

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Obyek Penelitian

Objek yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah Marketplace Tokopedia.

Objek penelitian ini adalah hasil kuesioner yang diberikan peneliti kepada customer atau pengguna aplikasi Tokopedia. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online dengan bantuan aplikasi *Google Form*.

B. Desain Penelitian

Desain Penelitian menurut Sekaran dan Bougie (2017a:109) adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data berdasarkan pertanyaan penelitian dari studi untuk mencapai solusi untuk masalah proyek penelitian. Menurut Cooper dan Schindler (2018a:147-151) terdapat delapan klasifikasi desain penelitian dengan prespektif yang berbeda, yaitu sebagai berikut:

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.

2) Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara komunikasi yaitu menyebarkan kuisisioner, dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada subjek penelitian berkaitan dengan variabel-variabel penelitian, yaitu kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Secara pribadi maupun non pribadi. Metode yang digunakan adalah





metode survey, dengan cara menyebarkan kuisioner yang berisi daftar pertanyaan kepada responden dengan mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban dari pertanyaan dalam kuisioner tersebut. Data yang dihasilkan juga dapat berasal dari isian yang harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian.

3) Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Peneliti menggunakan desain ex post facto (ex post facto design) yaitu desain laporan sesudah fakta, karena peneliti tidak memiliki kontrol atas variabel dalam pengertian bahwa peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasi. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi dan apa yang sedang terjadi.

4) Tujuan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kausal atau sebab akibat, yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti pengaruh antara kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Tokopedia di Jakarta Utara.

5) Dimensi Waktu

Dilihat dari dimensi waktunya penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan studi lintas bagian (Cross Section) yang dilakukan hanya sekali dan mewakili satu periode tertentu.

6) Cakupan Topik

Penelitian ini menggunakan studi statistik dimana hipotesis di dalam studi ini akan di uji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik. Studi tersebut akan mengeneralisasi mengenai temuan yang akan di hasilkan, berdasarkan sejauh mana sampel mempresentasikan subjek yang akan di teliti dan tingkat validitas/kesalahan sampel.

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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Insitutur Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



7) Lingkungan riset Penelitian

Penelitian ini menggunakan lingkungan aktual/kondisi lapangan (field conditions) dalam melakukan penelitiannya. Data yang diperoleh secara langsung dari konsumen Tokopedia di wilayah Jakarta Utara.

8) Kesadaran Persepsi Partisipan

Dalam penelitian ini, kesadaran persepsi partisipan penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian. Persepsi partisipan yang baik adalah partisipan tidak merasa adanya penyimpangan dalam rutinitas kesehariannya. Kesimpulan dari penelitian ini akan sangat bergantung pada jawaban-jawaban yang diberikan subjek penelitian. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pengertian kepada subjek penelitian sehingga persepsi negatif dapat dihindari saat penelitian.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut yang kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Keputusan Pembelian (Y) , Kualitas Produk (X1) , Promosi (X2).

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen biasa disebut juga sebagai variabel terikat. Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan pembelian yang dilakukan konsumen untuk membeli produk di Tokopedia.

Hak cipta milik IBIKKG (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.
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala
Keputusan Pembelian Menurut Kotler et al (2022 : 80)	Pilihan Produk	Keberagaman Produk	Konsumen memilih Tokopedia karena memiliki beragam produk yang diinginkan	Likert
		Pemilihan Produk	Konsumen memilih Tokopedia karena sesuai dengan kualitas yang diinginkan	Likert
	Pilihan Merek	Ketertarikan Pada Merek	Konsumen memilih Tokopedia karena memiliki citra merek yang baik	Likert
		Kebiasaan Pada Merek	Konsumen memilih Tokopedia karena telah terbiasa menggunakan layanan dengan merek tersebut	
		Kesesuaian Harga	Konsumen memilih Tokopedia karena harga yang ditawarkan sesuai dengan yang diinginkan konsumen	
	Waktu Pembelian	Kesesuaian dengan kebutuhan	Konsumen membeli produk di Tokopedia karena sesuai dengan kebutuhan	Likert

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



Tabel 3.1 (Lanjutan)

Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala
	Metode Pembayaran	Keberagaman dalam metode pembayaran	Konsumen memiliki banyak pilihan metode pembayaran di Tokopedia	Likert

2. Variabel Independen (X)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada suatu variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1) dan promosi penjualan (X2).

a. Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melakukan fungsinya, kemampuan ini meliputi daya tahan, kehandalan, ketepatan yang dicapai oleh produk secara keseluruhan.

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala
Kualitas Produk Menurut Kotler et al (2022 : 187)	Fitur	Produk dapat ditawarkan dengan berbagai keunggulan yang melengkapi fitur produk	Konsumen memilih produk di Tokopedia karena memiliki fitur yang terbaru sesuai jenis barangnya.	Likert
	Mutu Kerja	Produk berfungsi dengan baik	Produk yang dibeli konsumen berfungsi dengan baik	Likert

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



Tabel 3.2 (Lanjutan)

Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk

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

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	Mutu Kesesuaian	Kesesuaian produk	Mutu produk yang ada di Tokopedia sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen	Likert
	Daya Tahan	Produk memiliki daya tahan yang kuat	Konsumen memilih Tokopedia karena produk yang dijual memiliki daya tahan yang lama sesuai dengan pemakaian dan jenis produknya	Likert
	Keandalan	Produk tidak mengalami malfungsi dalam periode tertentu	Konsumen memilih produk di Tokopedia karena dapat diandalkan sesuai dengan fungsinya	Likert
	Bentuk	Kesesuaian Bentuk	Konsumen memilih produk di Tokopedia karena memiliki bentuk yang sesuai dengan yang diinginkan konsumen	Likert

b. Promosi (X2)

Promosi adalah konsep luas yang terdiri dari dua kegiatan promosi yang berbeda: insentif, yang termasuk promosi harga, kupon, dan promosi perdagangan, dan komunikasi, yang meliputi periklanan, hubungan masyarakat, media sosial, dan penjualan pribadi. Insentif dan komunikasi membuat kontribusi yang berbeda untuk proses penciptaan nilai: Insentif meningkatkan nilai penawaran, sedangkan komunikasi berfungsi untuk menginformasikan pelanggan tentang penawaran tetapi tidak selalu meningkatkan nilai penawaran. Variabel promosi ini diukur melalui indikator sebagai berikut:



Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Promosi

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

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala
Promosi Menurut Kotler dan Armstrong (2021): 411	Iklan	Usaha dari perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen	Konsumen memilih Tokopedia karena iklan Tokopedia sering muncul di social media	Likert
	Promosi Penjualan	Insentif jangka panjang dari perusahaan untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa sebuah layanan	Konsumen memilih Tokopedia karena sering menawarkan potongan harga Konsumen memilih Tokopedia karena sering memberikan kupon gratis ongkir (Ongkos Kirim)	Likert
	Hubungan Masyarakat	Upaya dari perusahaan untuk mempengaruhi persepsi dan opini sebagai kelompok terhadap perusahaan tersebut	Konsumen memilih Tokopedia karena menjadi sponsorship di banyak event	Likert

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

D. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling*.

Non probability sampling menurut Sekaran dan Bougie (2017:59) yaitu elemen tidak memiliki peluang yang diketahui atau yang ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai subjek.

Sedangkan jenis pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling*. *Judgement sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan memilih satuan sampling atas dasar pertimbangan tertentu. Pertimbangannya adalah konsumen yang pernah membeli produk di Tokopedia di wilayah Jakarta . Populasi tersebut akan diambil sampel dengan judgment



sampling, dengan menggunakan kriteria: konsumen yang pernah membeli produk di Tokopedia satu tahun terakhir. Menurut Roscoe (dalam Sugiyono 2019:144) sebaiknya ukuran sampel harus 100 atau lebih besar. Sebagai aturan umum, jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pernyataan yang akan dianalisis, dan ukuran sampel akan lebih diterima apabila memiliki rasio 10:1. Dalam penelitian ini terdapat 17 item pertanyaan, maka jumlah sampel minimum yang dibutuhkan berdasarkan perhitungan adalah $17 \times 5 = 85$ responden. Subjek pengambilan sampel pada penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menggunakan aplikasi Tokopedia untuk berbelanja dan berdomisili di Jakarta Utara. Oleh karena itu, dalam penelitian ini dilakukan pembagian kuisisioner secara sistematis dengan perincian kuisisioner yang ditetapkan oleh peneliti sebesar 110 responden yang memenuhi kriteria yaitu telah menggunakan aplikasi Tokopedia untuk berbelanja dan berdomisili di Jakarta Utara.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan Teknik komunikasi. Teknik komunikasi dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada konsumen Tokopedia di Wilayah Jakarta, responden yang dipilih adalah responden yang pernah berbelanja di Tokopedia. Penelitian ini menggunakan google form dengan cara disebarakan kepada konsumen Tokopedia dengan minimal 85 responden dan jumlah responden yang diambil dalam penelitian adalah 110 responden.

Berdasarkan pertanyaan yang terdapat pada kuisisioner untuk merespon jawaban responden, peneliti menentukan perolehan nilai dalam masing-masing jawaban menggunakan skala Likert.

1. Dilarang menyalin 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.



Skala likert digunakan dalam mengukur persepsi dan opini dari individu serta kelompok yang terdapat dalam fenomena social. Peneliti menggunakan skala likert dengan tingkatan nilai sebagai berikut : 5 (Sangat Setuju) ; 4 (Setuju) ; 3 (Netral) ; 2 (Tidak Setuju) dan 1 (Sangat Tidak Setuju).

Tabel 3.4

Tabel Skala Likert

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

F. Teknik Analisis Data

Pengolahan data dilakukan setelah diselesaikannya tahap pengisian kuesioner dan pengumpulan semua data yang ada. Data yang diperoleh ialah data mentah yang kemudian akan diolah menggunakan software SPSS sehingga dapat menghasilkan output yang diperlukan dalam penelitian. Untuk mempermudah hal tersebut, peneliti memilih untuk menerapkan teknik analisis data seperti ini:

1. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali (2018:51), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji

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

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



validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis item yaitu mengkorelasi skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Dalam penelitian ini digunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien validitas

N = Jumlah responden

X = Skor variabel

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item dikurang X

Indikator pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai koefisien korelasi hitung lebih besar dari nilai korelasi tabel untuk $\alpha = 5\%$ dan $n = 30$

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Dalam penelitian ini pengukuran hanya dilakukan sekali saja kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Rumus dari Cronbach Alpha tersebut adalah sebagai berikut :



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

©

Keterangan:

r_{11}

= Reliabilitas instrument

k

= Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$

= Jumlah standar deviasi sampel

σt^2

= Varian total

3. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Imam Ghozali (2018:19), analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi atas suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (kemencengan distribusi). Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara faktual dan sistematis. Perhitungan analisis deskriptif dapat dilakukan melalui :

a. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Mean dilakukan untuk menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut, Mean dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{(\sum f_i \cdot x_i)}{n}$$

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.



Keterangan:

\bar{X} = Rata-Rata Hitung

x_i = Nilai sampel ke- i

n = Jumlah sampel

b. Rata-rata Tertimbang

Rata-rata tertimbang adalah rata-rata yang dihitung dengan memperhitungkan timbangan/bobot untuk setiap datanya. Setiap penimbang/bobot tersebut merupakan pasangan setiap data. Rumus dari rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut:

$$\bar{X} = \frac{(\sum f_i \cdot x_i)}{f_i}$$

Keterangan:

\bar{X} = Rata – rata tertimbang

x_i = Nilai data ke- i

f_i = Bobot data ke- i

n = Jumlah data

c. Selang Kepercayaan

Selang kepercayaan adalah suatu selang nilai-nilai yang digunakan untuk mengestimasi nilai sebenarnya dari parameter populasi. sebuah penelitian dilakukan pada sebuah populasi yang berukuran N yang memiliki rata-rata μ yang tidak diketahui serta varian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Instititut 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.



σ² diketahui. Penelitian tersebut akan mengestimasi nilai rata-rata μ dengan menggunakan selang kepercayaan. Untuk mengestimasi rata-rata μ , maka diambil sampel sebanyak n dari populasi N . Distribusi sampling tersebut biasanya didekati dengan distribusi normal, oleh karena itu dengan menggunakan data sampel, dihitung nilai estimasi titik dari rata-rata μ yaitu sebagai berikut.

$$CI = \bar{x} \pm Z \frac{s}{\sqrt{n}}$$

Keterangan :

CI = Confidence Interval

\bar{x} = Sample Mean

Z = Confidence Level Value

s = Sample Standard Deviation

n = Sample Size

d. Rentang Skala

Pengukuran variabel dilakukan dengan alat bantu kuisioner yang diisi oleh responden. Berdasarkan daftar pertanyaan pada kuisioner yang akan dibuat, untuk menentukan penilaian skor atas jawaban yang akan diberikan oleh responden, peneliti menetapkan nilai masing-masing jawaban yang diperoleh berdasarkan skala Likert. Menurut Cooper dan Schindler (2018:327), Skala Likert terdiri atas pernyataan yang mengekspresikan baik sikap yang mendukung dan tidak mendukung terhadap objek kepentingan.

1. Dilarang menyalin atau menjiplak 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.



Setiap respon diberikan skor numerik untuk menyatakan tingkat dukungan sikap dan skor tersebut mungkin dijumlahkan untuk mengukur sikap keseluruhan partisipan. Untuk

menghitung skala penilaian, digunakan rentang skala sebagai berikut:

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

Keterangan:

RS = Rentang Skala penilaian

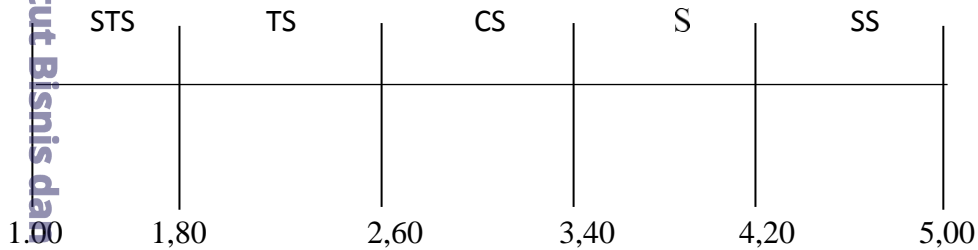
m = Skor tertinggi

p = Skor terendah

b = Jumlah kelas atau kategori

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

$$RS = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$



Keterangan:

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

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.



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)

4. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolonieritas

Menurut Imam Ghozali (2018:107), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terdapat korelasi maka terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi. Untuk mendeteksinya dilakukan uji regresi dengan bantuan SPSS. Cara melihat nilai tolerance atau variance inflation factor (VIP). Syarat untuk bebas multikolinieritas adalah dengan melihat nilai tolerance yang mendekati 1 atau nilai $VIF \leq 10$. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas memiliki sebuah dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

Jika nilai tolerance $\geq 0,10$ atau $VIF < 10$, maka tidak terdapat multikolinieritas.

Jika nilai tolerance $< 0,10$ atau $VIF \geq 10$, maka terdapat multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi jika ada ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2018:137), Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

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



regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut

Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik

adalah sebagai berikut:

Jika koefisien parameter $\sigma < 0.05$, maka terjadi heteroskedastisitas.

Jika koefisien parameter $\sigma > 0.05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi

yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal. Salah satu cara

untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak adalah dengan uji statistic

non-parametrik Kolmogorov – Smirnov (K - S), dengan bantuan aplikasi SPSS. Uji tersebut

dilakukan dengan membuat hipotesis :

H_0 : data residual berdistribusi normal.

H_a : data residual tidak berdistribusi normal.

Dengan signifikan ($\alpha = 5\%$), maka dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

Jika $p\text{-value} > \alpha$, maka data dikatakan berdistribusi normal.

Jika $p\text{-value} < \alpha$, maka data dikatakan tidak berdistribusi normal.

5. Analisis Regresi Berganda



Menurut Sekaran dan Bougie (2017b:139), Analisis regresi berganda adalah teknik multivariat yang sering kali digunakan dalam penelitian bisnis. Analisis regresi berganda menggunakan lebih dari satu variabel bebas untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat.

Regresi berganda memiliki persamaan sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Kualitas Produk

X2 = Promosi

β_0 = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel Kualitas Produk

β_2 = koefisien regresi variabel Promosi

e = error

6. Uji Keberartian Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2018:98), uji F pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas atau independen memiliki pengaruh terhadap variabel terkait atau dependen. Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi layak digunakan. Hasil uji F dilihat dalam table ANOVA dalam kolom sig. Sebagai contoh, kita menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% dengan hipotesis sebagai berikut:

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

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.





Ha : Paling sedikit ada satu dari $\beta_1 \neq 0$; $i = 1, 2$

Maka dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

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

Jika nilai Sig F < 0.05, maka tolak Ho atau dapat disimpulkan yang berarti ada pengaruh terhadap Y.

Jika nilai Sig F > 0.05, maka tidak tolak Ho atau dapat disimpulkan yang berarti tidak ada pengaruh terhadap Y.

7. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:98-99), digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel independen signifikan atau tidak adalah sebagai berikut:

Ho1 : $\beta_1 = 0$ Kualitas Produk tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian

Ha1 : $\beta_1 > 0$ Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian

Ho2 : $\beta_2 = 0$ Promosi tidak berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian

Ha2 : $\beta_2 > 0$ Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian

Jika probabilitas nilai t atau signifikansi < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Jika probabilitas nilai t atau signifikansi > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing – masing variabel bebas terhadap variabel terkait.

Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie).
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Penulisan 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.



8. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018:97-98), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menertangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel terikat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

$R^2 = 0$ artinya variabel bebas (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).

$R^2 = 1$ artinya variabel bebas (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y).

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.