KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB III
METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian yang terdiri dari obyek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel dan teknik analisis data.

Teknik pengumpulan data menelaah bagaimana cara mengumpulkan data, menjelaskan data yang dibutuhkan dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data. Diikuti oleh teknik pengambilan sampel yang mengelaborasi teknik memilih anggota populasi menjadi anggota sampel, beserta teknik analisis data yang terdiri dari berbagai metode untuk menafsirkan hasil penelitian dan rumus-rumus statistik dalam pengolahan data.

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian dari penelitian ini adalah produk Uniqlo. Sedangkan subjek penelitian ini adalah pelanggan yang memakai dan pernah membeli produk Uniqlo di Jakarta.

3.2 Desain Penelitian

Desain peneltian tujuan yang dicapai dengan penelitian yang disusun secara terstruktur dan direncanakan dengan matang. Menurut Cooper dan Schindler (2017:148) terdapat delapan klasifikasi desain penelitian, yaitu :

3.2.1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Penelitian yang digunakan yaitu studi formal. Studi formal adalah jenis penelitian yang dimanfaatkan dalam penyelesaian pertanyaan penelitian yang diawali dengan hipotesis serta menjawab pertanyaan sesuai dengan apa yang dituju. Tujuan dari desain studi formal adalah untuk menguji hipotesis dan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

3.2.2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode komunikasi yaitu menyebarkan kuesioner kepada responden secara *online* dengan menggunakan media *google forms* yang berisikan pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian kepada subjek penelitian dengan tujuan untuk memperoleh respon dan data atas penelitian yang dilakukan.

3.2.3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Klasifikasi dibedakan menjadi 2 yaitu klasifikasi eksperimental dan klasifikasi *ex post facto*. Penelitan ini menggunakan *ex post facto* yang hanya akan melaporkan apa yang telah terjadi dan peneliti tidak mempunyai kemampuan dalam memanipulasinya atau peneliti tidak mempunyai kontrol terhadap variabel yang ada.

3.2.4. Tujuan Studi

Tujuan studi dapat diklasifikasikan menjadi 3 bagian yaitu, studi pelaporan, pengolahan kembali data yang telah dirangkum untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik atau menjadi bentuk statistik sebagai perbandingan. Sedangkan studi deskriptif bertujuan untuk memperoleh apa, siapa, di mana, kapan atau berapa banyak. Penulis menggunakan metode kausal-eksplanator untuk mengetahui ada tidaknya keterkaitan korelasi antara variabel-variabel yang akan diteliti.

3.2.5. Dimensi Waktu

Peneliti memiliki 2 pilihan dalam klasifikasi ini, *cross-sectional*, hanya dapat terjadi pada suatu kejadian dan hanya sekali dalam suatu waktu. Sedangkan longitudinal dapat dilakukan berulang-ulang kali dalam rentang

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

waktu yang panjang. Desain studi *cross-sectional* digunakan dalam penelitian.

3.2.6. Cakupan Topik

Klasifikasi ke-enam dapat dibagi menjadi, studi kasus dan studi statistik. Studi kasus menganalisa berbagai kejadian atau kondisi dan korelasi timbal balik secara menyeluruh. Sedangkan untuk mengevaluasi hipotesis menggunakan data kuantitatif, penelitian ini menggunakan studi statistik yang mengambil kesimpulan secara luas dari karakteristik sampel yang akan diuji hipotesis menggunakan data kuantitatif.

3.2.7. Lingkungan Penelitian

Peneliti menentukan secara seksama dan memilih lingkungan *actual* atau kondisi lapangan, di mana hasil diperoleh secara langsung dari pelanggan Uniqlo di wilayah Jakarta melalui kuesioner.

3.2.8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Respon subjek penelitian merupakan faktor yang sangat krusial terhadap hasil penelitian sehingga pengertian subyek penelitian diutamakan untuk menghindari persepsi negatif dalam pelaksanaan penelitian

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang mencakup obyek/subyek yang memilki kuantitas dan karakteristik digunakan untuk diteliti dan ditarik kesimpulan. Dalam penelitian berikut, pelanggan Uniqlo di Jakarta ditunjuk sebagai populasi diikuti dengan sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiono (2019:126). Ukuran sampel diambil menggunakan rumus Hair et al. Hair et al (2019:132) menyatakan, ukuran sampel optimalnya 100 atau lebih besar dan jumlah sampel setidaknya lima kali dari jumlah item pertanyaan dan ukuran sampel yang dapat diterima adalah yang memiliki rasio 10:1. Penelitian ini

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

mempunyai 20 item pertanyaan, jumlah sampel minimum yang diperlukan adalah 100 responden, yang dihitung dengan perhitungan 20 × 5 = 100. Peneliti membagi kuesioner secara sistematis, memberikan rincian kuesioner dengan menetapkan sebesar 105 responden. Teknik sampel yang digunakan penelitian ini yaitu *nonprobability sampling*. Menurut Sugiono (2019:131), *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan metode pengambilan yang dipilih oleh peneliti adalah *sampling purposive*, pemilihan sampel dengan pertimbangan tertentu atau pertimbangan peneliti. Pertimbangannya adalah konsumen yang pernah membeli produk Uniqlo di wilayah Jakarta.

3.4 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian mengacu pada suatu wilayah/tempat yang ditentukan dalam melaksanakan penelitian, lokasi penelitian dapat beragam tergantung pada penelitian yang dilakukan. Lokasi yang digunakan pada penelitian ini adalah di *store* Uniqlo di Jakarta.

3.5 Variabel Penelitian

Menurut Sugiono (2019:67) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan untuk dipelajari agar dapat memperoleh infomasi tentang hal tesebut kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel bebas (independen) yang memiliki pengaruh dalam perubahan variabel lain yaitu kualitas produk (X1) dan promosi (X2) sedangkan variabel terikat (dependen) variabel yang terjadi akibat pengaruh dari variabel bebas yaitukeputusan pembelian (Y).

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

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3.5.1. Kualitas Produk sebagai Variabel Bebas

Kualitas Produk menurut Puspita dan Rahmawan (2021) mendefinisikan kualitas produk merupakan fungsi dan manfaat dari suatu produk, produk yang memiliki kualitas tinggi dapat sepenuhnya memenuhi dan memuaskan kebutuhan penggunanya. Penelitian ini menggunakan beberapa dimensi dalam kualitas produk yang dapat dilihat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1

Variabel Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Butir Pertanyaan	Skala
Kualitas Produk	Kinerja (*Perfomances*)	Uniqlo menyediakan produk dengan berbagai fungsi sesuai kebutuhannya	Likert
	Fitur (*Features*)	Kualitas bahan produk Uniqlo lebih baik dari produk lain	Likert
	Kehandalan (*Reliability*)	Produk Uniqlo memberikan kenyamanan pada saat dipakai	Likert
		Produk Uniqlo memiliki kualitas yang tahan lama	Likert
	Kesesuaian (*Conformance*)	Produk Uniqlo memiliki standar mutu yang baik	Likert
	Daya Tahan (*Durability*)	Produk Uniqlo dapat digunakan dalam jangka Panjang	Likert
		Produk Uniqlo memiliki warna pakaian yang tidak cepat pudar	Likert

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.1 (Lanjutan)

Variabel Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Butir Pertanyaan	Skala
Kualitas Produk	Estetika (*Aesthetics*)	Uniqlo menjual produk yang menarik untuk dilihat	Likert
	Kualitas yang dirasakan (*Percieved Quality*)	Produk pakaian yang ditawarkan Uniqlo berkualitas baik	Likert

Sumber : Garvin (1984).

3.5.2. Promosi sebagai Variabel Bebas

Menurut Uluwiyah (2022:11) promosi sebagai rangkaian upaya pemasaran yang berupaya mengenalkan pelanggan terhadap barang-barang yang diproduksi oleh produsen. Hal ini dicapai melalui strategi komunikasi dengan tujuan mempengaruhi dan memotivasi konsumen untuk melakukan pembelian. Upaya promosi dapat dilakukan baik melalui interaksi langsung dengan calon konsumen, seperti interaksi tatap muka, maupun melalui media yang ada seperti *social media*, media massa, atau promosi penjualan. Dapat dilihat pada tabel 3.2 dimensi promosi.

Tabel 3.2

Variabel Promosi

Variabel	Dimensi	Butir Pernyataan	Skala
Promosi	*Advertising*	Iklan produk Uniqlo banyak di media sosial	Likert
	Sales promotion	Produk Uniqlo memberikan diskonpenjualan	Likert
		Produk Uniqlo menyediakan hadiahyang menarik seperti tumblr, tote bag	Likert

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.2 (Lanjutan)

Variabel Promosi

Variabel	Dimensi	Butir Pertanyaan	Skala
Promosi	*Publishing*	Konsumen memilih produk Uniqlo karena menjadi sponsorship di banyak event	Likert

Sumber : Satriadi et al (2021:96).

3.5.3. Keputusan Pembelian sebagai Variabel Terikat

Keputusan pembelian adalah kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan oleh individu ketika memilih alternatif perilaku yang sesuai dari dua atau lebih dan dianggap tindakan paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan (Firmansyah, 2019:205). Dalam tabel 3.3 terdapat beberapa dimensi dalam keputusan pembelian.

Tabel 3.3

Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Dimensi	Butir Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian	Pilihan Produk	Uniqlo menyediakan kebutuhan *fashion* yang sesuai dengan keinginan saya	Likert
	Pilihan Merek	Saya memilih produk Uniqlo karena memiliki citra merek produk yang baik	Likert
	Pilihan Penyalur	Saya memilih produk Uniqlo karena ketersediaan barang yang lengkap	Likert
		Produk Uniqlo mudah diperoleh dimana saja	Likert
	Jumlah Pembelian	Saya membeli lebih dari satu model *fashion* di Uniqlo	Likert

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Tabel 3.3 (Lanjutan)

Variabel Keputusan Pembelian

	Waktu Pembelian	Saya membeli produk Uniqlo ketika saya butuhkan	Likert
	Metode Pembayaran	Uniqlo menyediakan berbagai metode pembayaran yang saya inginkan	Likert

Sumber : Kotler et al (2019:205).

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data adalah cara yang dimanfaatkan peneliti dalam mengumpulkan data yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian (Abubakar, 2021:67). Teknik pengumpulan data yang dilakukan penelitian ini menggunakan teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner yang merupakan kumpulan pertanyaan yang disusun oleh peneliti. Kuesioner disebarkan melalui *google form* secara *online* menggunakan internet kepada responden yang pernah membeli dan memakai produk Uniqlo di kota Jakarta.

Skala yang digunakan oleh peneliti yaitu skala likert, yaitu meminta persetujuan terhadap suatu pernyataan dengan alternatif jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.4

Skala Likert

Kategori	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : Ghozali (2018 :45)

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

3.7 Teknik Analisis Data

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

Metode pengolahan data dilakukan setelah data responden sudah terkumpul. Penelitian ini menggunakan IBM SPSS STATISTICS 27 untuk melakukan pengujian pada data. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data berikut:

3.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan seberapa sah atau valid suatu instrumen penelitian. Validitas yang tinggi jika memiliki instrumen yang valid atau sah, sedangkan validitas instrumen yang kurang valid maka validitas rendah. Validitas tinggi atau rendah menunjukkan bahwa data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud. (Abubakar,2021:129).

Rumus yang digunakan untuk mengukur validitas dalam penelitian ini adalah korelasi*product pearson moment* dengan mengambil korelasi yang dikoreksi (*Corrected Item total Correlation*) dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n\,(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2]\,[n(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

x = Jumlah skor pertanyaan

n = Jumlah responden uji coba

y = jumlah skor total pertanyaan

Kriteria putusan : rxy hitung > r tabel, maka item dinyatakan valid

rxy hitung < r tabel, maka item tidak dinyatakan valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sahir (2021:33) reliabilitas adalah menguji kekonsistenan

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

jawaban responden yang dinyatakan dalam bentuk angka, koefisien, semakin tinggi koefisien maka reliabilitas atau konsistensi jawaban responden tinggi. Sebuah instrumen dikatakan reliabilitas jika dapat memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70. Dalam penelitian ini reliabilitas akan diuji menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)}\right)\left(1 - \frac{\Sigma\sigma_t^2}{\sigma_t^2}\right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen yang dicari

$\sigma i2$ = Varians total

k = Banyaknya butir pertanyaan

3.7.3 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiono (2019:206) analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan menggambarkan atau mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan tanpa membuat kesimpulan yang dapat berlaku secara umum. Pada gambaran tersebut, setiap variabelnya dapat dilihat dari nilai *mean*, maksimum – minimum dan standar deviasi. Pehitungan analisis deskriptif dapat dilakukan melalui:

a. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Rata-rata hitung adalah menjumlah total keseluruhan data yang didapat dan kemudian dibagi dengan jumlah responden pengamatan. Rumus yang digunakan untuk menghitung *mean* adalah:

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

Keterangan:

$\bar{X}$ = Rata-rata hitung

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Xi = Nilai sampel

n = Jumlah responden

b. Selang Kepercayaan

Menurut Investopedia (2023) interval kepercayaan dalam statistik, mengindikasikan di mana parameter populasi akan berada dalam rentang tertentu untuk sebagian proporsi kejadian. Analisis umumnya menggunakan interval kepercayaan yang mencakup 95% atau 99% dari observasi yang diharapkan.

Rumus selang kepercayaan adalah:

$$\bar{x} \pm Z_{\alpha/2}\left(\frac{\sigma}{\sqrt{n}}\right)$$

Keterangan:

$\bar{X}$ = Rata–rata sampel

$Z_{\alpha/2}$ = Nilai Z (dari tabel Z)

σ = Standar deviasi populasi

n = Banyaknya anggota sampel

c. Rata- rata Tertimbang

Rata-rata tertimbang menggunakan rumus berikut:

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

Keterangan:

x = Skor rata-rata tertimbang

fi = Frekuensi

xi = Bobot nilai

$\sum fi$ = Jumlah responden

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
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.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

d. Rentang Skala

Rentang skala dapat dihitung sebagai rumus berikut:

$$Rs = \frac{m-1}{m}$$

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

Keterangan:

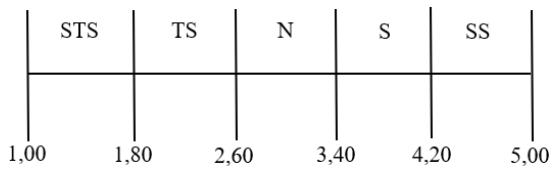
Rs = Rentang skala penelitian

m = Jumlah kategori

Dengan demikian rentang skala sebagai berikut:

Gambar 3.1

Rentang Skala



Keterangan:

1.0-1.8= Sangat Tidak Setuju (STS)

1.81-2.6= Tidak Setuju (TS)

2.61-3.4= Netral (N)

3.41-4.2= Setuju (S)

4.21-5.0= Sangat Setuju (SS)

3.7.4 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak (Ghozali 2018:161). Untuk mengetahui residual memiliki distribusi normal atau tidak peneliti menggunakan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

aplikasi SPSS dengan uji stastistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov*. Model regresi yang baik memiliki analisis grafik dan uji statistik sebagai berikut:

1) Apabila nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* > 0,05 maka data tersebut terdistribusi secara normal.
2) Apabila nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* < 0,05 maka data tersebut tidak terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:107) uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas (*independen*) dalam model regresi. Untuk menguji terjadinya multikolinieritas menggunakan metode *Variance Inflaction Factor* (VIF) dan *Tolerance* (TOL). Apabila nilai TOL semakin mendekati 0 maka diduga ada multikolinieritas dan sebaliknya nila TOL semakin mendekati 1 maka diduga tidak ada multikolinieritas.

(1) Nilai tolerance > 0,10 atau VIF <10, maka tidak terjadi multikolonieritas.
(2) Nilai tolerance < 0,10 atau VIF >10, maka terjadi multikolinieritas.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan kepengamatan lain (Ghozali 2018:137). Jika jenis varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain menghasilkan hasil konstan maka hal itu disebut dengan homoskedastisitas, sedangkan jika hasilnya berbeda maka akan dinyatakan sebagai

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS

heteroskedastisitas.

(1) Jika nilai probabilitas > 0,05 maka, hipotesis diterima karena data tersebut tidak ada heteroskedastisitas.

(2) Jika nilai probabilitas < 0,05 maka, hipotesis ditolak karena data ada heterokedastisitas.

3.7.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi merupakan metode untuk mencari pengaruh variabel bebas (independen) yang disebut variabel X merupakan variabel penyebab dan variabel terikat (dependen) yang disebut variabel Y merupakan variabel akibat. Analisis regresidigunakan untuk memprediksi bagaimana suatu variabel mempengaruh variabel lain dan mengetahui bentuk-bentuk hubungan tersebut (Sahir 2021:51). Regresi berganda yaitu metode analisis yang terdiri dari dua/lebih variabel independen dan satu variabel dependen. Adapun rumus analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta 0 + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Variabel Keputusan Pembelian

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Promosi

β_1 = Koefisien regresi variabel kualitas produk

β_2 = Koefisien regresi variabel promosi

ϵ = Error

© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3.7.6 Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)

Uji F menurut Sahir (2021:53) digunakan untuk mengetahui terdapat tidaknyapengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama (simultan). Nilai signifikansi dan F hitung dapat dilihat dari tabel ANOVA. Hasil uji F dengan hipotesis yaitu:

$H_0 : \beta_1 = \beta 2 = 0$

Ha : paling sedikit ada satu $\beta i \neq 0$

Kriteria yang digunakan dalam pengambilan uji statistik F adalah sebagaiberikut:

1. Apabila nilai signifikansi < α (0,05), maka tolak H_0 artinya model regresi layak digunakan
2. Apabila nilai signifikansi > α (0,05), maka tidak tolak H_0 artinya model regresi tidak layak digunakan

3.7.7 Pengujian Hipotesis Penelitian (Uji t)

Uji t merupakan pengujian kepada koefisien regresi secara parsial, untuk mengetahui signifikansi secara parsial atau masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Sahir 2021 : 53). Jumlah dan nilai probabilitas (Sig) digunakan untuk menentukan uji statistik t dengan menggunakan SPSS. Hasil dasar pegambilan keputusan uji t yaitu:

1) $H_0 : \beta 1 = 0$; Kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

   Ha : $\beta 1 > 0$; Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

2) $H_0 : \beta 2 = 0$; Promosi tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Ha : β2 > 0 ; Promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

Kriteria yang digunakan dalam pengambilan uji statistik adalah sebagai berikut:

a. Apabila nilai signifikansi < α (0,05), maka tolak H_0 artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen
b. Apabila nilai signifikansi > α (0,05), maka tidak tolak H_0 artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

3.7.8 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97), uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabeldependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara nol dan satu. Jika R^2 memiliki nilai yang kecil berati kemampuan variabel bebas sangat terbatas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sedangkan nilai R^2 mendekati satu makan variabel bebas dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.

1. Jika nilai $R^2 = 0$ maka variabel bebas (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat (Y)
2. Jika nilai $R^2 = 1$ maka variabel bebas (X) hampir memiliki kemampuan sepenuhnya untuk menjelaskan variabel terikat (Y)