

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah sebuah perusahaan yang menjual layanan/jasa berupa *online food delivery* (OFD) atau pesan-antar makanan *online*, GrabFood. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* dengan memanfaatkan Google Form sebagai media utama dalam pembagian kuesioner. Kuesioner yang dibagikan memiliki subjek penelitian yaitu konsumen yang pernah bertransaksi menggunakan GrabFood pasca pandemi covid-19.

#### B. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat formal, karena penelitian ini bertujuan untuk mengisi hipotesis dan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2022:7), metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode kuantitatif disebut sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah, yaitu konkret/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis.

Penelitian kuantitatif juga merupakan *casuality research* (penelitian sebab akibat). Sehubungan dengan hal tersebut, Sugiyono (2022:11), menjelaskan bahwa dalam penelitian kuantitatif yang bersifat kausal terdapat variabel independen dan dependen. Dari variabel tersebut selanjutnya dicari seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti. Dengan demikian, penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh promosi penjualan dan







diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini yaitu promosi penjualan (X1) dan kualitas layanan (X2), dan variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Berikut merupakan definisi dan pengukuran yang digunakan oleh masing-masing variabel:

### 1. Variabel Bebas (Independen)

Menurut Sugiyono (2022:39), variabel independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen). Dinamakan variabel bebas karena variabel ini memang bebas, maksudnya adalah dapat berdiri sendiri tanpa dipengaruhi oleh variabel lainnya. Terdapat dua variabel bebas (independen) dalam penelitian ini, yaitu Promosi Penjualan (X1) dan juga Kualitas Layanan (X2).

- a) Promosi Penjualan (X1) dengan pengukurannya, yaitu:

**Tabel 3.1**

#### **Indikator Promosi Penjualan (X1)**



Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Promosi Penjualan <b>Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b> Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	<i>Price Reduction</i>	GrabFood memberikan potongan harga pada waktu tertentu.	Interval
	<i>Voucher/Coupons</i>	GrabFood memberikan voucher diskon yang berguna untuk menghemat pengeluaran saat memesan makan.	Interval
		GrabFood menyediakan voucher berupa gratis ongkir untuk pemesanan makanan.	Interval
	<i>Cash Refunds/Rebates</i>	Setelah bertransaksi menggunakan GrabFood, pelanggan bisa mendapatkan <i>cashback</i> berupa OVO Points.	Interval
	<i>Price Packs</i>	Saya menyukai penawaran paket harga gratis ongkos kirim dengan berlangganan (GrabUnlimited) yang diberikan oleh GrabFood.	Interval
	<i>Prizes</i>	Pada event tertentu, GrabFood memberikan hadiah berupa voucher <i>e-wallet</i> kepada pelanggannya.	Interval
	<i>Tie-in Promotions</i>	GrabFood bekerjasama dengan perusahaan F&B McDonalds, Coca-Cola dan lainnya) untuk mengadakan undian berhadiah.	Interval
	<i>Seasonal Discount</i>	GrabFood memberikan diskon musiman setiap Hari Raya (Idul Fitri, Idul Adha, dan Natal) dengan batas waktu tertentu.	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.

b) Kualitas Layanan dengan pengukurannya, yaitu:

**Tabel 3.2**  
**Indikator Kualitas Layanan (X2)**



Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Kualitas Layanan	Berwujud ( <i>Tangibles</i> )	Jasa GrabFood dapat digunakan melalui aplikasi Grab yang dapat di download melalui app store ataupun play store.	Interval
	Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	GrabFood mengantarkan makanan secara tepat dan akurat.	Interval
		GrabFood dapat dipercaya dan diandalkan untuk pesan-antar makanan <i>online</i> .	Interval
	Ketanggapan ( <i>Responsiveness</i> )	GrabFood memberikan jawaban atas keluhan konsumen secara cepat dan tanggap.	Interval
	Jaminan dan Kepastian ( <i>Reassurance</i> )	Saya merasa terjamin dan aman ketika menggunakan jasa GrabFood karena bisa berkomunikasi langsung dengan pihak Grab dan restoran.	Interval
	Empati ( <i>Empathy</i> )	GrabFood memperlakukan pelanggan dengan rasa peduli yang tinggi.	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 2. Variabel Terikat (Dependen)

Menurut Sugiyono (2022:39), variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

- c) Keputusan Pembelian dengan pengukurannya, yaitu:

**Tabel 3.3**

**Indikator Keputusan Pembelian (Y)**



Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian	Pemilihan Produk	Saya memilih GrabFood karena dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan saya saat memesan makanan.	Interval
	Pemilihan Merek	Saya memilih GrabFood karena memiliki reputasi yang baik dibandingkan kompetitor.	Interval
	Pemilihan Saluran Pembelian	Saya memilih GrabFood karena memiliki harga yang murah untuk jasa pesan-antar makanan.	Interval
		Saya memilih GrabFood karena tersedia pilihan makanan yang lengkap.	Interval
	Waktu Pembelian	Saya menggunakan jasa GrabFood hampir setiap minggu ketika saya ingin memesan makanan.	Interval
	Jumlah Pembelian	Saya menggunakan jasa GrabFood untuk memesan lebih dari satu makanan melalui restoran berbeda.	Interval
	Metode Pembayaran	Saya memilih GrabFood karena memiliki banyak metode pembayaran.	Interval

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

## E. Populasi dan Sampel

### 3. Populasi

Menurut Sugiyono (2022:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.



Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna/pelanggan yang pernah melakukan pembelian makanan *online* menggunakan platform layanan GrabFood pasca pandemi covid-19.

#### 4. Sampel

Menurut Sugiyono (2022:81), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sugiyono (2022:81) mengatakan bahwa teknik *sampling* ialah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan, terdapat berbagai teknik *sampling* yang dapat digunakan.

#### F. Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2022:84), *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sugiyono (2022:85) mengatakan pula bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil untuk suatu penelitian. Jumlah sampel minimum setidaknya lima kali lebih banyak dari total indikator atau butir pernyataan dalam kuesioner. Dalam penelitian ini terdapat 21 indikator, sehingga jumlah minimum sampel yang diperlukan adalah 105 responden.

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



## G. Teknik Pengumpulan Data

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Sugiyono (2022:137), teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2022:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Kuesioner yang dibuat oleh peneliti akan disebarakan secara *online* melalui Google Forms kepada responden.

Pengukuran nilai kuisioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan pengukuran yang meminta persetujuan atas suatu pernyataan. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2022:93).

Terdapat lima tingkatan dalam skala likert, yaitu:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS).

## H. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 25.0. Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, dan hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas, lalu uji analisis statistik deskriptif, serta uji asumsi klasik.

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.





## 5. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2022:192), Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan/pernyataan. Item skor kuesioner dikatakan valid jika hasil  $r_{hitung}$  kita dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dimana  $df = n - 2$ ,  $n$  adalah jumlah sampel, dengan signifikan 5 %, jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  item pertanyaan valid.

- 1) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pertanyaan tersebut dapat dinyatakan valid.
- 2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pertanyaan tersebut dapat dinyatakan tidak valid.

## 6. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:48), reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk yang akan diteliti. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu dan tidak ada perubahan. Indikator kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika Cronbach's alpha  $> 0,7$  dan jika Cronbach's alpha  $< 0,7$  dikatakan tidak reliabel (tidak layak).

## 7. Uji Statistik Deskriptif

Menurut Ghazali (2018:19), analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis*, dan *skewness* (kemiringan distribusi). Dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif sebagai berikut:

### a. Analisis Persentase

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



Analisis Persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan. Rumus yang digunakan yaitu:

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

Keterangan:

$Fr_i$  = frekuensi relatif ke- $i$  setiap kategori

$f_i$  = responden yang termasuk kategori- $i$

$n$  = total responden

#### b. Rata-rata hitung (Mean)

Menurut Ghozali (2018:19) rata-rata atau mean dihitung dengan cara menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. Mean dapat dihitung dengan rumus berikut:

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

Keterangan:

$\bar{x}$  = rata-rata hitung (mean)

$x_i$  = nilai sampel ke- $i$

$n$  = jumlah sampel

#### c. Rentang Skala Likert

Menurut Ghozali (2018:20), selanjutnya setelah memperoleh nilai rata-rata, digambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden

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.



dengan menggunakan nilai skor pada setiap variabel. Oleh karena itu, perlu dihitung rentang skala menggunakan rumus sebagai berikut:

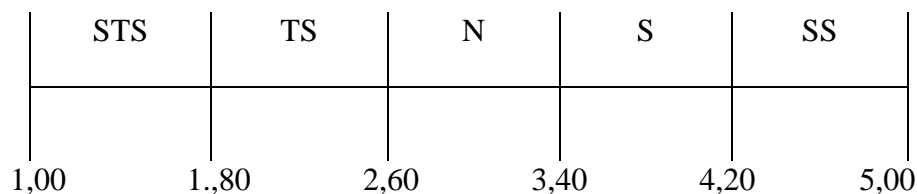
$$Rs = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

- Rs = rentang skala
- m = skor tertinggi pada skala
- n = skor terendah pada skala
- b = jumlah kelas atau kategori

Skor tertinggi adalah 5, skor terendah adalah 1, dengan kelas atau jumlah kategori adalah 5, maka rentang skala dapat dihitung:

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



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)

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.



## 8. Uji Asumsi Klasik

Model linear berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi klasik yang meliputi sebagai berikut:

### a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:111) Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan sebagai prasyarat untuk melakukan analisis data yang bertujuan apakah data tersebut normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian yang diajukan. Uji normalitas data bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam satu variabel yang akan digunakan dalam penelitian apakah berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik dan layak bertujuan untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data distribusi normal. Uji normalitas bisa dinyatakan normal apabila nilai sig. lebih besar dari 0,05. Uji yang dapat digunakan untuk melihat normalitas data yang akan diteliti adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Dasar dalam pengambilan keputusan adalah:

- 1)  $H_0$  : Jika nilai sig.  $> 0.05$  maka data berdistribusi normal.
- 2)  $H_a$  : Jika nilai sig.  $< 0.05$  maka data tidak berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali, (2018:71) Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen jadi uji multikolinieritas ini digunakan untuk menguji apakah ditemukan korelasi atau tidaknya antar variabel independen. Model regresi yang baik semestinya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen yang akan diteliti. Menurut Ghozali (2018:93) cara mendeteksi

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.



ada tidaknya Multikolinearitas yaitu dengan cara memperhatikan angka dari Variance Inflation Factor (VIF) dan *tolerance*. Kriteria pengambilan keputusan untuk uji multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* lebih dari 0,01 dan nilai VIF kurang dari 0,10.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain yang telah diuji. Jika variance dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka model regresi tersebut termasuk homoskedastisitas. Sebaliknya, jika variance dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda, maka model regresi termasuk heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji glejser. Uji glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil probabilitas dikatakan signifikan apabila nilai signifikannya lebih besar dari tingkat kepercayaannya 5%. Menurut Ghozali (2018:122), dasar pengambilan keputusan dengan uji glejser adalah jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

## 9 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018:308), regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linear berganda



digunakan karena pada penelitian ini terdapat 2 variabel bebas, yaitu Promosi

Penjualan dan Kualitas Layanan. Rumus yang digunakan dalam analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

$Y$  = Variabel Keputusan Pembelian

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Variabel Promosi Penjualan

$X_2$  = Variabel Kualitas Layanan

$e$  = *Terms of error*

Hasil regresi yang diperoleh kemudian dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah nilai koefisien regresi yang diperoleh apakah mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, baik secara simultan atau parsial dan mengetahui pula seberapa besar pengaruhnya.

#### a. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018:99), Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial jadi uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa pengaruh variabel independen terhadap variabel

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.



dependent. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut, yaitu:

- 1) Jika nilai  $\text{Sig.t} < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa variabel promosi penjualan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.
- 2) Jika nilai  $\text{Sig.t} > 0,05$ . Hal ini berarti bahwa variabel promosi penjualan dan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

#### b. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2019:98), Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Berikut pengambilan keputusan dalam uji F:

- $H_0 : \beta_1 = 0$ , model tidak signifikan
- $H_a : \beta_1 \neq 0$ , model signifikan

Kriteria pengujian uji F menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai sig.  $> 0,05$  maka model tidak layak digunakan, jika nilai sig.  $< 0,05$  maka model layak digunakan.

### 10. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018:333), dalam mengetahui nilai dari koefisien korelasi secara simultan pada model regresi logistik dapat dilihat dari nilai *Nagelkerke R Square* pada hasil olah data menggunakan SPSS, karena nilai tersebut diinterpretasikan seperti  $R^2$  pada *multiple regression*. Berikut rumus koefisien determinasi yang digunakan peneliti:



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

Keterangan:

KD = nilai koefisien determinasi

$r^2$  = nilai koefisien relasi

Jika Nilai Koefisien ( $R^2$ ) kecil (mendekati nol), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sangat rendah. Koefisien determinasi menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian yang dilakukan.

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.