

## BAB III

### METODE PENELITIAN

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

#### A. Obyek Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Obyek yang digunakan pada penelitian ini adalah Erigo, dengan pengamatan penelitian ini adalah mengenai kualitas produk dan pemasaran konten terhadap keputusan pembelian. Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk Erigo minimal berumur 17 tahun.

#### B. Desain 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 instrument 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 – casual (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 digunakan untuk meneliti masalah yang sudah jelas, teramati, terukur, memiliki populasi yang luas, dan peneliti yang bermaksud untuk menguji hipotesis.

## 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

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.



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.

#### 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.

## C. Populasi Dan Sampel

### 3.3.1. Populasi

Menurut 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 pelanggan yang pernah pakai erigo

### 3.3.2. 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 nol untuk diikutsertakan (Schindler, 2022:602). Hal ini dikarenakan tidak diketahui secara pasti berapa jumlah pembeli produk Erigo .

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 Erigo.

Menurut Hair et al (2019:132) Berdasarkan poin diatas melakukan analisis pada sampel kurang dari 50, dan sebaiknya ukuran sampel

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.

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.

#### **D. 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 Kualitas Produk (X1) dan Pemasaran Konten (X2) Berikut ini adalah definisi dan pengukuran yang digunakan dari masing – masing variable

##### **3.4.1 Variabel Bebas**

###### **a. Kualitas Produk**

Menurut Kotler et al (2022:200) adalah kemampuan produk dalam menjalankan tugasnya, karakteristik ini mencakup daya tahan kehandalan, ketelitian yang dicapai oleh produk secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena dengan meningkatkan kualitas produk dapat membuat pelanggan merasa puas terhadap produk atau jasa yang ditawarkan dan hal ini membuat pelanggan membeli produk tersebut kembali. Pengukuran variabel Kualitas Produk (X1) yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui 8 indikator dan beberapa butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.1.





Tabel 3. 1

Pengukuran Variabel Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
<p><b>© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b>                      Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang                      Kualitas Produk (Garvin, 1987)</p>	<i>Perfomance</i> (Kinerja)	1. Pakaian Erigo nyaman di pakai 2. Kualitas jahitan kuat dan bagus 3. Warna pakaian yang tidak pudar	Interval
	<i>Features</i> (Fitur)	1. Ukuran produk yang ditawarkan Erigo bervariasi. 2. Produk Erigo mempunyai variasi model pakaian	Interval
	<i>Reliability</i> (Kehandalaan)	Kehandalan Produk Erigo terjamin	Interval
	<i>Conformance</i> (Kesesuaian)	Produk Erigo sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan	Interval
	<i>Durability</i> (Ketahanan)	Produk Erigo yang tidak mudah rusak dalam jangka waktu yang lama.	Interval
	<i>Serviceability</i> (Kemampuan melayani)	Kualitas Layanan karyawan Erigo baik	Interval
	<i>Aesthetics</i> (Estetika/keindahan)	Produk Erigo memiliki corak atau desain yang menarik	Interval
	<i>Perceived Quality</i>	Secara keseluruhan kualitas produk Erigo baik	Interval

Sumber : <https://ipqi.org>

**b. Pemasaran Konten (X2)**

Menurut Holiliman dan Rowley dalam Fadillah (2021), Tujuan dari pemasaran konten perusahaan sudah sesuai dengan apa yang menyatakan bahwa pemasaran konten dirancang untuk membangun,

meningkatkan, atau mempertahankan hubungan dari pelanggan yang potensial. Dalam penelitian Pemasaran Konten (X2) sebagai variabel bebas, pengukuran variabel pemasaran konten yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui 5 indikator dan beberapa butir pernyataan yang disajikan pada tabel 3.2.

**Tabel 3. 2**  
**Pengukuran Variabel Pemasaran Konten**

Variabel	Indikator	Butir Pertanyaan	Skala
Pemasaran Konten (Karr, 2016 : 9 -10 dalam jurnal Erit Zanlex 2023)	<i>Reader Cognition</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konten Erigo dapat dipahami dengan jelas</li> <li>2. Konten Erigo dapat menarik perhatian audience</li> <li>3. Memiliki konten interaktif</li> </ol>	Interval
	<i>Sharing Motivation</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konten Erigo memiliki nilai yang memotivasi audiens</li> <li>2. Memiliki konten yang bermanfaat bagi audiens</li> </ol>	Interval
	<i>Persuasion</i>	Setelah melihat konten Erigo membuat saya ingin mengetahui lebih banyak tentang Erigo	Interval
	<i>Decision Making</i>	Setelah melihat konten Erigo saya berminat memutuskan untuk membeli	Interval
	<i>Life Factors</i>	Konten Erigo sesuai dengan gaya hidup saya	Interval

Sumber : kar (2016: 9-10) dalam jurnal Erit Zanlex 2023





### 3.4.2 Variabel Terikat

#### a. Keputusan Pembelian

Menurut Armstrong et al (2022:148) 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 Pertanyaan	Skala
Keputusan Pembelian (Kotler et al., 2022:80)	Product Choice (pilihan produk)	Saya lebih memilih produk – produk Erigo dibandingkan produk pesaing	Interval
	Brand Choice (pemilihan merek)	Saya lebih memilih Merek Erigo karena memiliki citra merek yang baik	Interval
	Dealer Choice (pilihan penyalur)	Saya memilih untuk melakukan pembelian melalui <i>e-commerce</i> Erigo karena merek tersebut dapat menjangkau lokasi saya	Interval
	Purchase Timing (waktu pembelian)	Saya membeli Erigo yang bisa di akses kapan saja sesuai saya yang butuhkan	Interval
	Purchase Amount (jumlah pembelian)	Erigo bisa memenuhi berapapun jumlah pembelian yang saya butuhkan	Interval

Sumber: Kotler et al (2022:80)

#### E. 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 merupakan daftar pertanyaan yang dapat diukur dengan menggunakan berbagai pilihan skala, dilengkapi dengan ajakan berpartisipasi, perkenalan, bagian peralihan, dan arahan untuk melewati serta petunjuk dan penutup. (Schindler, 2022:601). Kuesioner dibagikan kepada responden yang pernah membeli produk di Erigo 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 kualitas produk, pemasaran konten, dan keputusan pembelian terhadap Erigo.

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 table 3.4 dibawah ini.

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.



**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 2024

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

**F. 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:

**3.6.1 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.

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. 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.

$$r_{ii} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{ii}$  = reliabilitas instrument

$k$  = jumlah butir pernyataan

$\sigma_t^2$  = varians total

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varians butir

Rumus varians total ( $\sigma_t^2$ ) yang digunakan adalah:

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

Keterangan:

$X$  = nilai skor yang dipilih

$n$  = jumlah responden

### 3.6.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut Hair *et al* (2019:485) berfungsi untuk memberikan penilaian objektif terhadap perbedaan antara kelompok pada

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.



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

### 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:

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

Keterangan

$Fr_i$  = 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:

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{n}$$

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

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

$f_i$  = Frekuensi pemilihan nilai

$x_i$  = nilai sampel ke-*i*

$n$  = jumlah sampel

#### c. Rentang Skala

Skala yang digunakan didalam instrument adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2013:93), Skala likert merupakan skala yang paling cocok dalam merepresentasikan suatu kecenderungan, baik terhadap sikap, pendapat maupun persepsi baik individu maupun kelompok terhadap suatu pernyataan. Oleh karena itu rentang skala perlu dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

#### Keterangan:

$R_s$  = rentang skala penelitian

$m$  = skor tertinggi pada skala

$b$  = jumlah kelas atau kategori

Adapun perhitungan di dalam menentukan rentang skala yang digunakan di dalam penelitian ini berdasarkan pada rentang skala likert yang telah ditetapkan yakni 1 hingga 5, adalah sebagai berikut:

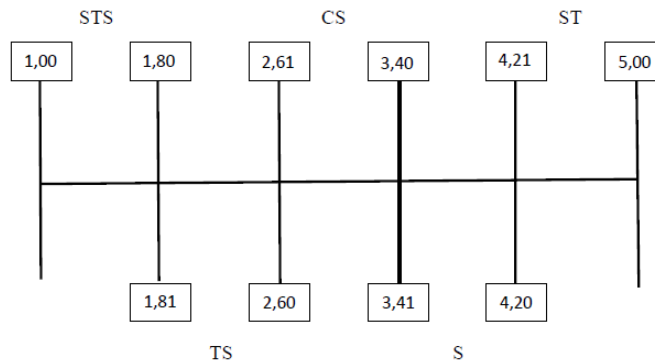
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



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.

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



#### d. Skala Likert

Skala likert untuk mengukur tanggapan subjek dengan memberi skor numerik pada skala lima titik untuk menyetujui suatu 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 2024



### 3.6.3 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.

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

- 1) *Asymp.Sig (2-tailed)* >  $\alpha$  (0,05), maka data berdistribusi normal.
- 2) *Asymp.Sig (2-tailed)* <  $\alpha$  (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:

© 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.



- 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 pertimbangan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

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

### 3.6.4 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

$\beta_0$  = Koefisien Konstanta



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.

$\beta_1$  = Koefisien Regresi Kualitas Produk

$\beta_2$  = Koefisien Regresi Pemasaran Konten

$X_1$  = Variabel Kualitas Produk

$X_2$  = Variabel Pemasaran Konten

$\varepsilon$  = *Term of Error*

### 3.6.5 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  $\alpha$  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  $H_a: \beta_i \neq 0$ .

#### 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



**© 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.

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.