

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah *marketplace* Shopee. Sedangkan subjek penelitian adalah pengguna *marketplace* yang pernah melakukan berbelanja pada *marketplace* Shopee.

B. Desain Penelitian

Menurut Fachrudin dalam Ibnu Sina (2022:7), desain penelitian adalah kerangka atau perincian prosedur kerja yang akan dilakukan pada waktu meneliti, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran dan arah mana yang akan dilakukan dalam melaksanakan penelitian tersebut. Desain penelitian juga merupakan rencana tentang cara mengumpulkan dan menganalisis data agar dapat dilaksanakan secara ekonomis serta serasi dengan tujuan penelitian.

Menurut Cooper & Schindler, (2018:126), klasifikasi desain penelitian dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu :

1. Tingkat kristalisasi masalah (*Degree of Research Question Crystallization*)

Tingkat kristalisasi masalah yang dipilih adalah studi normal, yang dimulai dengan pertanyaan-pertanyaan dan hipotesis-hipotesis dengan tujuan untuk menguji hipotesis tersebut, serta menjawab pertanyaan yang dikemukakan dalam penelitian.





2. Metode pengumpulan data (*Method of Data Collection*)

Berdasarkan metode pengumpulan data, maka penelitian ini termasuk dalam studi komunikasi, karena peneliti memperoleh data melalui survey menggunakan kuesioner, dimana metode ini adalah sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertulis yang disusun secara terstruktur yang kemudian dijawab atau dikerjakan oleh responden yang ingin diselidiki.

3. Pengendalian peneliti (*Researcher Control Of Variables*)

Berdasarkan pengendalian variabel-variabel, penelitian ini diklasifikasikan sebagai penelitian *ex post facto design* karena peneliti tidak dapat melakukan kontrol terhadap variabel-variabel penelitian yang ada dan peneliti hanya melaporkan peristiwa yang sudah terjadi.

4. Tujuan penelitian (*The Purpose Of Study*)

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif, karena dilakukan untuk menjawab apa, mengapa dan bagaimana. Dalam penelitian ini, peneliti ingin menjawab pertanyaan yang ada di tujuan penelitian.

5. Dimensi waktu (*The Time Dimension*)

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini merupakan penelitian primer dengan metode *cross section*, karena penelitian ini dilakukan hanya sekali dan mewakili satu periode tertentu dalam waktu.

6. Ruang lingkup topik (*The Topic Scope*)

Berdasarkan ruang lingkup topik pembahasan, penelitian ini termasuk dalam studi statistik, dimana penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik

© 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.



populasi dengan membuat kesimpulan dari karakteristik sampel. Hipotesis dari penelitian ini diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan penelitian (*The Research Environment*)

Berdasarkan lingkup penelitian, penelitian ini merupakan penelitian lapangan, karena peneliti membagikan kuesioner dengan tujuan mendapatkan data, serta subyek dan obyek dari penelitian ini berada pada lingkungan nyata.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan (*The participants perceptions*)

Persepsi subjek berpengaruh pada penelitian dan merupakan hal yang penting dalam melakukan penelitian ini. Persepsi subjek yang baik adalah persepsi yang nyata dan tidak terdapat penyimpangan.

C. Populasi dan Sampel

Menurut Muhammad Muhyi et al., (2018:41), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kriteria tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari lalu ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel Menurut Muhammad Muhyi et al., (2018:41) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Hair et al. (2019:132) mengatakan, jumlah penelitian yang baik dan disarankan 100 atau lebih ukuran sampel responden. Hair et al. menyarankan terkait dalam hal rasio observasi terhadap variabel, aturan umumnya adalah untuk menggunakan rumus $n \times 5$ sampai dengan $n \times 10$ dengan n sebagai jumlah pernyataan yang akan di analisa. Peneliti akan menggunakan rumus $n \times 5$ dengan total 17 pernyataan dengan hasil 85. maka dari



itu dapat disimpulkan jumlah responden pada penelitian ini minimal 85 orang yang pernah berbelanja di marketplace shopee, Penelitian ini menggunakan 100 responden agar hasil akurasi dari kuesioner lebih baik dan lebih luas.

Berdasarkan definisi Populasi dan Sampel diatas maka dapat disimpulan populasi dari penelitian ini adalah pengguna *marketplace* yang pernah berbelanja di *marketplace* shopee, dan sampel pada penelitian ini adalah 100 orang pengguna *marketplace* dan pernah berbelanja di *marketplace* shopee

D. Lokasi Penelitian

Menentukan lokasi penelitian merupakan suatu hal yang penting dikarenakan jika lokasi penelitian telah di tentukan, maka objek serta tujuan dari penelitian itu sendiri menjadi lebih jelas dan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian. Lokasi yang akan dipilih dalam penelitian ini adalah wilayah daerah Jakarta.

E. Variabel Penelitian

Menurut Pratiknya dalam Setyawan (2021:39), variabel adalah Konsep yang mempunyai variabilitas. Sedangkan Konsep adalah penggambaran atau abstraksi dari suatu fenomena tertentu. Konsep yang berupa apapun, asal mempunyai ciri yang bervariasi, maka dapat disebut sebagai variabel. Sedangkan menurut Sugiyono dalam Setyawan (2021:38) Variabel Penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya



Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Variabel Independen yang terdiri dari kualitas layanan dan promosi penjualan. Selain itu, variabel lain yang digunakan adalah Variabel Dependen yang terdiri dari keputusan pembelian. Berikut adalah penjelasan mengenai variabel yang digunakan dalam penelitian serta indikatornya:

A. Variabel independen

1) Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:244), kualitas layanan adalah wujud produk yang meliputi manfaat, kegiatan, atau kepuasan yang ditawarkan namun tidak berwujud. Pengukuran variabel daya kualitas layanan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan lima dimensi beserta butir pernyataan yang ditampilkan pada tabel 3.1.

Tabel 3.1

Indikator Kualitas Layanan

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Skala
Kualitas Layanan (X1) diadaptasi dari Harlim (2022)	Reliabilitas (<i>reliability</i>)	Shopee memberikan layanan berupa <i>customer service</i> untuk menanggapi keluhan konsumen dengan baik dan akurat	Likert
		Layanan yang diberikan oleh Shopee sangat memuaskan	
	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	Shopee dapat menangani keluhan atau masukan konsumen dengan cepat	Likert
	Jaminan (<i>assurance</i>)	Saya merasa aman dan tidak khawatir saat berbelanja di <i>marketplace</i> Shopee	Likert
	Empati (<i>empathy</i>)	Shopee memberikan perhatian <i>extra</i> kepada konsumen yang memberikan keluhan atau masukan	Likert
	Bukti fisik (<i>tangibles</i>)	Aplikasi shopee sangat user friendly dan modern	Likert



2) Promosi penjualan

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:425) promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek yang digunakan untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. Insentif jangka pendek biasanya dapat berupa potongan harga, voucher, *cashback*, hingga promo beli satu gratis satu. Pengukuran dari variabel daya promosi penjualan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan empat dimensi beserta butir pernyataan yang ditampilkan pada tabel 3.2.

Tabel 3.2

Indikator Promosi Penjualan

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Skala
Promosi Penjualan (X ₂) diadaptasi dari Fernando (2022)	<i>Coupons</i>	Saya selalu mengklaim kupon potongan harga yang diberikan oleh Shopee	Likert
	<i>Rebates (or cash refunds)</i>	Shopee menyediakan fitur pengembalian dana jika terjadi kesalahan pada produk yang dikirimkan	Likert
	<i>Point-of-purchase (POP) and demonstrations</i>	Shopee selalu menampilkan produk yang menarik pada halaman utamanya	Likert
	<i>Premiums</i>	Shopee memberikan hadiah berupa Diskon jika memenuhi persyaratan pembelian tertentu	Likert
		Shopee memberikan layanan gratis ongkos kirim jika memenuhi persyaratan pembelian tertentu	Likert

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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



B) Variabel Dependen

1) Keputusan Pembelian

Kotler dan Armstrong (2018:177) “*The buyer’s decision about which brand to purchase.*” Menurut pengertian di atas, dapat didefinisikan bahwa keputusan pembelian adalah keputusan pembeli mengenai merek apa yang ingin dibeli. Pengukuran variabel daya keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan lima dimensi beserta butir pernyataan yang ditampilkan pada tabel 3.3.

Tabel 3.3

Indikator Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Pertanyaan	Skala
Keputusan Pembelian (Y) di adaptasi dari Adeline (2022)	Pilihan produk	Ketika saya membutuhkan suatu produk kebutuhan, saya akan membelinya secara online	Likert
	Pilihan merek	Saya memilih Shopee sebagai pilihan utama ketika ingin berbelanja online	Likert
	Waktu pembelian	Saya akan membeli produk menggunakan <i>marketplace</i> Shopee secara rutin pada saat membutuhkannya	Likert
	Jumlah pembelian	Dalam satu bulan biasanya saya melakukan pembelian di Shopee lebih dari satu transaksi	Likert
	Pilihan Penyalur		Saya memilih Shopee sebagai pilihan belanja <i>online</i> utama karena layanan yang diberikan sangat baik
		Saya memilih Shopee sebagai pilihan belanja online utama karena pilihan produk yang diberikan sangat lengkap	

© 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.



F. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Menurut (Fauzy, 2019:124) *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara sampel diambil tidak secara acak. Unsur populasi yang terpilih menjadi sampel dapat diperoleh karena kebetulan atau karena ada faktor lain yang sebelumnya sudah direncanakan. Jenis *non-probability sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan *purposive sampling*. Menurut Fauzy (2019:125) *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan sesuai dengan persyaratan sampel yang diperlukan. Pengambilan sampel tersebut dilakukan secara sengaja dengan jalan mengambil sampel tertentu saja yang mempunyai karakteristik, ciri, kriteria, atau sifat tertentu. Adapun beberapa pertimbangan yang menjadi kriteria dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang pernah berbelanja *online* di *marketplace* Shopee.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner berupa *Googleform* kepada responden yaitu masyarakat yang pernah berbelanja *online* di *marketplace* Shopee Dimana kuesioner tersebut berisi pertanyaan mengenai pengaruh kualitas layanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian dan disusun menggunakan skala Likert.

Sumber data yang dipakai adalah data primer (sumber pertama) yang didapat dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden dan metode ini memberikan fleksibilitas bagi peneliti dan melindungi privasi bagi responden karena dapat mengisi kuesioner melalui internet. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup

dan peneliti mengarahkan responden untuk menjawab berdasarkan pilihan jawaban yang telah disediakan.

H. Teknik Analisis Data

Pengolahan dan analisis data menggunakan media pengolahan data penelitian yaitu *Statistical Package Social Sciences* (SPSS) dengan penggunaan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 26. Program SPSS yang adalah program pengolahan statistik paling umum digunakan dalam penelitian, yang menggunakan data kuantitatif atau data kuantitatif yang dikuantitatifkan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

A) Uji Validitas, Reliabilitas. dan Analisis Deskriptif

1) Uji Validitas

Menurut Budiastuti dan Bandur (2018:146), uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk mengukur sejauh mana seorang peneliti mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk mengukur validitas dan realibilitas, digunakan koefisien *Cronbach Alpha* untuk mengestimesi realibilitas dan validitas setiap skala. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS 26.0 dan mencakup beberapa hal yaitu:

- jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan valid.
- jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Kahn et al., dalam Budiastuti (2018:210), reliabilitas sebagai alat ukur untuk menguji konsistensi sebuah hasil penelitian dengan menggunakan





berbagai metode penelitian dalam kondisi (tempat dan waktu) yang berbeda. Secara khusus konsep reliabilitas mengacu pada konsistensi hasil score pada item-item yang terdapat pada kuesioner sehingga uji reliabilitas sesungguhnya digunakan untuk menguji ketepatan skala-skala pengukuran instrumen penelitian. Uji reliabilitas data mencakup beberapa kriteria yaitu:

- a. Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,7 maka data tersebut merupakan data yang reliabel.
- b. Jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,7 maka data tersebut merupakan data yang tidak reliabel.

3) Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono dalam Ananda et al., (2018:29) menjelaskan statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisa suatu statistik hasil penelitian, tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (generalisasi/ inferensi).

Pada penelitian ini, analisis deskriptif dapat dilihat dalam beberapa bentuk seperti melihat dari nilai persentase, mean atau rata-rata hitung, nilai maksimum, dan nilai minimum.

a) Mean (Rata-Rata Hitung)

Menurut Mangkuatmodjo dalam Ananda et al., (2018:62) menjelaskan rata-rata hitung merupakan suatu bilangan tunggal yang dipergunakan untuk mewakili nilai sentral dari sebuah distribusi. Mean atau rata-rata hitung dapat dinyatakan dengan rumus:

$$M = \frac{\Sigma fX}{N}$$



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.

Keterangan:

M = Mean

ΣfX = Jumlah hasil perkalian antara frekuensi (f) dengan nilai

nilai X

N = Jumlah individu

b) Rentang Skala *Likert*

Menurut Arifin dan Aunillah (2021:24) Skala likert merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena social. Fenomena social tersebut diigagas secara spesifik oleh peneliti dalam sebuah penelitian dan disebut dengan variable penelitian.

Partisipan menentukan tingkat persetujuan dengan menggunakan skala 5 titik yaitu, STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju. Setiap tingkat jawaban diberi skor dari 1 sampai 5 dan nilai 1 untuk jawaban sangat tidak setuju dan nilai 5 untuk jawaban sangat setuju. Penjabaran jawaban setiap item instrumen sebagai berikut:



Tabel 3.4

Skala Likert

Skala peringkat	Skor	Keterangan
Sangat tidak setuju	1	Respon negatif
Tidak setuju	2	Respon negatif
Netral	3	Netral
Setuju	4	Respon positif
Sangat setuju	5	Respon positif

Dalam menghitung skala penilaian, digunakan rumus rentang skala sebagai berikut:

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

Keterangan :

RS = Rentang Skala penilaian

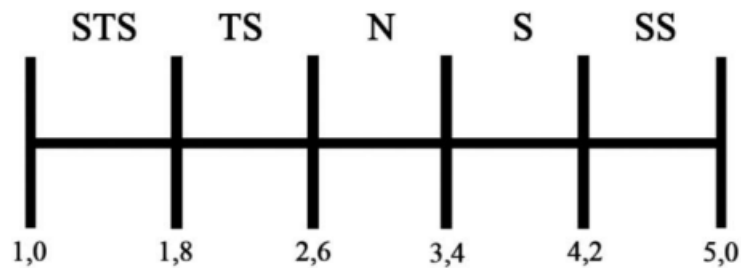
m = Skor skala tertinggi

n = Skor skala terendah

b = Jumlah kelas atau kategori

Gambar 3.1

Rentang Skala



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.



Keterangan:

1.0 – 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)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B) Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Menurut Widana & Muliani, (2020:2), uji normalitas dapat digunakan untuk membuktikan apakah sampel berasal dari suatu populasi berdistribusi normal atau bisa juga membuktikan populasi yang dimiliki berdistribusi normal. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak adalah dengan uji statistic non-parametrik Kolmogorov – Smirnov (K - S) menggunakan bantuan aplikasi SPSS 26.0 dengan menyusun hipotesis sebagai berikut:

- a. Jika nilai sig. > 5% (0,05), maka data residual berdistribusi normal.
- b. Jika nilai sig. < 5% (0,05), maka data residual tidak berdistribusi 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.



2) Uji Multikolinearitas

Menurut Widana dan Muliani (2020:55), uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas dalam suatu penelitian memiliki unsur-unsur yang sama. Seharusnya, antara variabel-variabel bebas yang akan dianalisis tidak diizinkan mengandung aspek, indikator, ataupun dimensi yang sama, karena apabila antar variabel bebas mengandung aspek atau indikator yang sama maka koefisien regresi yang didapatkan menjadi bias dan tidak bermakna.

Dalam proses pengujiannya, peneliti menggunakan SPSS 26.0 dalam melakukan pendeteksian terhadap nilai tolerance and value inflation factor (VIF), dimana:

- a. Nilai tolerance > 0.10 dan VIF < 10 , berarti tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Nilai tolerance < 0.10 dan VIF > 10 , berarti terjadi multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137) Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. Variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tidak berbeda, disebut sebagai Homoskedastisitas. Sedangkan jika variance dari residual satu pengamatan ke pangamatan lainnya berbeda, maka disebut sebagai Heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas diketahui dengan melihat grafik plot atau uji statistik. Model regresi yang baik adalah sebagai berikut:

© 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.



- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terdapat heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terdapat heteroskedastisitas.

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

C) Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel bebas atau variabel independen terhadap variabel terikat atau variabel dependen.

Persamaan regresi linear berganda:

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

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

α : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi kualitas layanan

β_2 : Koefisien regresi promosi penjualan

X1 : Kualitas layanan

X2 : Promosi penjualan

e : Error

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) Uji simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel dependen dengan semua variabel independen yang dipakai mempunyai hubungan yang signifikan Anderson et al., (2020:747). Berikut merupakan pengambilan keputusan dalam uji F:

- a. Jika nilai sig. $< 0,05$, maka model penelitian layak untuk digunakan.
- b. Jika nilai sig. $\geq 0,05$, maka model penelitian tidak layak untuk Digunakan.

2) Uji parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2018 : 98) uji t bertujuan untuk menunjukkan pengaruh dari satu variabel independen secara individual dengan variasi variabel dependen. Berikut merupakan pengambilan keputusan dalam uji t:

- H_0 : Tidak terdapat pengaruh positif antara variabel independent terhadap variabel dependent. ($H_0 = 0$)
- H_a : terdapat pengaruh positif antara variabel independent terhadap variabel dependent ($H_a \neq 0$)
 - a. Jika nilai sig. $< 0,05$, maka variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
 - b. Jika nilai sig. $\geq 0,05$, maka variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.



3) Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Menurut Ghozali (2018:97) uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kecocokan dan seberapa efektif kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Berikut adalah kriteria dari uji koefisien determinasi (R Square) dalam penelitian ini:

- a. Jika nilai koefisien determinasi (R Square) = 0 atau mendekati 0, maka kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen sangat terbatas
- b. Jika nilai koefisien determinasi (R Square) = 1 atau mendekati 1, maka variabel independen dapat memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen

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

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