



BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai metode penelitian yang merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam metode penelitian berisi obyek penelitian, disain penelitian, populasi dan sampel, lokasi penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data serta pengolahan data dan analisis data.

Dalam populasi dan sampel akan dijelaskan mengenai bagaimana peneliti memilih anggota sampel dari anggota populasi yang telah ditetapkan sesuai dengan ketentuan tertentu. Selanjutnya adalah teknik pengumpulan data yang membahas mengenai cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan dan bagaimana teknik pengumpulan data tersebut digunakan pada penelitian ini. Terakhir, peneliti akan membahas teknik analisis data yang digunakan untuk mengukur hasil penelitian dengan menggunakan rumus-rumus statistik dalam perhitungan dan dengan bantuan *software* komputer untuk mengolah data.

3.1 Obyek Penelitian

Obyek yang digunakan pada penelitian ini adalah *social commerce TikTok Shop*, dengan pengamatan penelitian ini adalah mengenai pengaruh harga dan bauran promosi terhadap keputusan pembelian. Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie sebagai konsumen yang pernah membeli produk melalui *TikTok Shop*.

3.2 Disain Penelitian

Schindler (2022:88) menjelaskan bahwa desain penelitian adalah rencana berbasis waktu untuk eksekusi dari semua kegiatan penelitian yang memiliki tiga tugas; desain pengambilan sampel, desain pengumpulan data, dan pengembangan instrumen



pengukuran. Masing – masing tahapan tersebut terintegrasi, meskipun ditangani secara terpisah. Schindler (2022:78) membagi desain penelitian ini menjadi beberapa dimensi, antara lain:

1) Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah dimensi yang paling penting, karena mempengaruhi pilihan pengumpulan data secara keseluruhan. Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian penjelas – kasual (*causal – explanatory study*) karena penelitian ini menjelaskan bagaimana satu variabel dapat mempengaruhi perubahan variabel lain.

2) Kontrol Variabel oleh Peneliti

Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto*, dimana peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasi variabel. Sebaliknya, peneliti mempelajari partisipan yang telah terpapar variabel independen dan mereka yang tidak terpapar dan kemudian membandingkan hasilnya.

3) Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menggunakan studi statistik untuk menangkap karakteristik suatu populasi dengan membuat kesimpulan dari sampel karakteristik. Studi statistik dirancang untuk penelitian yang memiliki cakupan luas daripada mendalam yaitu dengan mengekstrasi beberapa kasus yang terdapat kesamaan pada datanya.

4) Pengukuran Teknik Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan uji statistik parametrik untuk menguji hipotesis dengan menggunakan beberapa parameter populasi, jenis data interval, dan rasio. Penelitian kuantitatif cocok

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



digunakan untuk meneliti masalah yang sudah jelas, teramati, terukur, memiliki populasi yang luas, dan peneliti yang bermaksud untuk menguji hipotesis.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5) Kompleksitas Desain

Karena penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, maka penelitian ini termasuk kedalam desain multi – metodologi (*multiple – methodology design*) yang digunakan untuk memahami masalah manajemen dan menyusun pertanyaan penelitian, diikuti dengan studi statistik kuantitatif untuk mengumpulkan data yang berhubungan dengan pertanyaan pengukuran.

6) Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membagikan kuesioner, dimana peneliti akan menyusun pertanyaan yang dituju kepada partisipan dan mengumpulkan tanggapan mereka dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *Google Forms* yang terdiri dari sejumlah pertanyaan yang disajikan untuk subjek penelitian.

7) Lingkungan Penelitian

Berdasarkan lingkungan penelitian, penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan yang sebenarnya (*field condition*), karena penelitian dilakukan pada kondisi lapangan yang sebenarnya dengan menyebarkan kuesioner kepada responden atau subjek penelitian.

8) Dimensi Waktu

Berdasarkan dimensi temporal, penelitian ini menggunakan studi potong lintang (*cross – sectional study*). Karena penelitian hanya dilakukan satu kali dan memberikan gambaran pada satu titik waktu. Keuntungan dari studi potong lintang adalah dapat diselesaikan lebih cepat, dengan biaya lebih rendah, dan meminimalkan sumber kesalahan yang disebabkan oleh perubahan waktu.

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.



9) Kesadaran Peserta Terhadap Persepsi Mereka Sendiri

Kegunaan suatu desain dapat berkurang ketika partisipan merasa bahwa penelitian sedang dilakukan, sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil dari penelitian dapat dipengaruhi secara tidak langsung oleh persepsi responden. Persepsi yang dicari pada penelitian ini adalah persepsi yang tidak ada penyimpangan dari rutinitas sehari – hari.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Langkah pertama dalam merencanakan desain pengambilan sampel adalah dengan menentukan populasi sasaran, orang – orang, peristiwa atau catatan yang memiliki informasi yang diinginkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini, hanya ada satu tipe populasi yang digunakan yaitu populasi target. Schindler (2022:39) menyatakan bahwa setiap unit dalam populasi target adalah sebuah kasus, setiap kasus memiliki informasi tentang satu atau lebih variabel yang perlu diukur. Sehingga, populasi target yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang pernah membeli produk di *TikTok shop*.

3.3.2 Sampel Penelitian

Jumlah kasus yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian bergantung pada ukuran, variabilitas, dan aksesibilitas dari populasi target. Sampel menurut Schindler (2022:605) adalah sekelompok kasus yang cukup banyak (peserta, peristiwa, atau catatan) terdiri dari sebagian populasi sasaran yang dipilih dengan cermat untuk mewakili populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non – probability sampling*, dimana setiap elemen populasi tidak mempunyai peluang yang diketahui bukan

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.



not untuk diikutsertakan (Schindler, 2022:602). Hal ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa jumlah pembeli produk di *TikTok Shop*.

Jenis teknik *non – probability sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *judgement sampling*, dimana peneliti secara sewenang – wenang memilih unit sampel agar sesuai dengan beberapa kriteria (Schindler, 2022:600). Teknik penentuan sampel ini ditentukan dengan tujuan tertentu yaitu untuk mengumpulkan data dari pembeli produk di *TikTok Shop*.

Hair *et al* (2019:132) menjelaskan bahwa peneliti umumnya tidak akan melakukan analisis pada sampel kurang dari 50, dan sebaiknya ukuran sampel seharusnya 100 atau lebih. Sebagai pedoman umum, ukuran sampel setidaknya lima kali lebih banyak dari jumlah item pernyataan yang akan dianalisis, dan ukuran sampel 10:1 akan lebih dapat diterima. Sehingga, total peserta yang akan mengisi kuesioner adalah 100 responden.

3.4 Lokasi Penelitian

Berdasarkan pengertian yang diungkapkan oleh Schindler (2022:302) lokasi penelitian mungkin mencakup kota, jenis lingkungan dan lokasi dalam lingkungan. Lokasi penelitian dapat berupa rumah, pasar, perusahaan, lembaga pemerintah, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini yang menjadi lokasi penelitian adalah kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang berlokasi di Jl. Yos Sudarso Kav 85 No.87, RT.9/RW.11, Sunter, Jakarta Utara. Peneliti memilih lokasi tersebut sebagai tempat penelitian karena mahasiswa Institut Bisnis dan Informatia Kwik Kian Gie merupakan subjek penelitian yang akan mengisi angket atau kuesioner yang dibagikan.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel yang diukur dalam penelitian dapat diklasifikasikan sebagai objek atau properti (Schindler, 2022:237). Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yang

terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat, sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas (Schindler, 2022:15). Keputusan Pembelian (Y) merupakan variabel terikat dalam penelitian ini, sedangkan variabel bebasnya adalah Harga (X1) dan Bauran Promosi (X2). Berikut ini adalah definisi dan pengukuran yang digunakan dari masing – masing variabel.

3.3.1 Variabel Bebas

a. Harga (X1)

Menurut Kotler dan Armstrong (2022:292) harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau layanan. Pengukuran variabel harga (X1) yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui 4 indikator dan beberapa butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.1.

Tabel 3.1

Pengukuran Variabel Harga

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Harga (Kotler dan Armstrong terjemahan Bob Sabran (2021:278) dalam jurnal Hananto, 2021)	Keterjangkauan Harga	Harga produk yang ditawarkan <i>TikTok Shop</i> terjangkau,	Interval
	Kesesuaian Harga dan Kualitas Produk	Harga produk yang ditawarkan <i>TikTok Shop</i> sesuai dengan kualitas produk yang saya dapatkan.	Interval
	Daya Saing Harga	Harga produk yang ditawarkan <i>TikTok Shop</i> mampu bersaing dengan harga produk di <i>marketplace</i> lain.	Interval
	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Harga produk yang ditawarkan <i>TikTok Shop</i> sesuai dengan manfaat yang diberikan.	Interval

Sumber: Kotler dan Armstrong terjemahan Bob Sabran (2021:278) dalam jurnal Hananto (2021)





b. Bauran Promosi (X2)

Bauran promosi menurut Kotler dan Armstrong (2022:400) adalah campuran yang spesifik dari alat promosi yang digunakan perusahaan untuk berkomunikasi mengenai nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan dengan pelanggan. Dalam penelitian ini bauran promosi (X2) sebagai variabel bebas, pengukuran variabel bauran promosi yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui 2 indikator dan beberapa butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.2.

Tabel 3.2

Pengukuran Variabel Bauran Promosi

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Bauran Promosi (Kotler dan Armstrong, 2022:400)	<i>Sales Promotion</i>	Potongan harga yang diberikan <i>TikTok Shop</i> membuat saya tertarik untuk melakukan transaksi di <i>TikTok Shop</i> .	Interval
		Acara seperti 12.12 <i>Double Date Sale</i> membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian produk di <i>TikTok Shop</i> .	Interval
		Program <i>Flash Sale</i> membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian produk melalui <i>TikTok Shop</i> .	Interval
		Program Gratis Ongkir membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian produk melalui <i>TikTok Shop</i> .	Interval
	<i>Personal Selling</i>	Penawaran secara langsung melalui fitur <i>live streaming</i> yang dilakukan <i>seller</i> membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian melalui <i>TikTok Shop</i> .	Interval
		Penawaran secara langsung melalui fitur <i>chat</i> yang dilakukan <i>seller</i> membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian melalui <i>TikTok Shop</i> .	Interval

Sumber: Kotler dan Armstrong (2022:400)



3.5.2 Variabel Terikat

a. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler dan Armstrong (2022:176) keputusan pembelian merupakan keputusan pembeli mengenai merek mana yang akan dipilih untuk dibeli. Variabel keputusan pembelian (Y) dalam penelitian ini digunakan sebagai variabel terikat dengan pengukuran melalui 6 indikator dan beberapa butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.3.

Tabel 3.3

Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Keputusan Pembelian (Kotler dan Keller, 2022:80)	Pemilihan Produk	Saya memilih untuk melakukan pembelian melalui <i>TikTok Shop</i> karena layanan yang diberikan dapat memenuhi kebutuhan saya.	Interval
	Pemilihan Merek	Saya memilih untuk melakukan pembelian melalui <i>TikTok Shop</i> karena citra merek yang baik.	Interval
	Pemilihan Penyalur	Saya memilih untuk melakukan pembelian melalui <i>TikTok Shop</i> karena merek layanan tersebut dapat menjangkau lokasi saya.	Interval
	Jumlah Pembelian	Saya membeli berbagai macam produk lebih dari satu jenis melalui <i>TikTok Shop</i> .	Interval
	Waktu Pembelian	Saya memutuskan untuk membeli produk melalui <i>TikTok Shop</i> secara rutin pada saat membutuhkannya.	Interval
	Metode Pembayaran	Saya memutuskan untuk membeli produk melalui <i>TikTok Shop</i> karena metode pembayaran yang disediakan cukup beragam.	Interval

Sumber: Kotler dan Keller (2022:80)

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Menentukan teknik pengumpulan data yang akan digunakan penting untuk dilakukan, karena tujuan utama sebuah penelitian adalah mengumpulkan data dan fakta.

Jika tidak mengetahui teknik pengumpulan data yang akan digunakan, maka peneliti



tidak dapat mengumpulkan data yang sesuai dengan standar penelitian yang telah ditetapkan. Data yang dipelajari diambil dalam populasi, sehingga ditemukan kejadian – kejadian yang berhubungan antar variabel. Berdasarkan sumber dan jenis data yang dikumpulkan, maka teknik pengumpulan data yang cocok untuk digunakan pada penelitian ini adalah metode *survey* yaitu dengan menggunakan kuesioner.

Kuesioner adalah sebuah daftar pertanyaan yang dapat diukur menggunakan berbagai pilihan skala yang lengkap dengan ajakan berpartisipasi, pengenalan, bagian perlihatkan dan arahan untuk melewati serta petunjuk dan penutup (Schindler, 2022:601).

Kuesioner dibagikan kepada responden yang pernah membeli produk di *TikTok Shop* secara elektronik dengan bantuan *Google Forms*, sehingga pengisian angket akan lebih efektif dan efisien. Jenis kuesioner yang digunakan pada penelitian ini adalah pertanyaan tertutup, dimana setiap pertanyaan yang diajukan telah disediakan beberapa alternatif jawaban dari peneliti dan dengan harapan diperoleh informasi mengenai harga, bauran promosi, dan keputusan pembelian terhadap *TikTok Shop*.

Berdasarkan daftar pertanyaan pada kuesioner yang dibuat oleh peneliti, maka peneliti menggunakan skala likert untuk menentukan penilaian skor dari masing – masing jawaban yang diperoleh dari responden. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tertentu tentang fenomena sosial. Penggunaan tingkat kesetujuan skala likert pada penelitian ini telah dimodifikasi menjadi 5 alternatif jawaban yang dapat dipilih responden seperti pada tabel 3.4 dibawah ini.

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

Tabel 3.4

Ketentuan Instrumen Pengukuran Penelitian

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Peneliti 2023

3.7 Pengolahan Data dan Analisis Data

Setelah memperoleh data melalui kuesioner, selanjutnya peneliti akan menganalisis data menggunakan alat bantu *software* SPSS. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.7.1 Evaluasi Model Pengukuran

a. Uji Validitas

Menurut Hair *et al* (2019:13) uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu ukuran dapat mewakili dengan akurat apa yang seharusnya diwakili. Memastikan validitas dimulai dengan pemahaman tentang apa yang akan diukur dan kemudian membuat pengukuran dengan benar dan seakurat mungkin. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur instrumen dalam kuesioner untuk penelitian dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya, item pernyataan pada kuesioner dapat dinyatakan valid apabila nilai sig. < 0,05 dan r hitung > r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu variabel yang diamati dapat mengukur nilai sebenarnya dan bebas dari kesalahan jika



pengukuran yang sama dilakukan secara berulang, semakin tinggi nilai reliabel maka akan menunjukkan tingkat konsistensi yang lebih tinggi (Hair *et al*, 2019:13). Jika pengukuran tersebut tidak dapat diandalkan, maka penelitian tidak valid. Indikator pernyataan dinyatakan reliabel apabila nilai dari *Cronbach's Alpha* > 0,7.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrument

k = jumlah butir pernyataan

σt^2 = varians total

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

Rumus varians total (σt^2) yang digunakan adalah:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan:

X = nilai skor yang dipilih

n = jumlah responden

3.7.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut Hair *et al* (2019:485) berfungsi untuk memberikan penilaian objektif terhadap perbedaan antara kelompok pada serangkaian variabel independen. Hal ini digunakan untuk memahami perbedaan antar kelompok dan memberikan wawasan tentang peran variabel individu serta definisi kombinasi variabel tersebut yang mewakili kelompok

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.



a. Analisis Presentase

Analisis presentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, dan sebagainya. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

F_{r_i} = frekuensi relatif ke- i setiap kategori

$\sum f_i$ = jumlah responden yang termasuk kategori- i

n = total responden

b. Rata – Rata Hitung (*Mean*)

Rata – rata hitung atau *mean* dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel dan kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. Rumus yang dapat digunakan untuk menghitung rata – rata dari sampel adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

\bar{x} = rata – rata hitung (*mean*)

x_i = nilai sampel ke- i

n = jumlah sampel

c. Rentang Skala

Setelah nilai rata – rata diperoleh, maka selanjutnya peneliti menggambarkan rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor dari setiap variabel. Oleh karena itu, rentang skala perlu dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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.

$$R_s = \frac{m - 1}{b}$$

Keterangan:

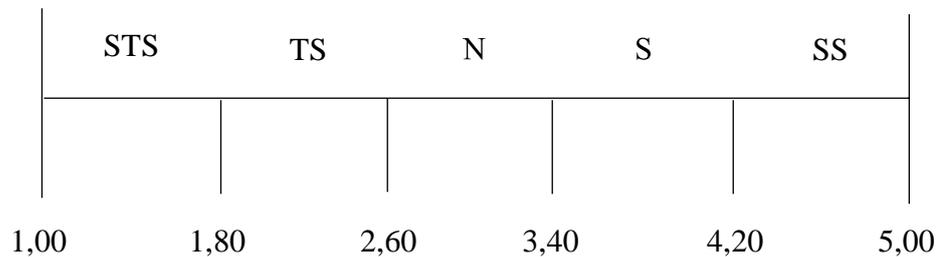
R_s = rentang skala penelitian

m = skor tertinggi pada skala

b = jumlah kelas atau kategori

Skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah adalah 1 dengan jumlah kelas atau kategori adalah 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut:

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



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)

d. Skala Likert

Skala likert digunakan untuk mengukur tanggapan subjek dengan memberi skor numerik pada skala lima titik untuk menyetujui suatu

C 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.



pernyataan. Responden diminta untuk setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang ada dan dapat mengungkapkan sikap yang disukai atau tidak disukai terhadap objek tersebut, skor yang diberikan responden juga dapat dijumlahkan untuk mengukur sikap responden secara keseluruhan (Schindler, 2022:601). Penelitian ini menggunakan skala likert dengan pilihan jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.5

Skala Likert

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

Sumber: Peneliti 2023

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui kesalahan atau residual, sehingga ketidaknormalan tersebut dapat diperbaiki dengan melibatkan ketidaknormalan dari variabel independen, dependen atau keduanya (Hair *et al*, 2019:291). Uji ini digunakan untuk mengkaji kenormalan suatu variabel yang diteliti apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji statistik melalui *Kolmogorov – Smirnov Test* (K-S) yang dinyatakan dalam *Asymp.Sig (2-tailed)* dengan membuat hipotesis sebagai berikut:

- 1) H_0 : Data residual berdistribusi normal.
- 2) H_a : 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.



Dengan hipotesis diatas, maka akan diterapkan taraf signifikansi sebesar 5% (0,05) dengan pernyataan bahwa:

- 1) Asymp.Sig (2-tailed) > α (0,05), maka data berdistribusi normal.
- 2) Asymp.Sig (2-tailed) < α (0,05), maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Sebuah data dapat terjadi heteroskedastisitas ketika kesalahan memiliki varians yang meningkat atau berfluktuasi (Hair *et al*, 2019:47). Jika varians dari kesalahan (e) tetap konstan di sepanjang rentang variabel prediktor, maka data disebut homoskedastisitas. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada varian variabel adalah menggunakan Uji Park dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai sig < 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan pengertian yang diungkapkan oleh Hair *et al* (2019:123) uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu variabel dapat dijelaskan oleh variabel lain dalam analisis. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi diantara variabel. Untuk mengetahui keadaan multikolinearitas dalam mempertimbangan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai VIF ≤ 10 atau nilai *tolerance* $\geq 0,10$, maka tidak terdapat multikolinearitas.
- 2) Jika nilai VIF ≥ 10 atau nilai *tolerance* $\leq 0,10$, maka terdapat multikolinearitas.

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.



3.7.4 Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Hair *et al* (2019:260) uji regresi linier berganda merupakan teknik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Berikut persamaan model regresi berganda:

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

Keterangan:

Y	= Variabel keputusan Pembelian
β_0	= Koefisien Konstanta
β_1	= Koefisien Regresi Harga
β_2	= Koefisien Regresi Bauran Promosi
X_1	= Variabel Harga
X_2	= Variabel Bauran Promosi
ε	= <i>Term of Error</i>

3.7.5 Uji Hipotesis

a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji F merupakan metode statistik untuk kontribusi tambahan terhadap akurasi prediksi dari suatu variabel di atas variabel yang sudah ada dalam persamaan (Hair *et al*, 2019:263). Uji F digunakan untuk menguji dan mengetahui bagaimana pengaruh dari variabel bebas secara bersamaan terhadap variabel terikat dalam suatu penelitian, dan untuk menguji apakah model regresi yang telah digunakan mempunyai pengaruh yang signifikan atau non signifikan. Jadi pengujian α sebesar 0,05 maka uji F adalah :

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, tidak tolak H_0 maka $H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, tolak H_0 maka $H_a: \beta_i \neq 0$.

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.



b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t menurut Hair *et al* (2019:375) digunakan untuk menilai signifikansi statistik dari perbedaan antara dua rata – rata sampel untuk satu variabel independen. Jadi apabila pengujian $\alpha > 0,05$ maka uji t adalah sebagai berikut:

- 1) Hipotesis Pertama
 - a) $H_0: \beta_1 = 0$
 - b) $H_a: \beta_1 > 0$
- 2) Hipotesis Kedua
 - a) $H_0: \beta_2 = 0$
 - b) $H_a: \beta_2 > 0$

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Hair *et al* (2019:551) koefisien determinasi digunakan untuk menilai dampak individual setiap variabel terhadap variasi dalam variabel independen dalam suatu model regresi. Untuk mengetahui alat analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti akan menggunakan koefisien determinasi dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $R^2 = 0$, maka variabel independen tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen.
- 2) Jika nilai $R^2 = 1$, maka variabel independen secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen.