



BAB III

METODE PENELITIAN



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

A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah produk aplikasi Shopeefood. Sedangkan subjek penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah menggunakan layanan pada aplikasi Shopeefood di Jakarta Utara. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online di daerah Jakarta Utara.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2017:149), desain penelitian diklasifikasikan dengan delapan perspektif, yaitu:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian yang dipilih adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian yang melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuan dari desain studi formal adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi komunikasi yaitu peneliti memberikan pertanyaan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan respons mereka berdasarkan makna personal maupun umum.

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.



3. Pengendalian Variabel oleh Peneliti

Peneliti menggunakan desain *ex post facto* (*ex post facto design*) yaitu peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, dalam arti memanipulasinya. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi dan apa yang sedang terjadi. Peneliti yang menggunakan desain penelitian ini tidak memengaruhi variabel yang diteliti sehingga tidak ada bias.

4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan kausal. Dalam studi kausal, penulis berusaha untuk menjelaskan hubungan antar variabel, yaitu bagaimana pengaruh iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada Shopeefood.

5. Dimensi Waktu

Peneliti menggunakan studi cross-sectional yang dilakukan satu kali dan menyajikan potret satu kejadian dalam satu waktu.

6. Ruang Lingkup Topik Bahasan

Penelitian ini menggunakan studi statistik dimana hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Studi statistik didesain untuk cakupan yang lebih luas dan bukan lebih mendalam. Studi ini berusaha menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel.

7. Ruang Lingkup Penelitian

Dilihat dari lingkungan penelitian, penelitian ini termasuk dalam kondisi lapangan (*field study*). Karena penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna produk aplikasi Shopeefood.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Institusi 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 IBKKG.

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



8. Kesadaran Persepsi Subjek

Persepsi subjek atau responden berpengaruh terhadap proses penelitian. Persepsi yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan dari situasi sehari-hari.

C Variabel Penelitian

1. Variabel iklan dengan dimensi-dimensi yang terdiri dari:

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Iklan

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Iklan (Kotler & Keller 2016:609)	Misi (<i>mission</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Saya tertarik untuk melakukan transaksi pembelian setelah melihat iklan Shopeefood b. Iklan pada Shopeefood memberikan informasi kepada saya c. Setelah melihat iklan Shopeefood, saya merasa yakin dalam menggunakan layanan Shopeefood 	Interval
	Pesan yang disampaikan (<i>message</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Pesan pada iklan Shopeefood menarik perhatian saya b. Daya tarik pada iklan Shopeefood mendorong saya untuk langsung menggunakan aplikasi Shopeefood c. Daya tarik pesan pada iklan Shopeefood membangkitkan keinginan saya untuk menggunakan layanan Shopeefood 	Interval
	Media yang digunakan (<i>media</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Pesan pada iklan Shopeefood membuat saya tertarik menggunakan aplikasi Shopeefood b. Daya tarik pada iklan Shopeefood membuat saya tertarik menggunakan aplikasi Shopeefood c. Daya tarik pesan pada iklan Shopeefood membangkitkan keinginan saya untuk menggunakan aplikasi Shopeefood 	Interval



2. Variabel citra merek dengan dimensi-dimensi yang terdiri dari:

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Citra Merek

Dimensi	Indikator	Skala
<i>Strength of brand association</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Shopeefood memiliki logo yang mudah dikenali b. Tampilan warna pada logo Shopeefood memiliki daya tarik tersendiri c. Aplikasi Shopeefood memiliki design yang sangat simpel dan menarik (<i>eye catching</i>) 	Interval
<i>Favorable of brand association</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Shopeefood adalah produk layanan yang pertama kali terfikirkan setiap kali saya ingin memesan makanan atau minuman b. Slogan yang menarik mempengaruhi saya dalam menggunakan aplikasi Shopeefood c. Saya percaya terhadap layanan Shopeefood karena layanan yang ditawarkan sangat sesuai dengan harapan saya 	Interval
<i>Uniquess of brand association</i>	<ul style="list-style-type: none"> a. Fitur Shopeefood terintegrasi dengan aplikasi Shopee, dimana fitur ini relatif sangat berbeda dengan pesaing lainnya b. Shopeefood hanya fokus pada transaksi layanan pesan-antar makanan saja c. Saya memilih Shopeefood karena memiliki manfaat yang baik bagi saya 	Interval

© Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin, mengutip, 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.



3. Variabel keputusan pembelian dengan dimensi-dimensi yang terdiri dari:

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian

Dimensi	Indikator	Skala
Pilihan produk	Saya cenderung menggunakan layanan Shopeefood karena menurut saya Shopeefood adalah pilihan yang terbaik	Interval
Pilihan merek	Saya cenderung memilih Shopeefood ketimbang merek lainnya	Interval
Pilihan penyalur	a. Saya cenderung menggunakan layanan Shopeefood karena proses transaksi sampai pengiriman makanan atau minuman yang relatif lebih cepat b. Saya cenderung menggunakan layanan Shopeefood karena ketersediaan <i>merchants</i> yang lengkap	Interval
Waktu pembelian	Kapanpun dan dimana saja saya dapat menggunakan layanan Shopeefood dikarenakan waktu pembelian yang sangat <i>fleksible</i>	Interval
Jumlah pembelian	Saya merasa sudah mengambil keputusan yang tepat untuk memakai layanan Shopeefood terkait melayani pesan-antar makanan atau minuman saya	Interval
Metode pembayaran	Saya merasa nyaman dalam menggunakan layanan Shopeefood karena pilihan metode pembayaran yang bervariasi, sehingga sangat mempermudah saya dalam melakukan transaksi pembelian pada layanan Shopeefood	Interval

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada responden dengan pertanyaan mengenai iklan,

1. Dilarang mengutip atau menjiplak seluruh atau sebagian isi 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.



citra merek, dan keputusan pembelian. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup.

Kuesioner disusun dengan menggunakan skala likert, yaitu kuesioner tersebut berisi pertanyaan

ataupun pernyataan dan responden diberikan pilihan skor. Pemberian skor pada skala ini diambil

dari angka 1 sampai 5 sebagai berikut:

a. Sangat Setuju (SS)	= 5
b. Setuju (S)	= 4
c. Netral (N)	= 3
d. Tidak Setuju (TS)	= 2
e. Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

E Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan *nonprobability sampling*. Menurut Cooper & Schindler (2017:358), *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih satuan sampling atas dasar pertimbangan tertentu. Dalam hal ini, responden yang dipilih yaitu orang-orang yang menggunakan produk aplikasi Shopeefood di Jakarta Utara.



F. Teknik Analisis Data

9. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali (2016:52), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pernyataan dalam kuisioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

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

Keterangan:

r = korelasi

x = skor tiap pertanyaan

y = skor total

n = jumlah responden

10. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016:47-48), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau

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



handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1. Repeated Measure atau pengukuran ulang

Seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.

2. One Shot atau pengukuran sekali saja

Pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha > 0,70.

Perhitungan reliabilitas dapat ditulis sebagai berikut dengan menggunakan rumus

Cronbach's Alpha:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

K = jumlah butir dalam skala pengukuran

$\sum \sigma_b^2$ = ragam (variance) butir

Hak Cipta milik IBKKG (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 IBKKG.

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



σ_b^2 = ragam (variance) dari skor total

Jika nilai Alpha > 0,70 artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*), sementara jika Alpha > 0,80 ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakanya sebagai berikut:

Jika Alpha > 0,90 maka reliabilitas sempurna. Jika Alpha antara 0,70 - 0,90 maka reliabilitas tinggi. Jika Alpha 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat. Jika Alpha < 0,50 maka reliabilitas rendah. Jika Alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

11. Analisis Deskriptif

Menurut Imam Ghozali (2016:19), analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (kemencengan distribusi). Analisis deskriptif digunakan juga untuk menggambarkan pusat, penyebaran, dan bentuk distribusi, dan sangat membantu sebagai alat awal untuk mendeskripsikan data. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

a. Rata-rata hitung (*Mean*)

Rata-rata hitung adalah penjumlahan nilai-nilai pengamatan dalam suatu distribusi yang dibagi oleh jumlah pengamatan. Cara menghitung skor dengan menggunakan seluruh perkalian antara frekuensi dengan nilai skor masing-masing dibagi dengan jumlah total frekuensi.

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{n}$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institus Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Keterangan:

\bar{X} = Rata-rata hitung

X_i = Skor (1, 2, 3, 4, 5)

n = Jumlah total frekuensi/data yang digunakan

b) Analisis Presentase (%)

Data-data yang dikumpulkan dari kuesioner dibuat tabel untuk kategori data secara keseluruhan, selanjutnya data dalam data tersebut dipresentasikan untuk mengetahui tingkatan *ranking* terhadap masing-masing pertanyaan. Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden yang tertulis dalam profil responden dalam kuesioner. Profil responden dalam kuisisioner adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan gaji/uang jajan per bulan. Rumus yang digunakan untuk menghitung persentase adalah sebagai berikut:

$$Fr = \frac{\text{Jumlah responden yang memilih}}{\text{Total responden}} \times 100\%$$

c) Rata-rata tertimbang

Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

X_i = Skor rata-rata tertimbang



$\sum F_i$ = Frekuensi

X_i = Bobot nilai

n = Jumlah responden

d. Rentang Skala

Rumus yang digunakan adalah:

$$Range = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan:

m = rata-rata nilai tertinggi

p = rata-rata nilai terendah

b = jumlah kelas/banyaknya kategori

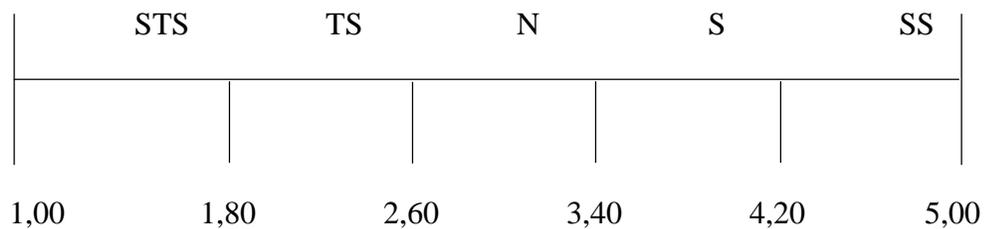
Dengan peringkat jawaban tertinggi adalah 5 dan terkecil adalah 1, dengan jumlah

kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

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

Gambar 3.1

rentang skala



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Sumber: Skripsi Valencia Chastine

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 Dilindungi Undang-Undang

12. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2016:154), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan uji statistik-non parametik Kolmogorov-Smirnov (K-S)

Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

H_0 : residual data berdistribusi normal

H_a : residual data tidak berdistribusi normal

Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen. Model yang paling baik adalah distribusi data normal/mendekati 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Uji Multikolinieritas

Imam Ghozali (2016:103) menjelaskan uji multikolinieritas bertujuan untuk dilakukan menguji apakah model regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Uji yang dilakukan untuk memastikan apakah didalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinieritas antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance atau VIF dari masing-masing variable dengan menggunakan software SPSS.

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika nilai tolerance ≥ 0.10 atau VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinieritas.
2. Jika nilai tolerance < 0.10 atau VIF ≥ 10 maka terdapat multikolinieritas.

c. Uji heteroskedisitas

Uji heteroskedisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Park.

13. Analisis Regresi Linier Berganda

Penulis menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan program komputer SPSS untuk mengetahui regresi berganda dengan model persamaan seperti berikut:

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

Dimana:



Y = Variable terikat (Keputusan Pembelian)

X_1 = Variable Iklan

X_2 = Variable Citra Merek

a = nilai konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel Iklan

β_2 = koefisien regresi variabel Citra Merek

ε = error

a. Uji keberatian Model (Uji F)

Uji F digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah model regresi penelitian layak atau tidak untuk digunakan. Hasil uji F dapat dilihat dalam tabel ANOVA dalam kolom sig. Dalam analisisnya, menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

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

H_a : Paling sedikit ada satu dari $\beta_i \neq 0$

Keterangan:

$$i = 1,2$$

Maka dasar pengambilan keputusannya adalah 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a. Jika nilai Sig < 0,05 atau F hitung > F tabel maka tolak H_0 , yang berarti regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Y .

b. Jika nilai Sig > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak tolak H_0 , yang berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi Y .

Jika uji F hasilnya adalah tolak H_0 , maka pengujian selanjutnya akan dilakukan pengujian uji t.

b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat signifikansi mode regresi, apakah setiap variabel independent berpengaruh pada variabel dependent. Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis dari penelitian didasarkan pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variabel independent terhadap variabel dependent.

1. Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian

$H_{01}: \beta_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh positif antara iklan terhadap keputusan pembelian.

$H_{a1}: \beta_1 > 0$, terdapat pengaruh positif antara iklan terhadap keputusan pembelian.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

a. Jika sig-t < 0.05, maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif iklan terhadap keputusan pembelian.

b. Jika sig-t > 0.05, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif iklan terhadap keputusan pembelian.



2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.

$H_{02}: \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh positif antara citra merek terhadap keputusan pembelian.

$H_{a2}: \beta_2 > 0$, terdapat pengaruh positif antara citra merek terhadap keputusan pembelian.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

a. Jika $\text{sig-t} < 0.05$, maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif citra merek terhadap keputusan pembelian.

b. Jika $\text{sig-t} > 0.05$, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif citra merek terhadap keputusan pembelian.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghozali (2016:95), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

$R = 0$, artinya variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).

$R = 1$, artinya variabel independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).



© 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.