



## BAB III

### METODE PENELITIAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2011:38) objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari individu, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.

Objek penelitian dari penelitian ini adalah respon keputusan pembelian konsumen Cloth Inc. Secara keseluruhan pada penelitian ini yang akan diteliti adalah Apakah ada pengaruh yang signifikan antara foto iklan Cloth Inc di instagram terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada warga yang tinggal di daerah Kelapa Gading, berjenis kelamin wanita yang berumur 15-35 tahun

#### B. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan riset kuantitatif. Riset kuantitatif merupakan riset yang menjelaskan atau menggambarkan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan di mana riset ini juga lebih mementingkan aspek keluasan data atau hasil riset dianggap representasi dari seluruh populasi yang ada dalam penelitian. (Kriyantono, 2010: 55)

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei eksplanatif. Jenis survei ini digunakan untuk mengetahui sebab akibat dari suatu kondisi tertentu atau yang mempengaruhi terjadinya sesuatu. Dengan kata

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



lain, riset ini digunakan untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel (Kriyantono, 2010:60). Penelitian ini termasuk menjelaskan hubungan sebab akibat antara variabel X dengan variabel Y. Dengan adanya foto iklan Cloth Inc di Instagram dapat membantu memikat dan mempengaruhi konsumen menentukan keputusan dalam melakukan pembelian. Konsumen menjadi tertarik membeli produk Cloth Inc karena adanya foto iklan yang menarik. Adanya pengaruh foto iklan (variabel X) Cloth Inc di Instagram terhadap keputusan pembelian konsumen (variabel Y), kedua variabel memiliki keterkaitan satu sama lain.

### C Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2011:38). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel bebas (Independent) yang disebut sebagai variabel X dan variabel tidak bebas (Dependent) yang disebut sebagai variabel Y.

Dari judul penelitian Pengaruh Foto Iklan Cloth Inc di Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, foto iklan Cloth Inc digolongkan sebagai variabel X dan keputusan pembelian konsumen sebagai variabel Y.

Berikut ini merupakan variabel yang dijelaskan dalam bentuk tabel operasionalisasi:

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

**Tabel 3.1.**

**Operasionalisasi Variabel-variabel Penelitian**

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR
<p><b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Foto Iklan Cloth Inc (Variabel X)</p>	<p>Kualitas Foto</p>	<p>1.Perangkat pemotretan mempengaruhi kualitas foto. 2.Perangkat lighting yang digunakan mempengaruhi kualitas foto. 3.Teknik dasar pemotretan mendukung hasil kualitas foto. 4.Lokasi pemotretan mendukung kualitas foto. 5. Waktu pemotretan mendukung kualitas foto.</p>
<p><b>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</b></p>	<p>Daya Tarik Foto</p>	<p>1.Pencahayaan foto yang baik memunculkan daya tarik. 2.Variasi aksesoris pendukung menimbulkan daya tarik. 3.Pengaturan komposisi foto yang tepat memunculkan daya tarik. 4.Sudut pengambilan foto menciptakan daya tarik.</p>

Hak Cipta Ditindungi 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 3.1 (Lanjutan)**

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR
<p><b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Foto Iklan Cloth Inc (Variabel X)</p>	<p>Daya Tarik Foto</p>	<p>5.Jarak pengambilan foto menciptakan daya tarik</p> <p>6.Konsep foto yang kreatif menciptakan daya tarik.</p>
<p>Keputusan Pembelian Konsumen (Variabel Y)</p>	<p><i>Attention</i></p>	<p>1.Kesadaran tentang adanya foto iklan Cloth Inc.</p> <p>2.Pengetahuan dari pihak lain tentang adanya Cloth Inc.</p> <p>3.Kecenderungan terhadap produk Cloth inc.</p>
<p><b>Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie</b></p>	<p><i>Interest</i></p>	<p>1.Ketertarikan untuk mengetahui lebih banyak tentang foto iklan Cloth Inc.</p> <p>2. Mencari informasi mengenai produk Cloth Inc.</p> <p>3.Berbagi informasi kepada orang lain mengenai produk Cloth Inc.</p>
	<p><i>Desire</i></p>	<p>1.Hasrat atau keinginan mencoba berbelanja Cloth Inc di Instagram.</p>

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



Tabel 3.1 (Lanjutan)

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR
<p><b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b></p> <p>Keputusan Pembelian Konsumen (Variabel Y)</p>	<i>Desire</i>	<p>2.Keinginan mengajak orang lain untuk melihat dan membeli Cloth Inc melalui Instagram.</p> <p>3.Kecenderungan untuk memiliki produk Cloth Inc</p>
	<i>Decision</i>	<p>1.Keputusan dan kepercayaan dalam memilih produk Cloth Inc.</p> <p>2.Keputusan membeli Cloth Inc melalui Instagram.</p> <p>3.Keputusan apa yang dibeli dan kapan membeli Cloth Inc.</p>
	<i>Action</i>	<p>1. Melakukan pembelian produk Cloth Inc.</p> <p>2. Rutinitas melihat produk terbaru Cloth Inc melalui foto iklan di Instagram.</p> <p>3. Pembelian ulang (<i>repeat purchase</i>) produk Cloth Inc.</p>

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Riset ilmiah harus melakukan kegiatan pengumpulan data yang sangat menentukan baik tidaknya riset karena pengumpulan data ini akan berhubungan langsung dengan relevan atau tidaknya suatu penelitian atau apakah data yang digunakan memiliki keterkaitan dengan masalah yang diteliti sehingga dapat

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.



menghasilkan hasil penelitian yang akurat dan reliabel. Dalam riset kuantitatif, dikenal metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner (angket), wawancara (biasanya berstruktur), dan dokumentasi. Peneliti dapat menggunakan salah satu atau gabungan dari metode diatas tergantung pada masalah yang akan diteliti (Kriyantono, 2010: 95).

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah riset lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Pengumpulan data melalui kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan sebuah rangkaian pertanyaan beserta dengan pilihan jawaban yang dimuat dalam sebuah daftar, pertanyaan yang diajukan dalam daftar tersebut berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti dan jawaban dapat diberikan langsung oleh responden.

Tujuan penyebaran kuesioner adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu permasalahan dari responden yang telah sesuai dengan daftar pertanyaan yang diinginkan yang sesuai dengan maksud penelitian. Data kuesioner merupakan data primer dari penelitian ini.

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat seseorang tentang fenomena sosial. Menurut Sugiyono (2011:93) skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Total responden mengenai jawabannya dikalikan dengan nilai bobot. Hasil perkalian tersebut dibagi dengan total responden, kemudian akan diperoleh skor rata-rata yang dapat menunjukkan rata-rata posisi yang tepat.

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.



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Rumus : 
$$X = \frac{\sum fx}{\sum f}$$

Keterangan :

X = nilai rata-rata

f = frekuensi

x = nilai bobot

Untuk keperluan analisis kuantitatif, yaitu untuk melihat efektifitas, maka jawaban dari pertanyaan yang diajukan kepada responden akan diberi skor 1 sampai 5. Angka 1 diinterpretasikan untuk menunjukkan nilai terendah, sedangkan angka 5 menunjukkan nilai tertinggi. Skala yang digunakan mempunyai gradasi dari sangat negatif sampai sangat positif yang berupa angka, yaitu :

Skala Peringkat	Bobot
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Pengambilan sampel ini dilakukan secara non-probability sampling dengan menggunakan pendekatan sampling purposive (*purposive sampling*). Menurut Sugiyono (2011:85) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel yang digunakan dengan pertimbangan tertentu. Dengan kata lain, pendekatan purposive sampling ini merupakan pendekatan dimana responden harus memiliki kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh penulis sesuai dengan tujuan penelitian.

Penelitian ini mengambil sampel kepada responden wanita berumur kisaran 15 sampai 35 tahun yang tinggal di daerah Kelapa Gading. Kriteria yang ditetapkan penulis adalah orang yang menggunakan media sosial Instagram, orang yang pernah berbelanja online melalui media sosial instagram, dan orang yang pernah membeli produk Cloth Inc. Jumlah pengguna media sosial instagram di daerah Kelapa Gading dimasukkan ke dalam sampel *infinite* (tidak diketahui) karena tidak dapat diketahui secara pasti kerangka sampel yang memuat daftar nama anggota populasi.

Untuk penelitian ini jumlah responden sebanyak seratus orang yang didapatkan dari hasil perhitungan dan pertimbangan jumlah sampel infinite dengan menggunakan rumus menurut Eriyanto (2007:293) sebagai berikut :

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.



$$n = \frac{Z^2 P (1-p)}{E^2}$$

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Keterangan :

Z = 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 = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, misalnya 10% (0,1).

Setelah ditentukan, maka hasilnya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2} = 96$$

Didapatkan jumlah sampel yang harus diambil oleh penulis adalah 96 responden yang kemudian akan dilakukan pembulatan menjadi 100 orang responden. Pengukuran ini juga didukung oleh pendapat menurut Hair (2010:661-662) berdasarkan teori *Maximum Likelihood Estimation* (MLE) yang menyatakan bahwa bila ukuran sampel besar (melebihi 400-500) datanya menjadi terlalu sensitif dan kecocokan antara kesesuaian teori dengan lapangan menjadi kecil/rendah. Meskipun tidak ada ukuran sampel yang benar, rekomendasi untuk ukuran sampel berkisar antara 100-200.





## F. Teknik Analisis Data

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Data yang telah dikumpulkan oleh penulis dari hasil kuesioner diolah dengan melalui beberapa tahapan dengan tujuan untuk mengetahui kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pengisian kuesioner sehingga data tersebut akurat, konsisten, dan lengkap. Setelah itu dilakukan proses koding dengan tujuan memudahkan memasukkan data kedalam komputer.

Alat ukur penelitian yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis ini digunakan untuk menganalisis jawaban dari pertanyaan kuesioner tentang profil responden dalam bentuk persentase. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$P = \frac{N}{m} \times 100$$

Dimana :

P = Persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

X = Jumlah responden yang memiliki kategori tertentu

n = Jumlah Total Respon

### 2. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan memperoleh data yang tepat sesuai dengan variabel yang diteliti. Menurut Sugiyono (2011:2) “valid menunjukkan derajat

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.



ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti”. Lebih lanjut, Sugiyono (2011:121) menyatakan bahwa instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan (mengukur) data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji validitas akan dilakukan dengan rumus *Pearson's Correlation* atau Product Moment dengan mengkorelasikan skor butir pada kuesioner dengan skor totalnya. Pengujian validitas ini akan dibantu dengan program SPSS, adapun rumus Product Moment adalah:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi *Pearson's Product Moment*

n = Jumlah individu dalam sampel

$\sum X$  = Jumlah skor butir variabel X

$\sum Y$  = Jumlah skor butir variabel Y

### 3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Makin kecil kesalahan pengukuran maka makin tidak reliabel alat pengukuran tersebut.

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.



Menurut Umar (2008:54) uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrument (dalam hal ini kuesioner) dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak pada responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Nilai koefisien reliabilitas yang baik adalah diatas 0,6. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan dan akurasi. Uji ini menggunakan teknik *Cronbach Alpha* dengan rumus:

$$r_n = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \delta b^2}{\sum \delta 1^2} \right]$$

Keterangan :

- $r_n$  = Reliabilitas Instrumen
- $k$  = Banyaknya butir pertanyaan
- $\sum \delta b^2$  = Jumlah varian butir
- $\sum \delta 1^2$  = Varian total

#### 4. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian memiliki distribusi normal atau tidak, dengan menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov. Menurut Menurut Priyatno (2010:71), uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal.

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.



Menurut Noor (2011:176), 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.

(a). Penentuan hipotesis yang terdiri dari :

Ho : Data berdistribusi normal

Ha : Data berdistribusi tidak normal

(b). Keputusan

Bila  $\text{Sig} \leq 0,05$  : maka tolak Ho

Bila  $\text{Sig} \geq 0,05$  : maka terima Ho

(c). Kesimpulan

Jika tolak Ho berarti data berdistribusi tidak normal

Jika terima Ho berarti data berdistribusi normal

## 1. Analisis Hubungan Dua Variabel (Regresi)

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

Koefisien determinasi adalah bagian dari variasi total dalam variabel dependen yang dijelaskan oleh variasi dalam variabel independen. Koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar variasi perubahan dalam satu variabel dependen yang ditentukan dengan variabel. Koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%, tepatnya jika koefisien korelasi antara variabel X dan Y adalah 1,00.

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



Koefisien determinasi adalah  $R^2$  atau  $1 \times 100\% = 100\%$ . Artinya 100% dari variasi perubahan dalam variabel Y disebabkan oleh perubahan dari variabel X. Jika  $R^2$  semakin besar atau mendekati 1, maka model makin tepat dan semakin besar n (ukuran sampel) maka nilai  $R^2$  cenderung makin kecil. Semakin kuat koefisien korelasinya, semakin besar koefisien determinasinya atau sebaliknya. Rumus uji ini dapat dilihat sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{Jkr}{Jkt}$$

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien Determinasi

Jkr = Jumlah Kuadrat yang Dijelaskan oleh Regresi

Jkt = Jumlah Kuadrat Total

#### b. Uji Linieritas (Uji Statistik F)

Menurut Priyatno (2010:73) uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya dilakukan 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.

#### c. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk mengetahui bagaimana hubungan linier antara variabel independen dengan variabel dependen. Menurut Priyatno (2010:55) analisis regresi linier sederhana adalah uji untuk melihat

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



hubungan secara linear antara satu variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini, yang disebut sebagai variabel bebas adalah foto iklan Cloth Inc di Instagram sedangkan yang disebut sebagai variabel terikat adalah keputusan pembelian konsumen.

Analisis ini juga digunakan untuk mengetahui arah hubungan, apakah positif atau negatif. Uji ini dilakukan juga untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Dalam mengukur tingkat signifikansi biasanya digunakan 0,05. Tingkat signifikansi adalah probabilitas kesalahan tipe I, yaitu kesalahan menolak hipotesis ketika hipotesis itu benar. Tingkat kepercayaan pada umumnya sebesar 95%, yang dimaksud dengan tingkat kepercayaan adalah tingkat dimana 95% nilai sampel akan mewakili nilai populasi dimana sampel berasal.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y' = a + bX$$

Keterangan :

- Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)
- X = Variabel independen
- a = Konstanta (nilai Y' apabila X = 0)
- b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

**© 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.



#### d. Uji Statistik T

Pengujian hipotesis secara parsial, dapat diuji dengan menggunakan rumus uji t. Pengujian t-statistik bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Menurut Ghozali (2012:84) uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen.

t hitung dapat menggunakan rumus :

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

Kriteria pengujian :

1. Bila nilai t hitung > t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima
2. Bila nilai t hitung  $\geq$  t tabel maka Ho ditolak dan Ha ditolak

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