



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek yang akan diteliti adalah, kualitas layanan, harga dan keputusan pembelian pada layanan ShopeeFood. Dan subjek pada penelitian ini adalah pengguna Shopee yang pernah menggunakan layanan ShopeeFood lebih dari satu kali di Jakarta.

#### B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:146) desain penelitian merupakan suatu perencanaan dan struktur dari investigasi yang disusun untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Perencanaan yang memiliki skema menyeluruh atau program dari penelitian, termasuk mencakup garis besar dari apa yang ingin dilakukan peneliti dari penulisan implikasi dan hipotesis operasionalnya untuk menganalisis data akhir.

#### C. Variabel Penelitian

Pengertian variabel menurut Cooper dan Schindler (2017:64) merupakan simbol dari suatu kejadian, tindakan, karakteristik, atribut, maupun perlakuan yang dapat diukur dan dapat diberikan penilaian. Pada penelitian ini terdapat dua jenis variabel, diantaranya yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y), dan variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas layanan ( $X_1$ ), dan harga



(X<sub>2</sub>). Berikut merupakan definisi dan pengukuran yang digunakan oleh masing-masing variabel.

**1. Kualitas Layanan (X<sub>1</sub>)**

Menurut Naufal dan Magnadi dalam Minarti (2020) kualitas layanan adalah berbagai pelayanan yang perusahaan berikan kepada konsumennya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan agar dapat memenuhi harapan konsumen sehingga mampu bertahan serta dijadikan pilihan konsumen. Penelitian ini menggunakan lima dimensi pengukuran beserta dengan butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.1.

**Tabel 3.1**  
**Indikator Kualitas Layanan**

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Kualitas Layanan (Diadaptasi dari Risanto, 2021)	Bukti fisik	<i>Driver</i> ShopeeFood berpenampilan rapi dan professional.	Interval
	Keandalan	<i>Driver</i> ShopeeFood memberikan pelayanan yang baik secara konsisten.	Interval
	Daya tanggap	<i>Driver</i> ShopeeFood mengantarkan pesanan dengan cepat.	Interval
	Jaminan	<i>Driver</i> ShopeeFood selalu sopan dalam memberikan pelayanan.	Interval
		Saya merasa aman pada saat bertransaksi dengan <i>driver</i> ShopeeFood.	
Empati	<i>Driver</i> ShopeeFood memperlakukan konsumen dengan penuh kepedulian.	Interval	

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.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p>		<p>Waktu operasi 24 jam dari ShopeeFood memudahkan saya dalam memesan makanan.</p>	
--	--	--	--

## 2. Harga (X<sub>2</sub>)

Menurut Joko Untoro dalam Wardani et al (2020) harga merupakan kemampuan yang dimiliki suatu barang atau jasa, yang dinyatakan dalam bentuk uang. Pengukuran variabel harga yang digunakan dalam penelitian ini melalui empat indikator beserta butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.2.

**Tabel 3.2**  
**Indikator Harga**

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
<p>Harga (Diadaptasi dari Risanto, 2021)</p>	<p>Keterjangkauan Harga</p>	<p>Harga yang ditawarkan layanan ShopeeFood terjangkau.</p>	<p>Interval</p>
	<p>Kesesuaian harga dengan Kualitas Produk</p>	<p>Harga yang ditawarkan layanan ShopeeFood sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan.</p>	<p>Interval</p>
	<p>Daya Saing Harga</p>	<p>Harga yang ditawarkan layanan ShopeeFood bersaing dengan merek lain.</p>	<p>Interval</p>
	<p>Kesesuaian Harga dengan Manfaat</p>	<p>Harga yang ditawarkan layanan ShopeeFood sesuai dengan manfaat yang diberikan.</p>	<p>Interval</p>



### 3. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Firmansyah (2019:205), keputusan pembelian adalah kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu untuk memilih alternatif yang sesuai dari dua atau lebih alternatif dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahap-tahap proses pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini digunakan empat dimensi beserta butir pernyataan untuk mengukur variabel keputusan pembelian yang disajikan pada tabel 3.3.

**Tabel 3.3**

**Indikator Keputusan Pembelian**

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian (Diadaptasi dari Risanto, 2021)	Pilihan Produk	Saya memilih layanan ShopeeFood karena sesuai dengan kualitas yang diinginkan.	Interval
		Saya memilih layanan ShopeeFood karena memiliki kualitas yang lebih unggul dari kompetitor.	
		Saya memilih layanan ShopeeFood karena layanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan saya.	
	Pilihan Merek	Saya memilih layanan ShopeeFood karena saya telah terbiasa menggunakan layanan merek tersebut.	Interval
		Saya memilih layanan ShopeeFood karena layanan tersebut memiliki citra merek yang baik.	
	Pilihan penyalur	Saya memilih layanan ShopeeFood karena saya merasa nyaman dengan layanan merek tersebut.	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI RKG (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 IBI RKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI RKG.



<p><b>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b> Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>		Saya memilih layanan ShopeeFood karena merek layanan tersebut dapat menjangkau lokasi saya.	
	Waktu Pembelian	Saya akan membeli makanan atau minuman dengan menggunakan layanan ShopeeFood secara rutin pada saat membutuhkannya.	Interval
	Jumlah Pembelian	Saya akan membeli makanan atau minuman lebih dari satu dengan menggunakan layanan ShopeeFood.	Interval

#### D. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* yaitu merupakan teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Hardani *et al.*, 2020:367). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee di Jakarta dan kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee yang pernah menggunakan layanan ShopeeFood lebih dari satu kali di Jakarta.

Untuk ukuran pengambilan sampel, Hair *et al.* (2014:100) menyatakan bahwa ukuran sampel sebaiknya harus 100 atau lebih besar. Jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari butir pertanyaan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 20 butir pertanyaan, sehingga jumlah minimum sampel yang diperlukan berdasarkan perhitungan adalah  $20 \times 5 = 100$  responden.

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.



## E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang merupakan data yang diperoleh langsung dari responden atau sumber utama. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuisisioner secara elektronik melalui *Google Forms* kepada responden.

Jenis kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pertanyaan tertutup, yang artinya pertanyaan telah disusun sebelumnya dengan memberikan pilihan jawaban yang sudah peneliti siapkan. Kuisisioner yang akan disebar menggunakan skala Likert dengan lima tingkatan, diantaranya SS = Sangat Setuju, S = Setuju, N = Netral, TS = Tidak Setuju, STS = Sangat Tidak Setuju.

## F. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul melalui kuisisioner, peneliti akan melakukan pengolahan data dan melakukan analisis data. Berikut merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini:

### 1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran dilakukan untuk dapat menilai validitas dan reliabilitas dari indikator-indikator pembentuk variabel laten (Latan dan Ghazali, 2017:85).

#### a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2016:52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner karena suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam kuesioner terdapat indikator yang berhubungan



dengan variabel laten, di sini uji validitas bertujuan untuk menentukan kemampuan pada suatu indikator dalam mengukur variabel laten. Validitas pada suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antara suatu variabel laten dengan indikatornya. Butir pertanyaan dinyatakan valid apabila  $P\text{-value} < 0,05$  dan  $factor\ loading > 0,5$  (Latan dan Ghozali, 2017:89).

**b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas menurut Ghozali (2016:47) ialah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang sebanyak dua kali atau lebih. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70, nilai *Composite Reliability* > 0,70, dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) > 0,50 (Latan dan Ghozali, 2017:88). Adapun rumus dari *Cronbach's Alpha* adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- $r_{11}$  = reliabilitas instrumen
- $k$  = jumlah butir pernyataan
- $\sigma t^2$  = varians total
- $\sum \sigma b^2$  = jumlah varians butir

**2. Analisis Deskriptif**

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.



Ghozali (2016:19) menyatakan analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis, dan *skewness*. Dalam penelitian ini digunakan analisis deskriptif sebagai berikut:

**a. Analisis Persentase**

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Fr_i = \frac{f_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

$Fr_i$  = frekuensi relatif ke-*i* setiap kategori

$f_i$  = responden yang termasuk kategori-*i*

$n$  = total responden

**b. Rata-rata Hitung (*Mean*)**

Rata-rata atau *mean* dilakukan dengan cara menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut.

*Mean* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

$\bar{x}$  = rata-rata hitung (*mean*)

$x_i$  = nilai sampel ke-*i*

$n$  = jumlah sampel

**c. Rata-rata Tertimbang**

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.



Rumus yang dapat diterapkan untuk menghitung skor rata-rata tertimbang

© yaitu sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

$\bar{x}$  = skor rata-rata tertimbang

$f_i$  = frekuensi

$x_i$  = bobot nilai

$\sum f_i$  = jumlah responden

#### d. Rentang Skala

Setelah memperoleh nilai rata-rata, selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor pada setiap variabel. Oleh karena itu, perlu dihitung rumus rentang skala sebagai berikut:

$$Rs = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

$Rs$  = rentang skala

$m$  = skor tertinggi pada skala

$n$  = skor terendah pada skala

$b$  = jumlah kelas atau kategori

Skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori adalah 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

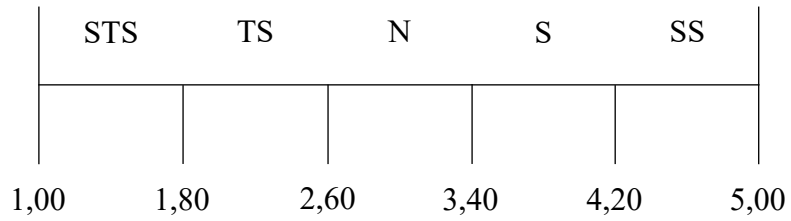
$$Rs = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

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.



Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,20 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 3. Skala Likert

Dalam penelitian ini menggunakan skala likert untuk mengetahui seberapa kuat subjek menyetujui suatu pernyataan pada skala lima titik. Responden diminta untuk memilih setuju atau tidak setuju pada setiap pernyataan yang ada dan setiap respon akan diberikan skor numerik untuk menyatakan tingkat dukungan sikap dan skor tersebut dapat dijumlahkan untuk mengukur sikap responden secara keseluruhan (Cooper dan Schindler, 2017:327).

Berikut ini adalah susunan skala Likert yang digunakan:

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

### 4. Penilaian Overall Fit

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.



Penilaian *overall fit* dilakukan untuk mengetahui apakah model SEM

(Structural Equation Modeling) yang dibuat dapat diterima (*fit*). Indikator-indikator yang ada ialah sebagai berikut:

**a. Average Path Coefficient (APC)**

Nilai *cut-off P-value* pada APC yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Latan dan Ghozali, 2017:95).

**b. Average R-Squared (ARS)**

Nilai *cut-off P-value* untuk ARS yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Latan dan Ghozali, 2017:95).

**c. Average Adjusted R-Squared (AARS)**

Nilai *cut-off P-value* untuk AARS yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah  $\leq 0,05$  dengan level signifikansi yang digunakan adalah 5% (Latan dan Ghozali, 2017:95).

**d. Average block VIF (AVIF)**

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AVIF harus  $\leq 3,3$  dengan asumsi kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai  $\leq 5$  masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan indikator tunggal (Latan dan Ghozali, 2017:96).

**e. Average Full Collinearity VIF (AFVIF)**

Idealnya nilai yang direkomendasikan untuk AFVIF harus  $\leq 3,3$  dengan asumsi kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, nilai  $\leq 5$  masih dapat diterima asalkan kebanyakan

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.



konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan indikator tunggal (Latan dan Ghozali, 2017:96).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**f. Tenenhaus GoF**

GoF memiliki tiga tingkatan nilai, yaitu kecil apabila nilai  $GoF \geq 0,10$ , sedang apabila nilai  $GoF \geq 0,25$ , dan besar apabila nilai  $GoF \geq 0,36$  (Latan dan Ghozali, 2017:96).

**g. Sympson's Paradox Ratio (SPR)**

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai  $SPR \geq 0,7$  masih dapat diterima yang berarti 70% atau lebih dari *path* di dalam model bebas dari *Sympson's paradox* (Latan dan Ghozali, 2017:97).

**h. R-Squared Contribution Ratio (RSCR)**

Idealnya indeks harus sama dengan 1 atau jika nilai  $RSCR \geq 0,9$  masih dapat diterima yang berarti 90% atau lebih dari *path* di dalam model tidak berhubungan dengan kontribusi *R-squared* negatif (Latan dan Ghozali, 2017:97).

**i. Statistical Suppression Ratio (SSR)**

Nilai SSR dapat diterima jika memiliki nilai  $\geq 0,7$  yang berarti 70% atau lebih dari *path* di dalam model bebas dari *statistical suppression* (Latan dan Ghozali, 2017:98).

**j. Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)**

Nilai NLBCDR dapat diterima jika nilai yang dimiliki  $\geq 0,7$  yang berarti 70% atau lebih dari *path* yang berhubungan di dalam model penelitian mendukung untuk dibalik hipotesis dari hubungan kausalitas yang lemah (Latan dan Ghozali, 2017:98).

**5. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)**

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.



Evaluasi model struktural berfokus pada hubungan-hubungan antar variabel laten eksogen dan endogen serta hubungan antar variabel endogen. Persamaan struktural yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$KP = \gamma_{11} * KL + \gamma_{12} * HR$$

Keterangan:

KP = Keputusan Pembelian

KL = Kualitas Layanan

HR = Harga

Menilai model struktural memiliki tujuan yaitu untuk memprediksi hubungan antar variabel laten dengan melihat seberapa besar *variance* yang dapat dijelaskan dan untuk mengetahui signifikansi dari *P-value* (Latan dan Ghozali, 2017:85). Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu:

a. Arah hubungan antar variabel-variabel laten mengindikasikan apakah hasil hubungan antara variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang sesuai dengan yang dihipotesiskan. Hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

(1) Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian

$$H_0: \gamma_{11} = 0$$

$$H_a: \gamma_{11} > 0$$

(2) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

$$H_0: \gamma_{12} = 0$$

$$H_a: \gamma_{12} > 0$$

Kriteria pengujian hipotesis:

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.

Tolak  $H_0$  apabila  $P\text{-value} < 0,05$  (terbukti adanya pengaruh)

Tidak tolak  $H_0$  apabila  $P\text{-value} \geq 0,05$  (tidak terbukti adanya pengaruh)

b. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada persamaan struktural digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel laten endogen. Semakin tinggi nilai  $R^2$ , maka semakin besar variabel-variabel independen dapat menjelaskan variabel endogen dan semakin baik pula persamaan strukturalnya (Latan dan Ghozali, 2017:91).

**© 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.