

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1 Strategi Penelitian**

Dalam melakukan penelitian, peneliti harus dapat menentukan strategi apa yang akan digunakan. Strategi penelitian yang digunakan berdasarkan karakteristik masalah pokok Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan strategi asosiatif. Menurut Sugiyono (2017:8) penelitian kuantitatif adalah: "Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang diteliti dengan pendekatan asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mencari hubungan antara satu variabel atau lebih (Sugiyono, 2014: 55). Tujuan dari strategi ini adalah untuk menjelaskan apakah terdapat pengaruh terhadap Bauran Pemasaran antara variabel  $X_1$  (produk) dan  $X_2$  (harga) dan  $X_3$  (Lokasi) dan  $X_4$  (Promosi) terhadap variabel  $Y$  (keputusan pembelian) baik itu secara parsial atau simultan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survei, penulis menyebarkan kuesioner dalam bentuk google form maupun manual untuk mengumpulkan data, peneliti mengolah data sebagaimana adanya, menganalisis dan menginterpretasikan data tersebut.

## 3.2 Populasi dan Sampel

### 3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun jumlah populasi yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang datang ke Galeri Sinar Mas Jakarta yang jumlahnya tidak bisa di ketahui.

### 3.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam Penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*, yaitu pemilihan sampel dengan metode-metode non probabilitas atau secara tidak acak, elemen- elemen populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Hal ini dilakukan berdasarkan pada pertimbangan waktu yang relatif cepat dan biaya yang relatif murah maka metode pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*.

Metode *Accidental Sampling* Menurut Sugiyono, (2016;124) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus dari Rao Purba. Maka untuk menentukan besarnya jumlah sampel, digunakan rumus Rao Purba sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal

Moe = Margin of error atau kesalahan maksimal yang bisa dikorelasi disini ditetapkan 10% atau 0,1.

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau  $Z = 1,96$  dan moe 10% maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus diatas dapat diperoleh sampel populasi sebanyak 96,04 responden. Namun karena ada unsur pembulatan dan untuk mempermudah perhitungan maka peneliti mengambil sampel sebanyak 97 responden. Peneliti melakukan Penelitian pada bulan Februari sampai April 2021.

### 3.3 Data dan Metoda Pengambilan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2019:194) data primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya data yang dipilih dari responden melalui kuesioner. Dan data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, data primer didapat dari hasil pengisian kuesioner oleh pelanggan Galeri Sinar Mas. Untuk mengumpulkan data responden peneliti melakukan penyebaran kuesioner

(angket), peneliti melakukan penyebaran kuesioner secara online atau elektronik dengan media Google Form dan melakukan secara langsung dengan memberi lembar kuesioner kepada responden. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di Galeri Sinar Mas.

Untuk memperoleh keakuratan dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data dan informasi yang berasal dari data primer dan data sekunder. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tanpa perantara). Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang telah ditentukan.

##### A. Kuesioner

Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017:142). Dalam penelitian ini kuesioner yang digunakan yaitu menggunakan cara online melalui google form maupun secara langsung dengan cara memberikan kertas kuesioner langsung kepada responden di Galeri Sinar Mas.

##### B. Observasi

Observasi menurut Sugiyono (2012: 145) yaitu "observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan responden yang diamati tidak terlalu besar".

Proses observasi ini, peneliti dapat mengamati situasi-situasi yang ada di lapangan dengan mencatat apa-apa yang dianggap penting guna menunjang terhadap tujuan penelitian. Observasi ini memberikan kemudahan terutama dalam hal memperoleh data di lapangan.

### C. Wawancara

Menurut Sugiyono (2016:317) wawancara digunakan sebagai Teknik pengumpulan data untuk menemukan masalah yang harus diteliti dan apakah peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

Dalam teknik wawancara ini, peneliti melakukan tanya jawab Tatap muka dengan penanggung jawab Galeri Sinarmas. Melalui wawancara ini, peneliti akan mengetahui lebih dalam mengenai aktivitas proses kerja perusahaan Galeri Sinarmas. Susan Stainback (dalam Sugiyono 2016;318) mengemukakan bahwa dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak dapat ditemukan melalui observasi.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung (ada perantara). Baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, data sekunder bersumber dari studi pustaka melalui berbagai jurnal, artikel majalah pemasaran, maupun artikel yang diambil dari internet.

Penelitian diukur dengan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2017: 134) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pertanyaan atau pernyataan responden harus mendukung sebuah pertanyaan untuk dipilih. Data kualitatif kuesioner penelitian kemudian dijadikan data kuantitatif dengan cara merubah berupa angka skor seperti ditampilkan pada tabel 3.1 dibawah ini.

**Tabel 3. 1 Pemberian Skor untuk Jawaban Kuesioner.**

<b>Pernyataan</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2017)

Sebelum membuat daftar pertanyaan terlebih dahulu dibuat kisi-kisi instrumen dengan menguraikan variabel menjadi sub variabel yang akan diukur, hal ini digunakan sebagai acuan untuk menyusun instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat negatif sampai sangat positif dengan 4 (empat) alternatif jawaban.

### **3.4 Operasionalisasi Variabel**

Variabel penelitian ialah sesuatu atribut maupun watak maupun nilai dari orang, objek ataupun aktivitas yang mempunyai ragam tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari, setelah itu ditarik kesimpulannya ( Sugiyono, 2019: 68). Menurut Sugiyono (2019: 69) variabel independen (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi ataupun yang menyebabkan berubahannya ataupun munculnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel bebas penelitian ini adalah Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Lokasi ( $X_3$ ), Promosi ( $X_4$ ). Sedangkan variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi ataupun yang jadi akibat, karena terdapatnya variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian (Y).

**Tabel 3. 2 Indikator dan Sub Indikator Variabel Penelitian**

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No item
Produk (X <sub>1</sub> )  Sumber: Kotler dan Keller (2012: 255)	Fitur Produk	Terdapat keanekaragaman yang ditawarkan pada produk	1
	Kualitas Produk	1. Daya tahan produk	2
		2. Kesesuaian dengan spesifikasi 3. Produk sesuai yang dibutuhkan	3 4
Merek Produk	Produk yang ditawarkan memiliki merek yang sudah terkenal	5	
Harga (X <sub>2</sub> )  Sumber: Kotler dan Keller (2012:484)	Keterjangkauan Harga	Harga yang ditawarkan terjangkau	6
	Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	Kesesuaian Harga dengan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen	7
	Daya Saing Harga	Harga kompetitif dengan pesaing	8
	Kesesuaian Harga dengan manfaat	Harga yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan manfaat	9
Tempat/ Lokasi (X <sub>3</sub> )  Sumber: Fandy Tjiptono (2016:15)	Akses	Lokasi mudah dijangkau	10
	Visibilitas	Lokasi mudah dikenal	11
	Tempat	1. Tempat parkir yang luas 2. Tempat aman, nyaman dan bersih	12 13
		Lalu Lintas	Banyaknya orang yang melintas
Promosi (X <sub>4</sub> )  Sumber: Kotler dan Keller	Iklan	Mempromosikan produknya melalui iklan di media sosial	15
	Promosi penjualan	Promosi penjualan dilakukan oleh karyawan yang handal	16
	Penjualan Langsung	1. Karyawan dapat mempresentasikan produk	17

(2016:582)		dengan jelas 2. Karyawan dapat menjawab pertanyaan dan pengadaan barang	18
Keputusan Pembelian (Y)  Sumber: Kotler dan Keller (2012:178)	Pemilihan Produk	Tingkat keyakinan dalam memilih suatu produk	19
	Pemilihan Merek	Tingkat pengambilan keputusan pembelian terhadap merek	20
	Pemilihan Penyalur	Kemudahan untuk mendapatkan produk	21
	Penentuan Waktu Pembelian	Tingkat keputusan pembelian dalam pemilihan waktu	22
	Jumlah Pembelian	Keputusan jumlah pembelian	23
	Metode Pembayaran	Pilihan metode pembayaran	24

### 3.5 Metoda Analisis Data

#### 1. Pengolahan Data

Pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini memakai SPSS (*Statistical Program for Social Sciences*) 24.0 serta manual. Perihal tersebut supaya mencerna informasi statistik bisa dicoba dengan cepat serta tepat.

#### 2. Cara Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian ini yaitu berbentuk tabel dalam menguraikan hasil penelitian yang akan diuji seperti hasil perhitungan uji validitas dan reliabilitas, uji koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis secara parsial (dengan uji *t*) dan secara simultan (dengan uji *F*).



### 3. Alat Analisis Statistik Data

Metode analisis statistik data merupakan pilihan yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji Validitas dan Uji Reliabilitas serta Koefisien Determinasi (parsial dan berganda) dan pengujian hipotesis (parsial dan simultan).

#### 3.5.1 Uji Kualitas Data

##### 3.5.1.1 Uji Validitas

Penafsiran validitas menurut Sugiyono (2017: 125) merupakan Derajat ketetapan antara informasi yang sebetulnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji Validitas digunakan buat menguji sepanjang mana ketepatan alat pengukur serta pula buat mengukur legal ataupun tidaknya sesuatu koesioner, untuk sesuatu koesioner bisa dikatakan Valid bila sesuatu *statment* ataupun item pada koesioner sanggup menguak sesuatu yang hendak diukur terhadap kuesioner tersebut.

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Menurut Sujarweni Wiratna (2015:192) Instrumen dikatakan valid apabila kriteria penilaian uji validitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (dengan taraf signifikansi 5%), maka item kuesioner tersebut dikatakan valid.
- b. Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  (dengan taraf signifikansi 5%), maka item kuesioner tersebut dikatakan tidak valid.

##### 3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017: 130) menjelaskan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan memakai objek yang sama, akan menciptakan data yang sama. Suatu koesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban responden terhadap pernyataan yaitu konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan nilai

hitung cronbach' s alpha ( $\alpha$ ). Uji Reliabilitas dapat dilakukan dengan cara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Menurut Sujarweni Wiratna (2015:192) Instrumen dikatakan Reliabel yaitu :

- a. Nilai hasil hitung cronbach' s alpha  $> 0,60$  maka reliabilitas bisa diterima ataupun dengan kata lain pengujian tersebut bisa dikatakan reliabel.
- b. Nilai hasil hitung cronbach' s alpha  $< 0,60$  maka reliabilitas tidak bisa diterima ataupun dengan kata lain pengujian tersebut bisa dikatakan reliabel.

### **3.5.2 Uji Asumsi Klasik**

Pengujian ini dicoba untuk menguji mutu informasi sehingga data dikenal keabsahannya serta menjauhi terbentuknya estimasi bias. Pengujian asumsi klasik ini terdapat 3 tahap yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, serta uji heteroskedastisitas.

#### **3.5.2.1 Uji Normalitas**

Pendapat Ghozali (2018:161) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu ataupun residual memiliki distribusi wajar, untuk mengetahui apakah residual berdistribusi wajar atau tidak ialah dengan memakai analisis uji statistik Kolmogorov- Smirnov dan analisis grafik. Kolmogorov-Smirnov digunakan buat mengenali apakah data berdistribusi wajar ataupun tidak dengan metode memandang pada baris Asymp. Sig( 2-tailed).

Hasil penelitian ini dikatakan berdistribusi wajar ataupun dapat penuhi uji normalitas apabila nilai Asymp. Sig( 2- tailed) variabel residual terletak diatas 5% (0,05) . Sebaliknya apabila terletak dibawah 5% (0,05) data tidak berdistribusi wajar ataupun tidak penuhi uji normalitas. Analisis grafik dilihat dari bila terdapat informasi yang menyebar disekitar garis diagonal serta menjajaki arah garis diagonal ataupun grafik histogramnya menampilkan distribusi wajar, hingga model regresi penuhi asumsi uji normalitas.

### 3.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Pendapat Ghozali (2018:107) Uji multikolinearitas dirancang untuk menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkaitan, maka variabel-Variabel ini tidak ortogonal. Deteksi multi-linearitas Dalam model regresi dapat dilihat tolerance value dan variance inflation factor (VIF).

Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, untuk menunjukkan adanya multikonlinieritas atau tidak adalah nilai tolerance  $> 0,10$  dan sama nilai  $VIF < 10$ .

### 3.5.2.3 Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini berfungsi untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan dari residual satu pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:137). Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan memperhatikan grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan memperhatikan apakah ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED.

Dasar analisisnya adalah:

1. Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

2. Apabila tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.5.3 Uji Hipotesis

Dalam melakukan Uji hipotesis terdapat tiga tahap yang dikerjakan yaitu uji parsial (uji t), uji simultan (uji F) dan uji determinasi ( $R^2$ ) sebagai berikut :

#### 3.5.3.1 Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2016:171) Uji parsial (uji t) dipakai untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas yaitu Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Lokasi ( $X_3$ ) dan Promosi ( $X_4$ ) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

Langkah – langkah dalam melakukan uji t :

1. Merumuskan hipotesis untuk masing-masing kelompok
  - $H_0$  = Mengartikan bahwa secara parsial atau individu tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4$  terhadap variabel Y.
  - $H_a$  = Mengartikan bahwa secara parsial atau individu ada pengaruh yang signifikan antara variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4$  terhadap variabel Y.
2. Menentukan tingkat signifikansi yaitu sebesar 5% (0,05)
3. Melakukan perbandingan antara tingkat signifikan ( $\alpha= 0,05$ ) dengan tingkat signifikansi t. Yang terdapat di tabel output hasil perhitungan menggunakan SPSS. Dengan acuan kriteria sebagai berikut :
  - a. Nilai signifikansi  $t < 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini mengartikan bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
  - b. Nilai signifikansi  $t > 0,05$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, hal ini mengartikan bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.
4. Melakukan perbandingan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan acuan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, mengartikan bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. mengartikan bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

### 3.5.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2016:171) Uji simultan dipakai untuk mencari tahu apakah suatu variabel independen secara Bersama atau simultan yaitu Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Lokasi ( $X_3$ ) dan Promosi ( $X_4$ ) mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian ( $Y$ ). Uji pengaruh simultan (Uji F) dikenal dengan Uji serentak atau uji Model/Uji Anova.

1. Merumuskan hipotesis untuk masing-masing kelompok
  - $H_0$  = Mengartikan bahwa secara simultan atau bersama tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4$  terhadap variabel  $Y$ .
  - $H_a$  = Mengartikan bahwa secara simultan atau bersama ada pengaruh yang signifikan antara variabel  $X_1, X_2, X_3, X_4$  terhadap variabel  $Y$ .
5. Menentukan tingkat signifikansi yaitu sebesar 5% (0,05)
6. Melakukan perbandingan antara tingkat signifikan ( $\alpha= 0,05$ ) dengan tingkat signifikansi t. Yang terdapat di tabel output hasil perhitungan menggunakan SPSS. Dengan acuan kriteria sebagai berikut :
  - c. Nilai signifikansi  $F < 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini mengartikan bahwa semua variabel independen secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
  - d. Nilai signifikan  $F > 0,05$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, hal ini mengartikan bahwa semua variabel independen secara simultan dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.
7. Melakukan perbandingan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan acuan kriteria sebagai berikut:

- c. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, mengartikan bahwa semua variabel independen secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- d. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. mengartikan bahwa semua variabel independen secara simultan dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

### 3.5.4 Uji Koefisien Determinasi Parsial ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2018:97) koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu mengukur seberapa jauh Kemampuan model untuk menjelaskan perubahan variabel dependen. Besar nya nilai koefisien determinasi antara nol hingga 1 (satu). Nilai  $R^2$  Kecil artinya kapasitas variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang dekat dengan satu berarti variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Uji koefisien determinasi dilaksanakan untuk mencari seberapa besar pengaruh Bauran pemasaran (Produk, Harga, Lokasi, Promosi) terhadap keputusan pembelian secara simultan.

Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, Berikut adalah rumus untuk mencari Koefisien Determinasi :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

$R^2$  = Kuadrat Koefisien Korelasi.

#### 3.5.4.1 Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Menurut Ghozali (2018:97) koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu mengukur seberapa jauh Kemampuan model untuk menjelaskan perubahan variabel dependen. Besar nya nilai koefisien determinasi antara nol hingga 1 (satu). Nilai

$R^2$  Kecil artinya kapasitas variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang dekat dengan satu berarti variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Uji koefisien determinasi dilaksanakan untuk mencari seberapa besar pengaruh Bauran pemasaran (Produk, Harga, Lokasi, Promosi) terhadap keputusan pembelian secara simultan.

Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, Berikut adalah rumus untuk mencari Koefisien Determinasi :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

$R^2$  = Kuadrat Koefisien Korelasi.