



BAB III

METODE PENELITIAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, objek yang akan diteliti adalah Cheapinn. Dan subyek penelitian ini adalah tamu yang pernah menyewa di Cheapinn melebihi satu kali di Bekasi.

B. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode kuantitatif. Menurut Hermawan (2019), metode kuantitatif adalah penelitian yang bersifat induktif, objektif, dan ilmiah dimana data yang diperoleh berupa angka-angka atau pernyataan-pernyataan yang di nilai, dan dianalisis dengan analisis statistik.

Dalam penelitian ini, peneliti juga memakai pendekatan survei. Menurut Sugiyono (2017:48) metode survei adalah salah satu metode yang digunakan dalam metode kuantitatif, dengan pengertian sebagai berikut:

“Metode penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuisioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.”

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.



Pada penelitian ini juga menggunakan jenis penelitian survei eksplanatori. Menurut Sugiyono (2017:6) pengertian Survei eksplanatori adalah metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan antara variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antar variabel satu dengan variabel lainnya. Digunakannya survei ini adalah untuk menguji suatu teori atau hipotesis untuk memperkuat atau bisa menolak teori atau hasil penelitian yang sudah ada. Selain itu, dapat juga digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan, sehingga dapat diharapkan penelitian ini dapat menjabarkan hubungan antara kedua variabel yang ada dalam penelitian ini.

Penelitian ini juga menggunakan metode penelitian deskriptif. Pengertian metode penelitian deskriptif (Sugiyono 2017: 29) adalah:

“Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada saat variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain.”

Dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa dari metode survei ini akan menggunakan instrumen penelitian dengan bentuk beberapa pertanyaan dan pernyataan yang akan disusun secara sistematis dan akan dibagikan kepada suatu kalangan tertentu sesuai dengan sasaran penelitian yang diperlukan dalam penelitian ini. Lalu, data yang didapat akan diolah dan dianalisis. Dari hal tersebut, peneliti dapat menghasilkan fakta dan bukti dari fenomena yang ada dan juga mendapatkan keterangan secara konkret.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



C. Variabel Penelitian

Definisi variabel yang dikemukakan oleh Cooper dan Schindler (2017:64) adalah simbol dari sebuah kejadian, tindakan, karakteristik, atribut, ataupun perlakuan yang bisa diukur dan bisa diberikan penilaian. Dalam penelitian ini ada dua jenis variabel, yakni variabel terikat dan variabel bebas. Variabel terikat yakni keputusan pembelian (Y), dan variabel yakni harga (X1), dan iklan media sosial (X2). Definisi dan pengukuran yang akan digunakan oleh masing-masing variable adalah sebagai berikut:

1. Harga (X1)

Joko Untoro dalam Wardani et al (2020) mengatakan bahwa harga adalah kemampuan yang di miliki sebuah barang atau jasa, yang dinyatakan berbentuk uang. Pengukuran variabel harga yang akan dipakai dipenelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasional Harga

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Harga (Kotler dan Armstrong dalam Indrasari 2019)	Daya Saing Harga	Harga yang ditawarkan Cheapinn Apartemen bersaing dengan merek lain.	Interval
	Kesesuaian harga dengan Kualitas Produk	Harga yang ditawarkan Cheapinn Apartemen sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan	Interval
	Keterjangkauan Harga	Harga yang ditawarkan Cheapinn Apartemen terjangkau	Interval

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.

Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Harga yang ditawarkan Cheapinn Apartemen sesuai dengan manfaat yang diberikan.	Interval
 Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)		

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Ditarang 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. Iklan (X2)

Tabel 3.2
Operasional Iklan Media Sosial

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Iklan (Kotler 2009 dalam Sinaga 2021)	Misi (Mission)	Saya tertarik untuk melakukan transaksi pembelian setelah melihat iklan Cheapinn.	Interval
	Pesan yang disampaikan (message)	Pesan pada iklan Cheapinn menarik perhatian saya.	Interval
	Media yang digunakan (<i>media</i>)	Saya sering melihat iklan yang ditayangkan oleh Cheapinn.	Interval

© Hak cipta dimiliki IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



3. Keputusan Pembelian (Y1)

Tabel 3.3

Operasional Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian (Kotler & Armstrong 2018:91)	Pilihan produk (Product or service choice)	Saya cenderung menggunakan layanan Cheapinn karena menurut saya Cheapinn adalah pilihan yang terbaik	Interval
	Ketentuan Layanan (Service terms)	Saya cenderung memilih Cheapinn karena ketentuan layanannya sangat simpel.	Interval
	Pilihan penyalur (Supplier choice)	Saya cenderung menggunakan layanan Cheapinn karena ketersediaan jenis kamar yang lengkap	Interval
	Waktu pembelian (Delivery terms and times)	Kapanpun dan dimana saja saya dapat menggunakan layanan Cheapinn dikarenakan banyak cabang.	Interval
	Jumlah pembelian (Order quantities)	Saya merasa sudah mengambil keputusan yang tepat untuk memakai layanan Cheapinn	Interval
	Metode pembayaran (Payment)	Saya merasa nyaman dalam menggunakan layanan Cheapinn	Interval

© Hak cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) dan 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>		<p>karena pilihan metode pembayaran yang bervariasi, sehingga sangat mempermudah saya dalam melakukan transaksi pembayaran kamar saya.</p>	
---	--	--	--

D. Teknik Pengambilan Sample

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

Pendekatan yang akan digunakan ialah judgement sampling, yakni teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih satuan sampling atas dasar pertimbangan tertentu.

Dikarenakan ukuran populasi yang terlalu besar maka penentuan ukuran sampel berdasarkan pendapat (Hair et al., 2018) adalah tergantung dalam ukuran indikator dikali 5 sampai 10. Dengan demikian bila terdapat 20 indikator maka jumlah sampel minimal adalah 100. Dalam penelitian ini digunakan 13 indikator, maka dari itu diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Jumlah sampel} = 5 \times n = 5 \times 13 = 65$$

Jadi, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah paling sedikit 65 responden



E. Teknik Pengumpulan Data

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI RKG.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Teknik pengumpulan data yang akan di gunakan dalam penelitian ini ialah teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dengan pertanyaan meliputi harga, iklan media sosial, dan keputusan pembelian. Jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini ialah pertanyaan tertutup. Dalam Menyusun Kuesioner tersebut, akan digunakan skala likert, yakni kuesioner tersebut akan berisi pertanyaan atau pernyataan dan responden akan diberikan pilihan skor. Pemberian skor pada skala ini adalah 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

F. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul dari kuesioner, selanjutnya peneliti akan melakukan pengolahan data dan akan melakukan analisis data. Berikut adalah teknik analisis data yang akan digunakan didalam penelitian ini:

1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas

Dikutip dari Imam Ghozali (2016:52), uji validitas digunakan dengan tujuan mengukur sah atau valid tidak sebuah kuesioner. Sebuah kuesioner bisa dianggap valid apabila pertanyaan dalam kuesioner dapat untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Peneliti akan 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

b. Uji Reliabilitas

Dikutip dari Ghozali (2016:47-48), reliabilitas ialah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner bisa dianggap reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap pernyataan adalah konsisten atau selalu stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas bisa dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1. Repeated Measure atau pengukuran ulang

Seseorang akan diberikan pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, kemudian akan dilihat apakah ia akan konsisten dengan jawaban sebelumnya.

2. One Shot atau pengukuran sekali saja

Pengukuran hanya sekali saja dan kemudian hasilnya akan dibandingkan dengan pertanyaan lainnya atau akan diukur korelasi antar





jawaban pertanyaan. Sebuah konstruk atau variabel bisa dianggap reliabel bila nilai Cronbach's Alpha > 0,70.

Perhitungan reliabilitas dapat dituliskan dengan 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 instrument

K = jumlah butir skala pengukuran

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

σ_t^2 = ragam (variance) dari skor total

Jika nilai Alpha > 0,70 maka artinya reliabilitas cukup (sufficient reliability), namun jika Alpha > 0,80 ini berartikan seluruh item reliabel dan semua tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang menganggapnya: 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. Apabila Alpha rendah, ada kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

2. Analisis Deskriptif

a. Analisis Presentase (%)

Data yang telah dikumpul dari kuesioner dibuat menjadi table untuk kategori data secara keseluruhan, kemudian data dalam data tersebut akan dipersentasikan dengan tujuan mengetahui tingkatan

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

ranking terhadap masing-masing pertanyaan. Analisis persentase digunakan dengan tujuan mengetahui karakteristik dari responden yang tertulis dalam profil responden dalam kuesioner. Profil responden dalam kuesioner adalah jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Rumus yang digunakan untuk menghitung persentase adalah sebagai berikut:

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

b. Rata-rata hitung (Mean)

Rata-rata hitung ialah perjumlahan nilai pengamatan didalam sebuah distribusi yang dibagi dengan jumlah pengamatan. Cara untuk menghitung skor dengan menggunakan semua perkalian antara frekuensi dengan nilai skor masing-masing dibagikan dengan jumlah frekuensi.

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

Keterangan:

\bar{X} = Rata-rata hitung

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

n = Jumlah frekuensi

c. Rata-rata tertimbang

Berikut ini adalah Rumus digunakan untuk menghitung rata-rata tertimbang:

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

Keterangan:

\bar{X} = Skor rata-rata tertimbang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

$\sum Fi$ = Frekuensi

Xi = Bobot nilai

n = Jumlah responden

d. Rentang Skala

Rumus yang bisa digunakan untuk menghitung Rentang Skala adalah:

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

Keterangan:

m = rata-rata nilai tertinggi

p = rata-rata nilai terendah

b = jumlah kelas/banyaknya kategori

Dengan ranking jawaban paling tinggi adalah 5 dan yang paling kecil adalah 1, dengan jumlah kelas atau kategori 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

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

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)

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. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dikutip dari Ghozali (2018:161), normality test atau istilah lain uji normalitas dinyatakan sebagai suatu bentuk pengukuran dalam melakukan pengujian terhadap normalitas data yang berdistribusi tidak normal maupun normal pada model regresi dengan residual atau istilah lain dimaknai “47tatisti penganggu”. Terdapat dua 47tatis penyebab terjadinya kasus normalitas umum yaitu sebagai berikut :

- i) Penyebaran data residual dapat dinyatakan menjadi tidak normal apabila memiliki nilai himpunan data yang jauh dalam model regresi.
- ii) Terdapat data yang pada dasarnya tidak berdistribusi normal.

Dari kedua pernyataan diatas, maka pengujian normalitas residual dapat diolah memakai uji 47tastic nonparametik One Sample Kolmogorov – Smirnov (1 Sample K-S) dalam aplikasi IBM SPSS Statistic 27. Hasil pengujian tersebut membentuk dua hipotesis dibawah ini :

- i) H_a = data residual tidak berdistribusi secara normal.
- ii) H_o = data residual berdistribusi secara normal.

Dasar kriteria keputusannya dengan signifikan ($\alpha = 5\%$) atau $\alpha = 0.05$, dapat disimpulkan berikut ini :

- i) Data berdistribusi normal : Jika $p\text{-value} > \alpha (0,05)$
- ii) Data tidak berdistribusi normal : Jika $p\text{-value} < \alpha (0,05)$

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Menurut Ghozali (2018: 163) ,dasar pengambilan keputusan terdiri dari 2 yaitu sebagai berikut :

- i) Asumsi normalitas pada model regresi dapat dinyatakan terpenuhi, apabila pola distribusi normal terhadap data mengikuti arah garis diagonal dan tersebar di sepanjang garis tersebut.
- ii) Asumsi normalitas pada model regresi dapat dinyatakan tidak terpenuhi, apabila pola distribusi normal terhadap data tidak mengikuti arah garis diagonal dan tersebar jauh secara acak dari garis tersebut.

Apabila uji normalitas memerikan hasil bahwa $p\text{-value} < \alpha (0,05)$, maka akan digunakan asumsi Central Limit Theorem yaitu Apabila uji normalitas menunjukkan bahwa yang digunakan dalam penelitian ini cenderung tidak normal maka dapat digunakan asumsi Central Limit Theorem yaitu jika jumlah observasi cukup besar ($n > 30$), maka asumsi normalitas dapat diabaikan (Gujarati, 2009).

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:107) menjelaskan bahwa uji multikoelineritas diharapkan dengan asumsi multikoelineritas tidak terjadi, sehingga dilakukan pengujian terhadap tidak ada ataupun adanya korelasi antar variabel independen. Variabel – variabel mampu dinyatakan tidak orthogonal, apabila variabel bebas berkorelasi. Hal ini disebabkan oleh adanya nilai korelasi antarvariabel independen bernilai sama dengan nol pada variabel bebas.

Pengambilan keputusan:

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

2. Jika nilai tolerance < 0.10 atau $VIF \geq 10$ maka terdapat multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedisitas

Menurut Ghozali (2018:137), mengemukakan pengujian ini adalah suatu bentuk pengukuran yang memiliki tujuan dalam menguji terjadinya perbedaan varian pada residual satu pengamat dengan pengamat lain dalam model regresi. Istilah “Homoskedastisitas” dinyatakan terjadi apabila residual antara satu observasi ke observasi lain memiliki variansi bernilai sama. Sebaliknya, istilah “Heteroskedastisitas” dinyatakan terjadi apabila residual antara satu observasi ke observasi lain memiliki variansi bernilai berbeda atau tidak sama.

Terdapat dua hipotesis yang menyatakan suatu model regresi dapat bernilai baik yaitu sebagai berikut :

- i) H_0 = tidak terdapat heteroskedastisitas.
- ii) H_a = terdapat heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Ganda

Analisis ini menurut Sakaran dan Bougie (2017 : 39), menjelaskan bahwa regresi ini memakai lebih pada satu variabel bebas karna itu akan menunjukkan varian lain pada variabel terikat. Analisis ini akan memberikan rata-rata pada semua variabel secara benar dan urut.

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



Keterangan:

X = Variabel bebas (kualitas produk,harga, layanan)

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)

β_0 = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel X1

β_2 = koefisien regresi variabel X2

e = Error

A) Uji Keberatian Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2018:98) menyatakan bahwa uji keberartian model dimaksudkan untuk membuktikan apakah segala variabel bebas dalam model regresi secara bertepatan berpengaruh atas variabel terikat.

Dalam analisisnya, akan digunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

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

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

Keterangan: $i = 1,2$

Maka, akan digunakan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai Sig $F < 0,05$ atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka tolak H_0 , yang berarti regresi tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Y.
2. Jika nilai Sig $F > 0,05$ atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka tidak tolak H_0 , yang artinya model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksikan Y.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



Jika Hasil Uji F = tolak H_0 , maka akan dilakukan uji t.

B) Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Dikutip dari Ghozali (2018:98) yang berpendapat bahwa uji t adalah sebuah bentuk pengukuran yang bertujuan untuk menafsirkan pengaruh masing – masing antara variable independen terhadap variabel dependen dalam suatu penelitian.

1. Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian

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

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

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan:

- Jika $\text{sig-t} < 0.05$, maka tolak H_0
- Jika $\text{sig-t} > 0.05$, maka tidak tolak H_0

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

$H_{a2}: \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh positif antara harga terhadap keputusan pembelian.

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

Dasar pengambilan keputusan yang akan dipakai adalah sebagai berikut:

- a) Jika $\text{sig-t} < 0.05$, maka tolak H_0
- b) Jika $\text{sig-t} > 0.05$, maka tidak tolak H_0

C) Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97), mengemukakan uji R^2 yakni suatu bentuk pengukuran yang dipergunakan untuk mengetahui dan mengukur sebesar dan sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi dari variabel terikat. Uji R^2 bernilai antara 0 dan 1. Berikut ini adalah penjelasan untuk hipotesis dalam R^2 sebagai berikut :

- i) $R^2 = 0$, artinya variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).
- ii) $R^2 = 1$, 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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

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.