



BAB III

METODE PENELITIAN

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Objek Penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah salah satu produk yang diproduksi oleh Royal Dutch Shell.plc (Shell), yaitu produk pelumas mesin. Royal Dutch Shell.plc (Shell) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang energi dan petrokimia. Penelitian ini dilaksanakan dengan mengisi kuesioner secara online atas citra perusahaan dan juga kualitas produk pelumas yang ditawarkan oleh Royal Dutch Shell.plc (Shell) kepada konsumennya yang pernah menggunakan produknya di daerah Depok, Jawa Barat.

B. Desain Penelitian

Suatu penelitian perlu adanya desain penelitian yang tujuannya adalah untuk menggambarkan desain penelitian yang disusun sedemikian rupa untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan-pertanyaan pengumpulan data.

Menurut Cooper dan Schindler (2017: 147-152), desain pada penelitian ini dapat diklasifikasikan dengan menggunakan pendekatan dari sudut pandang yang berbeda, yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian

Penelitian ini termasuk dalam studi formal dimana penelitian ini dilakukan dengan menyajikan suatu hipotesis yang dibuat dengan menggunakan metode dan sumber data tertentu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tentang identifikasi masalah. Peneliti juga menguji hipotesis yang dihasilkan untuk menjawab pertanyaan terkait keputusan pembelian produk pelumas Shell pada penelitian 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Berdasarkan metode pengumpulan data

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Berdasarkan metode pengumpulan data, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini. Pendekatan kualitatif yang digunakan peneliti adalah penggunaan data penelitian komunikasi, yaitu penyebaran kuesioner yang berisi pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian ini kepada objek-objek yang berkaitan dengan penelitian, yang dimana jawaban kuesioner tersebut digunakan oleh peneliti dalam penelitiannya untuk mengetahui sikap responden secara langsung, dan juga sebagai bahan evaluasi yang lebih mendalam.

3. Berdasarkan kontrol peneliti terhadap variabel

Penelitian ini dilakukan untuk menemukan jawaban atas hipotesis yang menjadi pokok permasalahan saat ini. Oleh karena itu, peneliti tidak memiliki hak untuk memanipulasi/mengubah variabel penelitian yang ada, dan juga peneliti akan melaporkan hasil penelitian sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya. Oleh karena itu, penelitian ini termasuk kedalam penelitian *ex post facto*.

4. Berdasarkan tujuan studi

Penulis menggunakan studi kausal-eksplanatori, dimana hubungan antar variabel yang diteliti ditentukan berdasarkan hasil penelitian yang dikumpulkan melalui kuesioner.

5. Berdasarkan dimensi waktu

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini tergolong kedalam studi longitudinal berbagai panel, hal tersebut dikarenakan peneliti melakukan observasi terhadap variabel yang telah diteliti sebelumnya. Selain itu, dengan menggunakan studi longitudinal ini, peneliti akan memperoleh hasil yang lebih akurat untuk mengetahui pengaruhnya dalam keputusan pembelian produk pelumas Shell.



6. Berdasarkan cakupan topik

- C** Berdasarkan cakupan topik penelitian, peneliti melakukan studi kasus, dimana penelitian ini mencoba menganalisis beberapa hubungan/variabel yang hasilnya digunakan dalam pemecahan masalah, sebagai bahan evaluasi, dan merumuskan strategi yang akan digunakan dalam penyelesaian masalah. riset. masa depan.

7. Berdasarkan lingkungan penelitian

Lingkungan penelitian yang diberikan termasuk dalam penelitian aktual atau sesuai dengan kondisi lapangan, dimana peneliti menggunakan informasi yang sesuai dengan kondisi nyata tanpa merencanakan/memanipulasi bahan penelitian.

8. Berdasarkan kesadaran persepsi partisipan

Penelitian ini menggunakan persepsi aktual partisipan yang dimana tidak terdapat penyimpangan terhadap rutinitas sehari-harinya, sehingga tidak dilakukan perubahan pada rutinitasnya yang dapat mempengaruhi hasil penelitian.

C. Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel-variabel yang saling berkaitan, berikut ini akan dijelaskan uraian dari masing-masing variabel beserta dengan indikatornya, diantaranya:

1. Variabel Dependen

Variabel dependen menurut Sugiyono (2016) merupakan variable yang dipengaruhi dari variabel bebas/variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian

Menurut Firmansyah (2019:205), keputusan pembelian adalah kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu untuk memilih alternatif yang sesuai dari dua atau lebih alternatif dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam



membeli dengan terlebih dahulu melalui tahap-tahap proses pengambilan keputusan.

2. Berikut adalah indikator dari Keputusan Pembelian yang terdiri dari beberapa pertanyaan :

Tabel 3.1
Indikator Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Pernyataan
Keputusan Pembelian	a. Pemilihan Produk	(1) Saya memilih produk Shell karena sesuai dengan kualitas yang diinginkan.
	b. Pemilihan merek	(2) Saya memilih produk Shell karena memiliki kualitas yang lebih unggul dari kompetitor lain.
	c. Pemilihan tempat penyalur	(3) Saya memilih produk Shell karena layanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan kendaraan saya.
	d. Waktu pembelian	(4) Saya memilih produk Shell karena saya telah terbiasa menggunakan produk Shell.
	e. Jumlah Pembelian	(5) Saya memilih produk Shell karena memiliki citra merek yang baik.
	f. Metode Pembayaran	(6) Saya memilih produk Shell karena saya merasa nyaman dengan produk tersebut

2. Variabel Independen

Variabel independen menurut Sugiyono (2016) adalah variabel yang menyebabkan timbulnya variabel dependen. Pada penelitian ini, terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Berikut beberapa variabel independen yang digunakan :

a. *Brand Image*

Menurut Clow dan Baack (2022: 66) citra merek merupakan perasaan yang dimiliki konsumen dan bisnis tentang keseluruhan organisasi dan juga individunya produk atau lini produk. Berikut indikator *brand image* yang terdiri dari beberapa pertanyaan:



Tabel 3.2
Indikator *Brand Image*

Variabel	Indikator	Pernyataan
Brand Image	a. Keunggulan Asosiasi Merek	(1) Shell memberikan kemudahan serta layanan yang baik pada konsumen
	b. Kekuatan Asosiasi Merek	(2) Shell memiliki reputasi yang baik bagi konsumen
	c. Keunikan Asosiasi Merek	(3) Produk shell memiliki ciri khas tersendiri

b. Kualitas Produk

Menurut menurut Kotler dan Armstrong (2020: 233), merupakan salah satu strategi utama produsen yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk memenuhi kualitas suatu produk. Jika didefinisikan secara luas, produk juga termasuk servis, acara, orang, tempat atau campuran dari variabel diatas.

Tabel 3.3
Indikator Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Pernyataan
Kualitas Produk	a. Fitur	(1) Shell menawarkan pilihan produk paket yang bervariasi
	b. Kualitas Kinerja	(2) Shell memiliki cara yang mudah untuk konsumen dapat melakukan pembelian produk
	c. Bentuk	(3) Shell memiliki produk pelumas yang beragam dan ukuran pelumas yang dimiliki Shell beragam
	d. Daya Tahan	(4) Pelumas Shell tidak memiliki kadaluarsa selama pelumas masih utuh didalam kemasan
	e. Kesesuaian Kualitas	(5) Produk yang ditawarkan sesuai dengan iklan dan kualitas produk yang di berikan sesuai yang dijanjikan
	f. Gaya	(6) Shell menawarkan produk yang sesuai dengan berbagai macam kendaraan
	g. Keandalan	(7) Shell memberikan jaminan penukaran produk bila tidak sesuai dengan pesanan



D. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam pengambilan sampel, penulis menggunakan *nonprobability sampling*. Pengambilan sampel pada metode *nonprobability sampling* digunakan untuk memperoleh sampel yang tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap anggota populasi yang dipilih menjadi sebuah sampel (Sugiyono, 2010: 53). Dalam metode *nonprobability sampling* ini, terdapat beberapa jenis teknik yang mendukung. Teknik yang pertama adalah metode *purposive sampling*, yang penetapan sampelnya dilakukan dengan menentukan target dari elemen populasi yang diperkirakan berpengaruh terhadap penelitian, karena sesuai dengan kriteria yang ditentukan dalam pengisian kuesioner.

Teknik lain yang digunakan dalam penelitian ini adalah *snowball sampling*, yang dimana peneliti mencari beberapa responden yang dapat digunakan sebagai sumber data yang berpengaruh terhadap penelitian.

Menurut Sugiyono (2017: 131), ukuran sample yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Untuk menghitung ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus Hair *et. al.*, (2019: 133) menjelaskan bahwa jika untuk mengukur sampel dari populasi yang besar dan belum diketahui jumlahnya, maka ukuran sample minimum adalah 5-10 dikali dengan indikator yang diestimasi. Sehingga perhitungan berdasarkan rumus tersebut adalah :

$$N = 5 \times \text{Jumlah indikator yang diestimasi}$$

$$N = 5 \times 16$$

$$N = 80 \text{ responden}$$

Melalui perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel minimum dalam penelitian ini sebanyak 80 responden dengan kriteria responden yang sudah ditetapkan sebelumnya.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini adalah survey dengan menyebarkan kuesioner tertutup dengan menggunakan *Google Form* yang kemudian akan diisi oleh responden yang pernah membeli produk pelumas yang diproduksi Royal Dutch Shell plc di Depok, Jawa Barat yang telah memenuhi kriteria yang telah ditentukan.

Kuesioner terdiri dari beberapa rumusan pernyataan yang menggambarkan penilaian responden terhadap indikator-indikator yang sudah dibuat oleh peneliti untuk kebutuhan penelitian, yang kemudian ditanggapi oleh responden dengan pilihan-pilihan yang tersedia sesuai dengan keadaan yang dialami responden.

Rentang skala merupakan alat yang digunakan untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabelnya. Rumus yang digunakan untuk mengetahui rentang skala adalah :

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

Keterangan :

RS = rentang skala

m = skor tertinggi pada skala

n = skor terendah pada skala

b = jumlah kategori yang dibuat

Berdasarkan rumus tersebut, rentang skala dalam penelitian ini adalah :

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Tabel 3.4
Rentang Skala

STS	TS	N	S	SS
1,0	1,8	2,6	3,4	4,2
				5,0

F. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2010: 88), analisis data merupakan proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa (media ilmiah primer yang digunakan untuk menyebarkan hasil penelitian), menyusun ke dalam pola, menyaring data yang penting dan cocok untuk dipelajari, dan membuat kesimpulan hingga mudah dipahami oleh peneliti sendiri maupun orang lain.

Penulis menggunakan *software* WarpPLS Ver. 8.0 untuk membantu peneliti dalam mengolah data penelitian yang telah terkumpul. Teknik analisis data yang akan diuji menggunakan *software* WarpPLS Ver. 8.0, pada penelitian ini diantaranya :

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.



1. Evaluasi Model Pengukuran

a. Uji Validitas

Menurut Cohen et al., (2018 : 245), Uji Validitas merupakan kunci penting untuk penelitian yang efektif. Kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan mampu menjawab sesuatu yang akan diukur melalui kuesioner tersebut. Pernyataan dapat dikatakan valid apabila $P\text{-value} < 0.05$ dan $\text{factor loading} > 0.5$

b. Uji Reliabilitas

Menurut Darma (2021 : 17), uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan atau pernyataan yang digunakan. Menurut Ghazali (2018 : 46), tingkat/ taraf signifikan yang dinyatakan reliabel adalah 0.7. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut :

- 1) Jika nilai cronbach's alpha (α) > 0.7 , maka instrumen dikatakan reliabel.

Adapun rumus *cronbach's alpha* (α) sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right)$$

Keterangan :

- r_{11} = nilai reliabilitas
- k = jumlah item pertanyaan yang di uji
- $\sum Si$ = jumlah varians skor tiap – tiap item
- St = varians total

2. Analisis Deskriptif

Pengertian statistik deskriptif menurut Ghazali (2018: 19) adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data melalui gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, maksimum, minimum, sum, *range*, kurtosis dan



skewness. Statistik deskriptif biasanya digunakan untuk menggambarkan profil data sampel sebelum memanfaatkan teknik analisis statistik yang berfungsi untuk menguji hipotesis. Statistik deskriptif dapat menjelaskan variabel-variabel yang terdapat didalam penelitian ini. Statistik deskriptif juga menyajikan ukuran-ukuran numerik yang sangat penting bagi data sampel. Berikut analisis statistic deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya :

a. Rata-Rata Hitung (*Mean*)

Nilai rata-rata/*mean* merupakan nilai tengah yang diperoleh berdasarkan jumlah nilai keseluruhan yang dibagi dengan banyaknya data. Nilai rata-rata ini digunakan untuk mewakili keseluruhan data yang ada. Berikut rumus untuk menghitung nilai rata-rata, yaitu :

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

Keterangan :

\bar{x} = nilai rata-rata

f_i = frekuensi data ke-i

X_i = data kelas i

n = banyaknya

b. Rata-Rata Tertimbang

Rata-rata tertimbang (*weighted average*) merupakan rata-rata yang dihitung dengan memperhitungkan timbangan/bobot untuk setiap datanya. Rumus yang digunakan untuk menghitung rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut :

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

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 :

- \bar{x} = skor rata – rata tertimbang
- f_i = frekuensi
- x_i = bobot nilai
- $\sum f_i$ = jumlah responden

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

c. Analisis Persentase

Analisis persentase merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui karakteristik identitas responden yang satuan ukurnya dinyatakan dalam bentuk persen. Untuk menghitung persentase, rumus yang digunakan adalah :

$$\rho = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$

Keterangan :

P = persentase berdasarkan kategori

fi = jumlah responden yang menjawab berdasarkan kategori

$\sum fi$ = jumlah keseluruhan responden yang menjawab berdasarkan kategori

d. Rentang Skala

Rentang skala merupakan alat yang digunakan untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabelnya. Rumus yang digunakan untuk mengetahui rentang skala adalah :

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

Keterangan :

RS = rentang skala

m = skor tertinggi pada skala

n = skor terendah pada skala

b = jumlah kategori yang dibuat



Berdasarkan rumus tersebut, rentang skala dalam penelitian ini adalah :

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

Tabel 3.3

Rentang Skala

STS	TS	N	S	SS
1,0	1,8	2,6	3,4	4,2
				5,0

3. Skala Likert

Sikap dan pendapat responden diukur dengan skala *likert*. Skala *Likert* atau skala total merupakan skala pengukuran ordinal menurut Ghazali (2018: 4), dimana skala tersebut tidak hanya mengelompokkan variabel ke dalam kelompok-kelompok saja, namun juga mengklasifikasikan kategori-kategori yang tersedia.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan skala likert untuk mengukur sikap dan pendapat. Untuk menjawab pertanyaan dalam kuesioner, responden menunjukkan persetujuannya terhadap setiap pertanyaan dengan memilih salah satu pilihan yang tersedia. Umumnya disediakan dengan pilihan skala dengan format berikut :

Tabel 3.5
Skala Likert

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

Sumber : diolah peneliti

4. Penilaian *Overall Fit*

Penilaian *Overall Fit* digunakan untuk mengetahui sebuah model yang dikatakan *fit* atau tidak terhadap data statistik. Model yang ditetapkan yaitu SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan indikator sebagai berikut :

a. Average Path Coefficient (APC)

Nilai *cut-off P-value* untuk APC yang paling disarankan untuk indikasi model *fit* adalah $\leq 0,05$ dengan level signifikansi adalah 5% (Latan dan Ghazali, 2017:95).

b. Average R-square (ARS)

Nilai *cut-off P-value* untuk ARS yang paling disarankan untuk indikasi model *fit* adalah $\leq 0,05$ dengan level signifikansi adalah 5% (Latan dan Ghazali, 2017:95).

c. Average Adjusted R-squared (AARS)

Nilai *cut-off P-value* untuk AARS yang direkomendasikan sebagai indikasi model *fit* adalah $\leq 0,05$ dengan level signifikansi adaah 5% (Latan dan Ghazali, 2017:95).

d. Average Block (AVIF)

Nilai ideal yang direkomendasikan untuk AVIF adalah $\leq 3,3$ dengan asumsi kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, apabila nilai AVIF ≤ 5 maka masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan indikator tunggal (Latan dan Ghazali, 2017: 96).

© 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.



e. **Average Full Collinearity VIF (AFVIF)**

Nilai ideal yang direkomendasikan untuk AFVIF adalah $\leq 3,3$ dengan asumsi kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan dua atau lebih indikator. Namun, apabila nilai ≤ 5 maka AFVIF masih dapat diterima asalkan kebanyakan konstruk atau variabel di dalam model diukur dengan indikator tunggal (Latan dan Ghozali, 2017: 96).

f. **Tenenhaus GoF**

GoF memiliki tiga tingkatan nilai, yaitu $\text{GoF} \geq 0,10$ (kecil), $\text{GoF} \geq 0,25$ (sedang), dan nilai $\text{GoF} \geq 0,36$ (besar) (Latan dan Ghozali, 2017: 96).

g. **Symson's Paradox Ratio (SPR)**

Indeks ideal SPR adalah 1 atau jika nilai $\text{SPR} \geq 0,7$ masih dapat diterima yang berarti 70% atau lebih dari *path* di dalam model bebas dari *Sympson's paradox* (Latan dan Ghozali, 2017: 97).

h. **R-Squared Contribution Ratio (RSCR)**

Indeks ideal RCSR adalah 1 atau jika nilai $\text{RSCR} \geq 0,9$ masih dapat diterima yang berarti 90% atau lebih dari *path* di dalam model tidak berhubungan dengan kontribusi *R-squared* negatif (Latan dan Ghozali, 2017: 98).

i. **Statistical Suppression Ratio (SSR)**

Nilai SSR dapat diterima jika memiliki nilai $\geq 0,7$ yang berarti 70% atau lebih dari *path* di dalam model bebas dari *statistical suppression* (Latan dan Ghozali, 2017: 98).

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.



j. **Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)**

Nilai NLBCDR dapat diterima jika memiliki nilai $\geq 0,7$ yang berarti 70% atau lebih dari *path* yang berhubungan di dalam model penelitian mendukung untuk dibalik hipotesis dari hubungan kausalitas yang lemah (Latan dan Ghazali, 2017: 98).



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. **Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)**

Inner model merupakan model struktural yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas (hubungan sebab-akibat) antar variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Struktural model (*inner model*) menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel laten yang telah dibangun berdasarkan substansi teori. Persamaan struktural yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$KP = \gamma_{11} * BI + \gamma_{12} * BP$$

Keterangan :

KP = Keputusan pembelian

BI = *Brand Image*

BP = Kualitas Produk

Menurut Latan dan Ghazali (2017: 85), tujuan menilai model struktural adalah untuk memprediksi hubungan antar variabel laten yang digunakan untuk mengetahui signifikansi dari *P-value*. Adapun beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut :

a) Arah hubungan antar variabel laten mengindikasikan apakah hasil hubungan antara variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh yang sesuai dengan yang dihipotesiskan. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

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.

1. Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian

$$H_0: \gamma_{11} = 0$$

$$H_a: \gamma_{11} > 0$$

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

$$H_0: \gamma_{12} = 0$$

$$H_a: \gamma_{12} > 0$$

Kriteria pengujian hipotesis :

Tolak H_0 jika $P\text{-value} < 0,05$ (terbukti ada pengaruh)

Tidak tolak H_0 jika $P\text{-value} \geq 0,05$ (tidak terbukti ada pengaruh)

- b) Menurut Latan dan Ghazali (2017: 91), Koefisien Determinasi (R^2) pada persamaan *structural* digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel laten endogen. Semakin tinggi nilai R^2 , maka semakin besar variabel independent dapat menjelaskan variabel endogen dan semakin baik pula persamaan strukturalnya.