



## BAB III

### METODE PENELITIAN



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini obyek yang akan diteliti adalah ekspedisi Anteraja. Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah konsumen yang telah memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan jasa ekspedisi Anteraja.

#### B. Desain Penelitian

Dalam sebuah penelitian dibutuhkan perencanaan agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan secara lancar. Menurut Cooper dan Schindler (2017:126), pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian ini bisa ditinjau dari berbagai perspektif yang berbeda, yaitu:

Berdasarkan tingkat perumusan masalah

Penelitian ini termasuk dalam penelitian formal, karena penelitian ini dimulai dengan hipotesis dan identifikasi masalah dimana tujuan akhirnya adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab identifikasi masalah tersebut.

Berdasarkan metode pengumpulan data

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan komunikasi, karena penelitian ini mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui cara-cara personal atau non-personal. Data yang dihasilkan harus diisi dan diberikan kepada subjek penelitian.

Berdasarkan pengendalian variabel oleh peneliti

Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto*, dimana peneliti tidak memiliki kendali atas variabel-variabel dan tidak dapat dimanipulasi.

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.



4. Berdasarkan dimensi waktu

Penelitian ini menggunakan studi lintas-seksi (*cross-sectional*), yaitu studi

yang dilaksanakan satu kali dan mewakili potret dari suatu keadaan pada suatu saat tertentu.

5. Berdasarkan ruang lingkup topik bahasan

Penelitian ini menggunakan studi statistik karena penelitian berusaha untuk menangkap karakteristik populasi melalui karakteristik sampel dan penelitian ini diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik.

6. Berdasarkan lingkungan penelitian.

Penelitian ini tergolong sebagai penelitian lapangan (*field studies*) karena subjek dan obyek penelitian berada dalam lingkungan nyata yang sebenarnya.

**C. Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y) dan yang menjadi variabel dependen adalah *Word Of Mouth* (X<sub>1</sub>), Citra Perusahaan (X<sub>2</sub>), dan Kualitas Layanan (X<sub>3</sub>). Adapun pengukuran dari variabel-variabel tersebut yang dapat diperoleh dari tabel berikut ini :

**Tabel 3.1**  
**Pengukuran Variabel *Word Of Mouth***

Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Keinginan konsumen untuk membicarakan hal-hal yang positif	Saya ingin membicarakan hal-hal yang positif tentang Anteraja.	Interval
Rekomendasi dari orang lain mengenai jasa atau produk sebuah perusahaan	Saya akan merekomendasikan jasa Anteraja kepada orang lain.	Interval
Keinginan melakukan transaksi akibat dorongan orang sekitar	Saya melakukan transaksi di Anteraja karena adanya dorongan dari orang sekitar.	Interval

Sumber : Babin (2015 : 133)

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.



**Tabel 3.2**  
**Pengukuran Variabel Citra Merek**

Dimensi	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Identitas Merek ( <i>Brand Identity</i> )	Merek dan Logo Anteraja mudah dikenali	1. Anteraja memiliki merek yang mudah diingat. 2. Anteraja memiliki logo yang mudah dikenali.	Interval
Personalitas Merek ( <i>Brand Personality</i> )	Ciri khas yang dimiliki	Anteraja memiliki ciri khas jasa logistik yang mengedepankan nilai SATRIA yaitu Sigap, Aman, Terpercaya, Ramah, Integritas, dan Amanah.	Interval
Sikap dan Perilaku Merek ( <i>Brand Attitude and Behavior</i> )	Interaksi antara merek dengan konsumen dalam menawarkan nilai atau manfaat produk	Anteraja memastikan bahwa paket yang diterima oleh konsumen tidak mengalami cacat atau kerusakan baik pada kemasan dan produk.	Interval

Sumber : Sitorus, et al., (2022 : 108)

**Tabel 3.3**  
**Pengukuran Variabel Kualitas Layanan**

Dimensi	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	Memberikan Pelayanan sesuai yang dijanjikan.	Anteraja memberikan pelayanan berupa pengiriman paket secara tepat waktu.	Interval
	Menawarkan bantuan dalam menangani masalah	Anteraja menyediakan <i>call center</i> untuk membantu konsumen dalam menangani masalah.	Interval
	Memberikan Pelayanan yang baik.	Anteraja memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang dijanjikan.	Interval
Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	Memberikan informasi kepada konsumen kapan layanan dilakukan	Anteraja memberikan informasi siapa yang akan mengantarkan paket.	Interval
	Memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen	Anteraja memproses <i>pick up dan delivery</i> secara cepat	Interval
	Bersedia membantu konsumen	Anteraja bersedia untuk membantu konsumen.	Interval

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.



	Kesiapan dalam merespon permintaan konsumen	Anteraja memiliki kesiapan dalam merespon permintaan konsumen.	Interval
<b>C</b> Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	Perusahaan dan karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada konsumen	Interval
		Membuat konsumen merasa aman dalam melakukan transaksi	Interval
		Karyawan selalu sopan	Interval
		Karyawan memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan dari konsumen	Interval
Empati ( <i>Empathy</i> )		Menunjukkan rasa peduli terhadap konsumen	Interval
		Memprioritaskan kepentingan konsumen terlebih dahulu	Interval
		Memiliki jam operasional yang tertib	Interval
		Karyawan maupun perusahaan memahami apa yang menjadi kebutuhan konsumen	Interval
Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	Memiliki fasilitas yang menarik secara visual	1. Anteraja memiliki ruangan kantor yang bersih dan nyaman. 2. Adanya fasilitas yang mendukung. 3. Penampilan karyawan yang rapih.	Interval

Sumber : Kotler, et al., (2022 : 323)

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 3.4**  
**Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian**

Dimensi	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Pilihan Produk	Keputusan untuk membeli produk	Saya lebih memilih jasa pengiriman ekspedisi dibandingkan mengirimkan sendiri.	Interval
Pilihan Merek	Keputusan tentang merek	Saya memilih jasa Anteraja ketika memilih jasa pengiriman ekspedisi.	Interval
Waktu Pembelian	Pemilihan waktu pembelian	Saya bisa menggunakan jasa Anteraja sesuai dengan waktu yang diinginkan.	Interval
Metode Pembayaran	Fleksibilitas	Saya bebas dalam memilih metode pembayaran yang akan digunakan.	Interval

Sumber : Kotler & Armstrong (2018:177)

#### D. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Teknik Sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non probability sampling* pendekatan *Judgement sampling* berdasarkan kriteria sebagai berikut :

- a. Konsumen atau pelanggan yang pernah menggunakan layanan jasa ekspedisi.
- b. Konsumen atau pelanggan yang memiliki usia minimal 17 tahun.
- c. Jumlah responden : 100

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner online melalui *Google Forms* ke responden. Pengertian kuesioner menurut Sugiyono (2018 : 219) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
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.  
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.



pertanyaan, yang dimana daftar tersebut akan diisi oleh responden. Yang nantinya akan dikumpulkan dan diolah menjadi objek penelitian.

Ⓒ Skala yang biasanya dipakai dalam penyusunan kuesioner adalah Skala Ordinal (*Skala LIKERT*), yang dimana berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut (Ghozali, 2018):

= Sangat Tidak Setuju

= Tidak Setuju

= Ragu-ragu atau Netral

= Setuju

= Sangat Setuju

Skala LIKERT dinyatakan ordinal karena pernyataan Sangat Setuju memiliki tingkat atau preferensi yang “lebih tinggi” dari kata Setuju, dan Setuju “lebih tinggi” dari Ragu-ragu”. Namun jika jarak skala itu sama besar atau konstan, maka skal LIKERT menjadi skala interval. Supaya data penelitian yang diperoleh valid dan reliabel, maka sebelum data kuesioner dibagikan, data keusioner tersebut akan diuji kelayakannya melalui dua teknik pengujian, yaitu :

### Uji Validitas

Uji validitas membantu mengenali jika ada pertanyaan atau pernyataan dalam kuisisioner yang sewajibnya dihilangkan atau digantikan dikarenakan tidak mengukur apa yang ingin diukur. Validitas merupakan alat yang dipakai untuk mengukur apa yang ingin diukur. Validitas seperti yang digunakan dalam penelitian ini (*content validity*) menunjukkan kecocokan suatu pengukuran data dengan apa diukurnya. Secara umum ini digunakan untuk menghitung korelasi antara setiap skor item instrumen dengan skor totalnya.

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.



Uji validitas dilakukan dengan menggunakan instrument pengukur yang terbentuk dalam program komputer yang dinamakan *IBMSPSS Statistics 25*, apabila alat ukur tersebut menunjukkan kolerasi secara signifikan dengan skor item pada skor total, maka alat skor tersebut dapat dikatakan valid (Ghozali, 2018). Pengujian validitas dimulai dengan menghitung korelasi antara setiap skor pertanyaan dengan skor total yang dikorelasikan atau yang disebut *corrected – item total correlation*, menggunakan metode rumus korelasi *Product-Moment* yang rumusnya dapat dijabarkan dibawah ini :

$$r = \frac{n(\sum X) - (\sum x \sum V)}{\sqrt{(n \sum X)^2 (n \sum V^2 - (\sum V)^2)}}$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi *Pearson Product-Moment*

n = ukuran sampel

X = skor pertanyaan

Y = skor total perkoreksi

Menghitung valid atau tidaknya pada suatu pertanyaan dapat dilakukan dengan metode perbandingan jumlah koefisien korelasi butir soal dengan nomor tabel. Pemeriksaan validitas dilakukan sesuai dengan metode korelasi, yang artinya menunjukkan hubungan hasil pertanyaan dan hasil keseluruhan dengan koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) dan nilai signifikansi (probabilita statistika).

Analisis korelasi pada item pertanyaan dan item total dihasilkan oleh 50 responden yang mengisi kuisisioner. Jika nilai probabilitas statistik *<level of significant* 5% = 0,05, diidentifikasi bahwa hasil tersebut dikatakan valid.

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.





## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan instrumen untuk mengukur sebuah kuesioner, yang berupa instrumen pengukuran konstruk atau variabel. Sebuah kuesioner dapat dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya jika tanggapan dari individu, terhadap pertanyaan tersebut konsisten atau stabil seiring berjalannya waktu (Ghozali, 2018)

Artinya suatu alat ukur dapat menghasilkan nilai reliabilitas yang terbaik jika kesimpulan dari pengukuran diuji berulang kali pada subjek yang sama dan selalu memberikan hasil atau skor yang sama. Instrumen pengukuran akan dianggap teruji (reliabel) jika instrument tersebut berkendala dalam mengevaluasi rumus yang dipakai merupakan koefisien alpha.

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

Keterangan :

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$\sum a^2 b^2$  = jumlah varian butir

$k$  = jumlah butir pernyataan

$\sigma^2$  = varian total

Dalam sekumpulan item pernyataan atau pertanyaan jika koefisiennya  $\alpha \geq 0,60$  maka dapat dikatakan reliabel. Pengujian reliabilitas menggambarkan tingkat kemantapan sebuah alat ukur dalam mengukur gejala atau kejadian. Jika semakin tinggi reliabilitas dalam suatu instrumen pengukur maka akan semakin stabil instrumen ukur tersebut. Saat melakukan perhitungan alpha, Diaplikasikan melalui program komputer dengan merupakan SPSS untuk Windows20 dan menggunakan model alpha. Di sisi lain, apabila nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,7 maka akan dianggap reliabel, ketika membuat keputusan reliabilitas Ghozali (2018).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





## F. Teknik Analisis Data

Data yang telah didapatkan dari hasil kuesioner yang sudah disebar, akan diolah dengan menggunakan program software IBM SPSS 25. Berikut metode-metode analisis yang akan digunakan pada penelitian ini :

### 1. Analisis Deskriptif

Menurut Ghozali (2018 : 19) menyatakan analisis statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, minimum, maksimum, *sum*, *range*, kurtosis, dan *skewness*. Analisis dalam penelitian ini adalah:

#### a. Rata-Rata Hitung

Rata-rata hitung atau *mean* dilakukan dengan menjumlahkan seluruh data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. dengan rumus berikut:

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

Keterangan:

- x = rata-rata hitung
- xi = nilai sampel ke i
- n = jumlah sampel

#### b. Analisis Persentase

Analisis presentase adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan. Dengan rumus berikut:



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

Keterangan:

P = Presentase responden yang memiliki kategori tertentu

$\sum f_i$  = Jumlah responden dalam suatu kategori tertentu

n = Total responden

### c. Rentang Skala

Setelah nilai rata-rata diperoleh, maka selanjutnya digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

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

M = Rata-rata nilai tertinggi

P = Rata-rata nilai terendah

b = Banyaknya kategori

Dengan skor terbesar 5 dan terkecil adalah 1, jumlah kategori 5 maka dapat ditentukan rentang skala sebagai berikut:

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

**Tabel 3.5**  
**Tabel Rentang Skala**

Skala	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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

**2. Uji Asumsi Klasik**

Dalam penelitian ini uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan memiliki ketepatan, tidak terjadinya estimasi yang bias serta konsisten dari persamaan regresi yang diterapkan (Thasya, et al., 2020) . Pengujian asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah terdiri dari Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Multikolinearitas.

**a. Uji Normalitas**

Menurut Ghozali (2018) bahwa uji normalitas digunakan untuk melihat apakah memiliki distribusi normal dalam pengujian pada model regresi, variabel pengganggu atau residual. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik one sample Kolmogorov-Smirnov Test (1-Sample K-S), dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data tidak terdistribusi normal dan jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data terdistribusi normal.



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



## b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018) bahwa uji multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah ditemukan adanya korelasi antara variabel independen pada pengujian model regresi. Kriteria yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas dengan melihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) yaitu dengan nilai tolerance  $\leq 0,10$  dan nilai VIF  $\geq 10$  maka disimpulkan menunjukkan adanya multikolinearitas dalam penelitian tersebut.

## c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) bahwa uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam pengujian model regresi. Untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen maka akan digunakan Uji Glejser dalam penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Kriteria yang digunakan adalah dengan melihat nilai probabilitas signifikansi pada variabel independen diatas tingkat kepercayaan 5%, maka model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

## Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018) menyatakan analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh lebih dari satu variabel bebas (Independen) terhadap variabel terikat (dependen). Dalam penelitian dengan model regresi linier berganda ini yang menjadi variabel terikat (dependen) adalah keputusan penggunaan, dan yang menjadi variabel bebas (Independen) adalah *Word Of Mouth*, Citra Merek,

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.



dan Kualitas Layanan. Untuk menganalisis hubungan antara Variabel Independen dengan Variabel Dependen tersebut maka digunakan software SPSS version 25.

- C** Rumus persamaan hubungan antara variabel dependen dan variabel independen sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian    X1 = *Word Of Mouth*    X2 = Citra Merek

$\alpha$  = Konstanta    X3 = Kualitas Layanan

$\beta$  = Koefisien Regresi    e = Error

**a. Uji F**

Menurut Ghozali (2018) Uji F digunakan untuk mengetahui apakah mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau simultan dari semua variabel independen yang dimasukkan dalam model terhadap variabel dependen. Pengujian ini akan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Kriteria penerima atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

- a. Ketika nilai signifikansi  $F < 0,05$ , artinya adanya pengaruh signifikan secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Ketika nilai signifikansi  $F > 0,05$ , artinya tidak signifikan yang berarti bahwa semua variabel independen tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.

**b. Uji T**

Hipotesis asosiatif merupakan suatu hal untuk menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih sehingga ditemukan jawaban sementara terhadap rumusan masalah asosiatif (Sugiyono, 2018). Dalam pengujian ini digunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Hak cipta milik IBI KKG (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.



$H_0 : \beta = 0$  , berarti tidak ada hubungan atau tidak berpengaruh

$H_a : \beta \neq 0$  , berarti lebih besar atau kurang (-) dari nol yang berarti ada hubungan atau berpengaruh.

Menurut Ghozali (2018) menyatakan uji t digunakan untuk menjelaskan seberapa jauh pengaruh secara individual dari pada variabel independen untuk menerangkan variabel dependen. Pengujian ini akan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Kriteria penerima atau penolakan dari hipotesis sebagai berikut:

1. Ketika nilai signifikansi  $t < 0,05$ , artinya adanya pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Ketika nilai signifikansi  $t > 0,05$ , artinya tidak adanya pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

### c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Menurut Ghozali (2018: 147) koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien Determinasi adalah nol dan satu. Kemampuan variabel independen amat terbatas dalam menerangkan variasi variabel dependen jika nilai  $R^2$  yang kecil. Semua informasi yang dibutuhkan akan diberikan variabel independen dalam memprediksi variabel dependen jika nilai  $R^2$  mendekati satu. Dikarenakan nilai  $R^2$  memiliki kelemahan yaitu dapat menghasilkan bias dari jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model, maka yang digunakan adalah model regresi  $R^2$  yang telah disesuaikan (*Adjusted R<sup>2</sup>*). Bila koefisien determinasi sama dengan 0 ( $R^2 = 0$ ) berarti variasi dari variabel dependen tidak dapat

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

dijelaskan oleh variabel independen. Sedangkan, jika  $R^2 = 1$  atau semakin mendekati 1 berarti variasi dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen. Untuk mengetahui koefisien determinasi, maka dapat menggunakan rumus:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**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.