



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah kualitas layanan,, promosi, dan keputusan pembelian pada PT Sigma Asia Bahtiar. Sedangkan subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk lebih dari satu kali pada PT Sigma Asia Bahtiar.

B. Desain Penelitian

Menurut Schindler (2019:82) menjelaskan bahwa desain penelitian adalah rencana berbasis waktu untuk eksekusi dari semua kegiatan penelitian yang memiliki tiga tugas: desain pengambilan sampel, desain pengumpulan data, dan pengembangan instrumen pengukuran yang masing-masing tahapan tersebut terintegrasi. meskipun mereka ditangani secara terpisah.

Sementara menurut Radjab dan Jam'an (2017:77) desain penelitian adalah kerangka kerja yang digunakan untuk melaksanakan penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian dimana data-data yang dikumpulkan berwujud sebuah angka atau pernyataan yang kemudian dinilai dan dianalisis melalui analisis statistic dengan sifat penelitian objektif, induktif, dan ilmiah.

Schindler (2019:74) mengklasifikasikan desain penelitian ke dalam beberapa kategori, antara lain:

Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan pengujian hipotesis dan kemudian diharuskan untuk menjawab pertanyaan yang diberikan



oleh peneliti yang telah dikemukakan sehingga penelitian ini termasuk dalam studi formal.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Metode Pengumpulan Data

Metode yang akan dikumpulkan di dalam penelitian ini menggunakan studi komunikasi dengan cara menyebarkan kuisisioner elektronik melalui *Google Forms* yang berisikan beberapa pertanyaan kepada responden dan kemudian mengumpulkan respon dari mereka.

3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Desain *ex post facto* digunakan dalam penelitian ini dimana desain tersebut menjadikan peneliti tidak mempunyai kontrol variabel-variabel yang berarti peneliti sulit dan tidak bisa memanipulasi suatu variabel.

4. Tujuan Studi

Penelitian ini berfokus kepada bagaimana satu variabel menyebabkan perubahan terhadap variabel lainnya sehingga penelitian ini dapat disebut penelitian kausal eksplanatori.

5. Dimensi Waktu

Cross sectional study digunakan dalam penelitian ini karena penelitian ini dilakukan satu kali dengan menyediakan potret dari sebuah kejadian dalam satu waktu.

6. Cakupan Topik

Studi statistik digunakan dalam penelitian ini karena desainnya untuk mencakup yang lebih luas. Tujuan studi ini yaitu untuk membuat kesimpulan dari karakteristik sampel dan hipotesis yang akan diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

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.



Dalam penelitian penyebarannya dilakukan melalui kuisioner kepada pra responden sehingga penelitian ini termasuk dalam konsidi lingkungan yang aktual.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Hasil dari penelitian dipengaruhi oleh kesadaran persepsi responden pada saat mengisi kuisioner.

Variabel Penelitian

Ada dua jenis variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*independent variable*). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y), sedangkan yang menjadi variabel bebas adalah kualitas layanan (X_1) dan promosi (X_2). Berikut ini adalah definisi dan pengukuran yang digunakan dari masing-masing variabel tersebut.

1. Kualitas Layanan (X_1)

Menurut Widyanti dan Sujianto (2022) kualitas layanan merupakan suatu penyajian produk atau jasa yang sesuai dengan standar perusahaan dan diupayakan dalam penyampaian produk dan jasa tersebut sama dengan apa yang diharapkan konsumen.

Kualitas Layanan sebagai variabel bebas (X_1) pada penelitian ini , pengukuran variable kualitas layanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui enam indicator beserta butir pernyataan yang disajikan pada table 3.1.

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.



Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan

Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Reliability Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang 1. Barang mentip sebagian atau seluruh karya tulis ini penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah	Memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	PT Sigma Asia Bahtiar memberikan layanan yang baik sesuai dengan yang dijanjikan.	Interval
	Keandalan dalam menangani permasalahan konsumen	PT Sigma Asia Bahtiar mampu menangani permasalahan konsumen dengan baik.	
	Memberikan pelayanan yang baik sejak pertama kali	PT Sigma Asia Bahtiar memberikan pelayanan yang baik secara konsisten.	
	Memberikan pelayanan sesuai waktu yang dijanjikan	PT Sigma Asia Bahtiar mengirimkan pesanan produk dengan tepat waktu sesuai estimasi yang dijanjikan.	
Responsiveness 1. Tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,	Konsumen diberitahu kapan pelayanan akan dilakukan	PT Sigma Asia Bahtiar segera memberitahu saya secara pasti kapan pesanan produk akan diantar.	Interval
	Memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen	PT Sigma Asia Bahtiar mengantarkan pesanan produk dengan cepat.	
	Kesediaan untuk membantu konsumen	PT Sigma Asia Bahtiar selalu bersedia untuk membantu saya.	
	Kesiapan untuk menanggapi permintaan konsumen	PT Sigma Asia Bahtiar selalu siap untuk menanggapi permintaan pesanan saya.	
Assurance	Karyawan mampu menanamkan kepercayaan pada konsumen	Perilaku karyawan PT Sigma Asia Bahtiar mampu menumbuhkan kepercayaan pada konsumen.	Interval
	Membuat konsumen merasa aman dalam bertransaksi	Saya merasa aman saat bertransaksi dengan PT Sigma Asia Bahtiar meskipun tidak bertatap secara langsung.	
	Karyawan yang selalu sopan	Karyawan PT Sigma Asia Bahtiar selalu sopan dalam memberikan pelayanan.	
	Karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen	Karyawan PT Sigma Asia Bahtiar memiliki pengetahuan yang luas untuk menjawab pertanyaan konsumen.	



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>Empathy</p> <p>1. Dilarang menyalin 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</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	Memberikan perhatian secara individual kepada konsumen	Karyawan PT Sigma Asia Bahtiar memberikan perhatian secara individual kepada saya.	Interval
	Karyawan yang penuh kepedulian dengan konsumen	Karyawan PT Sigma Asia Bahtiar memperlakukan konsumen dengan penuh kepedulian.	
	Mengutamakan kepentingan terbaik konsumen	PT Sigma Asia Bahtiar selalu mengutamakan kepentingan konsumen.	
	Karyawan memahami kebutuhan konsumen	PT Sigma Asia Bahtiar memahami kebutuhan saya.	
	Jam operasi yang nyaman	Waktu operasi dari PT Sigma Asia Bahtiar memudahkan saya dalam memesan produk.	
<p>Tangibles</p>	Peralatan yang modern	Peralatan komunikasi dan kendaraan pengiriman barang PT Sigma Asia Bahtiar memudahkan konsumen saat bertransaksi.	Interval
	Fasilitas yang terlihat menarik secara visual	PT Sigma Asia Bahtiar menyediakan fasilitas berupa katalog produk yang tampak menarik.	
	Karyawan berpenampilan rapi dan profesional	Karyawan PT Sigma Asia Bahtiar berpenampilan profesional	

Sumber: Diadaptasi dari Parasuraman *et al.* (1985) dalam Kotler *et al.* (2022)

2. Promosi (X2):

Promosi menurut Kotler dan Armstrong (2021:72) merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran dimana mendefinisikan promosi sebagai kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk target pelanggan untuk membeli produk.

Pengukuran variabel promosi yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui empat indikator beserta butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.2.



Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Promosi

Dimensi	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang Promosi 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.	<i>Advertising</i> (Periklanan)	a) PT Sigma Asia Bahtiar cukup sering menampilkan iklan di media b) Iklan yang di sampaikan PT Sigma Asia Bahtiar dapat menarik perhatian	Interval
	<i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan)	PT Sigma Asia Bahtiar memberikan diskon yang menarik	Interval
	<i>Direct Marketing</i> (Pemasaran Langsung)	PT Sigma Asia Bahtiar memberikan penjelasan produk cukup baik	Interval
	<i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal)	PT Sigma Asia Bahtiar menyampaikan proses pesanan secara detail	
	<i>Public Relation</i> (Hubunngan Masyarakat)	a) Cukup sering melihat kerabat menggunakan produk dari PT Sigma Asia Bahtiar b) Cukup sering mendapatkan informasi dan saran dari kerabat menggunakan produk dari PT Sigma Asia Bahtiar	Interval

Sumber: Diadaptasi dari Sitorus dan Utami (2017)

3. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler dan Armstrong (2021:161) keputusan pembelian adalah keputusan konsumen dalam membeli merek yang paling disukai, namun dua faktor bisa datang antara niat pembelian dan keputusan pembelian.



Tabel 3.3

Operasionalisasi Keputusan Pembelian

Dimensi	Indikator	Indikator Pernyataan	Skala
Pilihan Produk	Keunggulan produk	Saya memutuskan melakukan pembelian produk pada PT Sigma Asia Bahtiar karena memiliki produk yang lebih unggul dari Kompetitor.	Interval
	Manfaat produk	Saya memutuskan melakukan pembelian produk pada PT Sigma Asia Bahtiar karena produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan saya.	Interval
	Pemilihan produk	Saya memutuskan melakukan pembelian produk pada PT Sigma Asia Bahtiar karena sesuai dengan kualitas yang diinginkan.	Interval
Pilihan Merek	Ketertarikan pada merek	Saya memutuskan melakukan pembelian produk pada PT Sigma Asia Bahtiar karena memiliki citra merek produk yang baik.	Interval
	Kebiasaan pada merek	Saya memutuskan melakukan pembelian produk pada PT Sigma Asia Bahtiar karena terbiasa dengan merek tersebut.	Interval
	Kesesuaian harga	Saya memutuskan melakukan pembelian produk pada PT Sigma Asia Bahtiar karena harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan.	Interval
Waktu Pembelian	Kesesuaian dengan kebutuhan	Saya memutuskan melakukan pembelian produk pada PT Sigma Asia Bahtiar dan akan membeli produk secara rutin pada saat membutuhkannya.	Interval
Jumlah Pembelian	Keputusan jumlah pembelian	Saya akan membeli produk PT Sigma Asia Bahtiar lebih dari satu kali.	Interval

Sumber: Kotler dan Armstrong (2021)

D. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Darmanah (2019:34), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel penelitian yang dihimpun oleh peneliti di penelitian ini merupakan *Non-probability Sampling* dengan pendekatan *Judgement/purposive sampling*, adalah teknik pemilihan sampel dari anggota yang tidak menawarkan kesempatan atau bahkan kesempatan yang sama untuk setiap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (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.



komponen atau anggota dari populasinya (Sugiyono, 2018). Teknik pengambilan sampel ini akan ditujukan kepada 184 pelanggan PT Sigma Asia Bahtiar dengan kriteria yang pernah berbelanja pada PT Sigma Asia Bahtiar.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian di bidang ilmu sosial seperti manajemen, psikologi, sosiologi umumnya variable-variabel penelitian tersebut dirumuskan sebagai sebuah variabel latent atau un-observed (sering juga disebut konstruk) yaitu variable yang tidak dapat diukur secara langsung (Ghozali, 2018, 45)

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik penyebaran kuesioner, pada tahap ini kuesioner disebar dengan memberikan beberapa pernyataan tertulis dan diisi oleh responden sesuai jawaban yang dipilih dari opsi yang bertujuan untuk mengetahui pendapat responden tentang suatu hal. Penelitian ini menggunakan alat ukur berupa skala likert dengan variabel kualitas layanan, promosi penjualan, dan keputusan pembelian.

Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, yang artinya pertanyaan telah disusun sebelumnya dengan memberikan pilihan jawaban yang sudah dipersiapkan oleh peneliti. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert dengan lima tingkatan, yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju.

F. Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan data melalui kuesioner, selanjutnya peneliti akan melakukan pengolahan data untuk dianalisis dengan menggunakan alat bantu *software* Warp PLS 7.0 dan SPSS 20.0. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan dalam



penelitian ini sebagai berikut:

1. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menilai reliabilitas dan validitas dari indikator-indikator pembentuk variabel laten (Latan dan Ghozali, 2017:85).

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018:51), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. 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 suatu indikator dalam mengukur variabel laten. Validitas suatu indikator dapat dievaluasi dengan tingkat signifikansi pengaruh antara suatu variabel laten dengan indikatornya. *Item* pernyataan dinyatakan valid apabila $P\text{-value} < 0,05$ dan $factor\ loading > 0,5$ (Latan dan Ghozali, 2017:89).

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45), uji reliabilitas adalah 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 menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang 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 $Cronbach's\ Alpha$

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.



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
- σt^2 = varians total
- $\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. Analisis Deskriptif

Ghozali (2018:19) 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*. Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah 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:

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

Keterangan:

- Fr_i = frekuensi relatif ke-*i* setiap kategori
- $\sum f_i$ = jumlah responden yang termasuk kategori-*i*
- n = total responden

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.



b. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Rata-rata hitung atau *mean* dilakukan dengan 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

Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung skor rata-rata tertimbang adalah 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

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.



Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang

skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Oleh karena itu, perlu dihitung rumus rentang skala sebagai berikut:

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

Keterangan:

Rs = rentang skala

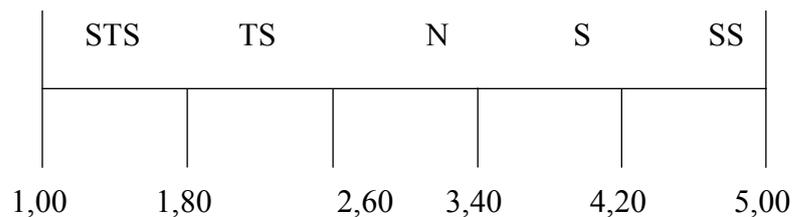
m = skor tertinggi pada skala

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:

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



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

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



3. Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk melihat seberapa kuat subjek menyetujui suatu pernyataan pada skala lima titik. Responden diminta untuk setuju atau tidak setuju dengan setiap pernyataan yang ada dan setiap respon diberikan skor numerik untuk menyatakan tingkat dukungan sikap dan skor tersebut dapat dijumlahkan untuk mengukur sikap responden secara keseluruhan (Schindler, 2019:489). 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*

Penilaian *overall fit* dilakukan untuk mengetahui apakah model SEM (*Structural Equation Modeling*) yang dibuat dapat diterima (*fit*). Indikator-indikator yang ada adalah sebagai berikut:

a. *Average Path Coefficient (APC)*

Nilai *cut-off P-value* untuk 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 ≤ 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 ≤ 5 masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan indikator tunggal (Latan dan Ghozali, 2017:96).

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)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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.



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 Ghazali, 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 Ghazali, 2017:98).

j. Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)

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

5. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

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:

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

Keterangan:

KP = Keputusan Pembelian

KL = Kualitas Layanan

PR = Promosi

Tujuan dalam menilai model struktural adalah untuk memprediksi hubungan antar variabel laten dengan melihat seberapa besar *variance* yang dapat dijelaskan dan untuk mengetahui signifikansi dari *P-value* (Latan dan Ghazali, 2017:85). Terdapat



beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu:

a. Tanda (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 promosi terhadap keputusan pembelian

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

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

Kriteria pengujian hipotesis:

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

Tidak tolak H_0 apabila $P\text{-value} \geq 0,05$ (tidak terbukti ada 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 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.