yang ada. Sedangkan statistik inferensial digunakan pada riset eksplanatif, yaitu riset yang bertujuan menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan statistik deskriptif. Dimana data diumpulkan melalui hasil kuisioner yang telah diisi oleh responden yang kemudian akan diolah untuk dapat peneliti analisis dan diketahui hubungan antara variabel yang ada. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan beberapa metode analisis, yaitu:

1. Uji Validitas

Pengertian validitas menurut Sugiyono (2013:109) adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu mengukur apa yang diukur. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mampu mengukur apa yang harus diukur. Uji validitas ini biasanya digunakan untuk menguji seberapa cermat suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya.

Jika penelitian menggunakan kuisioner di dalam pengumpulan datanya, maka kuisioner yang disusun harus mengukur apa yang diukurnya. Menghitung korelasi masing-masing pertanyaan dengan skor total memakai rumus korelasi *product moment* yang rumusnya adalah sebagai berikut :

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

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 mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Keterangan :

- Ⓒ = Korelasi *product moment*
 $\sum x$ = Jumlah skor dari setiap butir pertanyaan
 $\sum y$ = Jumlah skor dari seluruh butir pertanyaan
 n = Jumlah individu dalam sampel

Butir-butir pertanyaan dapat dikatakan valid apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan

penelitian :

- Nilai $r = +1$ atau mendekati 1, maka korelasi antara X dan Y dikatakan positif dan sangat kuat sekali.
- Nilai $r = -1$ atau mendekati -1, maka korelasi antara X dan Y dikatakan kuat dan negatif.
- Nilai $r = 0$ atau mendekati 0, maka hubungan antara kedua variabel sangat lemah atau tidak ada hubungan sama sekali.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Umar (2008:54), uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrument yang dalam hal ini adalah kuisioner, dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan dan akurat. Suatu alat pengukur dikatakan reliabel sepanjang pengukur tersebut menghasilkan hasil-hasil yang konsisten. Makin kecil kesalahan pengukuran, maka akan semakin reliabel alat pengukuran. Sebaliknya, apabila makin besar kesalahan pengukuran, maka semakin tidak reliabel alat pengukuran tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Korelasi antar butir-butir pertanyaan tersebut dapat diukur dengan

menggunakan perkiraan *Cronbach's Alpha*, dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S b^2}{S t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrument

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum S b^2$ = Jumlah varian butir

$S t^2$ = Total varian.

Sedangkan, rumus varian untuk sampel adalah sebagai berikut :

$$s^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n - 1}$$

Keterangan :

s^2 = Varian

n = Jumlah responden

x = Nilai skor total yang dipilih

Nilai korelasi dibandingkan dengan r_{tabel} *product moment*. Jika nilainya lebih kecil dari r_{tabel} *produk moment*, maka pernyataan tidak reliabel. Akan tetapi, apabila lebih besar dari r_{tabel} *product moment*, maka pernyataan dalam penelitian reliabel.

3. Skala Likert

Instrumen penelitian ini diukur dengan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang/sekelompok orang tentang kejadian tertentu (Sugiyono, 2013:163). Variabel yang diukur, dijabarkan ke dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai

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.



sub indikator. Sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner.

Dalam skala likert, digunakan skor (bobot nilai) yang diberikan terhadap jawaban yang telah disediakan. Alternatif jawaban yang disediakan adalah sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2) dan sangat tidak setuju (skor 1).

Adapun untuk menentukan kelas interval panjang kelas interval, maka digunakan rumus sebagai berikut :

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak kelas}}$$

Dimana :

P = Panjang kelas interval
Rentang = Skor tertinggi-skor terendah
Banyak kelas = 5

Berdasarkan rumus di atas, maka panjang kelas interval adalah :

$$P = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Maka interval dari kriteria penilaian rata-rata dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

Sangat tidak setuju	= 1,00 – 1,79
Tidak setuju	= 1,80 – 2,59
Netral	= 2,60 – 3,39
Setuju	= 3,40 – 4,19
Sangat setuju	= 4,20 – 5,00

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. Uji Normalitas

Menurut Noor (2011:176) uji normalitas data dengan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dilakukan dengan menghitung A_1 , yaitu nilai maksimum dari selisih antara kumulatif proporsi (KP) dan harga Z tabel pada batas bawah. Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah residual Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah residual yang dihasilkan dalam metode regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal.

H_0 : residual data berdistribusi normal

H_a : residual data tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan :

Terima H_0 bila probabilitas $\geq 0,05$.

Tolak H_0 bila probabilitas $\leq 0,05$

5. Uji Linieritas

Uji ini menurut Priyatno (2010 : 73) bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian dilakukan pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

6. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui bagaimana hubungan linier antara variabel independen dengan variabel dependen. Persamaan regresi yang dipakai adalah sebagai berikut (Sarwono, 2012:182):

$$Y = \alpha + bX$$



Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

b = Koefisien regresi dari variabel X (*Promosi Penjualan*)

X = Promosi penjualan

©

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

7. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2012:84).

t hitung dapat di cari dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

Kriteria pengujian:

1. Bila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
2. Bila nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

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.