

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Menurut Sugiyono (2017:2), metoda penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, yaitu memperoleh pemaparan yang objektif mengenai Pengaruh Promosi ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Kualitas Produk ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) konsumen pada Toko Indomaret HO PIK, maka jenis penelitian yang digunakan adalah metoda kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metoda penelitian kuantitatif adalah satu bentuk penelitian ilmiah yang mengkaji satu bentuk permasalahan dari suatu fenomena, serta melihat kemungkinan kaitan atau hubungan-hubungannya antar variabel dalam permasalahan yang ditetapkan. Kaitan atau hubungan yang dimaksud bisa berbentuk hubungan kausalitas atau fungsional (Indrawan dan Yuniawati, 2014:51).

Menurut Sujarweni (2015 : 122) Statistik deskriptif berusaha untuk menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sample. Statistik deskriptif seperti mean, median, modus, presentil, desil, quartile, dalam bentuk analisis angka maupun gambar/diagram. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Data kuantitatif dalam penelitian ini merupakan data yang dikumpulkan dari responden mengenai pendapat responden terhadap variabel-variabel yang diteliti yang disajikan dalam bentuk skala *likert*.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1. Populasi penelitian**

Menurut Sugiyono (2017:61) populasi adalah wilayah yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini

dilakukan pada Toko Indomaret HO PIK dengan kriteria sebagai konsumen pada Toko Indomaret HO PIK yang telah melakukan keputusan pembelian konsumen.

Populasi sasaran adalah keseluruhan objek psikologis yang memiliki kesamaan ciri berdasarkan kriteria tertentu menurut sugiyono (2017:61). populasi sasaran dalam penelitian ini konsumen pada Toko Indomaret HO PIK yang telah melakukan pembelian yang jumlah totalnya tidak bisa diketahui.

### 3.2.2. *Sampling* dan sampel penelitian

Menurut Sugiyono (2017:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (Sugiyono, 2017: 139).

Teknik pengambilan sampel ada dua, yaitu *Probability Sampling* dan *Non-Probability Sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2017: 140). *Non-Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017: 84). Kemudian teknik yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2017:144) *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu dalam penentuan sampel penelitian ini ada dua yaitu,

1. Usia responden dewasa atau diatas 17 tahun.
2. Responden yang berlangganan (lebih dari sekali yang berbelanja pada Toko Indomaret HO PIK)

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lameshow yaitu: (Lemeshow, Hosmer, Klar & Lwanga, 1997)

$$n = \frac{z^2 1-\alpha / 2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{z^2 1-\alpha / 2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 100 orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang.

### 3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder sebagai berikut:

#### 3.3.1. Data penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, dengan penjelasan sebagai berikut

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data utama (Sugiyono, 2014:131). Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkan secara langsung. Data primer ini untuk mendapatkan responden tentang pengaruh promosi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen (Studi Kasus pada Toko

Indomaret HO PIK) yang diperoleh langsung oleh responden berdasarkan penyebaran kuesioner kepada konsumen pada Toko Indomaret HO PIK.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalkan lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono 2014:137). Dapat dikatakan data sekunder merupakan data yang diperoleh selain dari kuesioner dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Sumber data yang digunakan oleh peneliti selain kuesioner dan wawancara adalah dokumen, buku, jurnal-jurnal, dan internet.

### 3.3.2. Metoda pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah:

#### 1. Observasi

Menurut Sugiyono (2017:310), Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses tersusun dari berbagai proses biologis maupun psikologis. Teknik ini digunakan apabila penelitian berkenan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar, Observasi dilakukan untuk mengamati keadaan yang ada di lapangan pada saat mengadakan penelitian pendahuluan.

#### 2. Angket (Kuesioner)

Menurut Sugiyono (2017:199), Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Apabila ada kesulitan dalam memahami kuesioner, responden bisa langsung bertanya kepada peneliti. Angket ini digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada Toko Indomaret HO PIK) dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono, (2017:134), skala *likert* yaitu sebuah instrument atau alat ukur yang mewajibkan pengamat untuk menetapkan subyek kepada kategori atau kontinum dengan memberikan nomor atau angka

pada kategori tersebut.

### 3. Studi Kepustakaan

Dalam studi kepustakaan ini peneliti mengumpulkan dan mempelajari berbagai teori dan konsep dasar yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Teori dan konsep dasar tersebut peneliti memperoleh dengan cara menelaah berbagai macam sumber seperti buku, jurnal, dan bahan bacaan yang relevan. Menurut Martono (2016: 100) studi pustaka dilakukan untuk memperkaya pengetahuan mengenai berbagai konsep yang akan digunakan sebagai dasar atau pedoman dalam proses penelitian. Peneliti juga menggunakan studi pustaka dalam teknik pengumpulan data. Studi pustaka dalam teknik pengumpulan data ini merupakan jenis data sekunder yang digunakan untuk membantu proses penelitian, yaitu dengan mengumpulkan informasi yang terdapat dalam artikel surat kabar, buku-buku, maupun karya ilmiah pada penelitian sebelumnya. Tujuan dari studi pustaka ini adalah untuk mencari fakta dan mengetahui konsep metoda yang digunakan.

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini menggunakan skala likert, menurut Sugiyono (2017: 93) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah diterapkan secara spesifik oleh peneliti, yaitu selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Seperti tabel 3.1 dibawah ini:

**Tabel 3.1** Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017:93)

Menurut Sugiyono (2013; 59) variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai kegiatan variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan di tarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian. Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini promosi, harga dan kualitas produk.

#### **3.4.1. Variabel Terikat (Dependent = Y)**

Variabel terikat merupakan variabel yang tidak bebas dalam suatu hubungan penelitian, sehingga variabel ini selalu dipengaruhi oleh variabel bebas. Hal ini menyebabkan variabel terikat adalah konsekuensi dari variabel bebas. Dalam penelitian yang dilakukan penulis, variabel terikatnya dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian yang disimbolkan dengan Y (Keputusan pembelian). Keputusan Pembelian adalah bentuk pemilihan dan minat untuk membeli merek yang paling disukai diantara sejumlah merek yang berbeda. Skala yang digunakan adalah skala Likert.

#### **3.4.2. Variabel Bebas (Independent = X)**

##### **1. Promosi (X<sub>1</sub>)**

Promosi adalah insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk barang dan jasa.

## 2. Harga ( $X_2$ )

Harga adalah nilai barang serta jasa dinyatakan dengan jumlah uang tertentu. Barang dan jasa tersebut mempunyai harga, bila barang dan jasa itu mempunyai nilai dan guna.

## 3. Kualitas Produk ( $X_3$ )

Kualitas Produk adalah faktor untuk mendukung keputusan pembelian. Persaingan dan meningkatnya permintaan konsumen membuat perusahaan berusaha untuk menghasilkan produk berkualitas yang dapat bersaing di pasar.

Berdasarkan variabel dan tujuan penelitian ini, maka peneliti memberikan instrument variabel sebagai tolak ukur variabel yang di tetapkan dalam penelitian ini. Instrument variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari variabel, indikator , sub indikator dan banyaknya jumlah pertanyaan yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

**Tabel 3.2.** Indikator dan variabel penelitian

Variabel	Indikator	Sub indikator	Item
Promosi ( $X_1$ )  Sumber : Tjiptono dan Candra (2012:367)	1. Promosi Konsumen	- Memberikan Sempel gratis ke konsumen	1
	2. Promosi Dagang	- Memberikan Insentif untuk para pengecer dan pedagang grosir	2
	3. Promosi Wiraniaga	- Memberikan diskon/potongan untuk pedagang kecil	3
Harga ( $X_2$ )  Sumber : Kotler dan Amstrong (2016:78)	1. Keterjangkauan Harga	- Harga yang diberikan terjangkau	1
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	- Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk	2
	3. Kesesuaian harga dengan manfaat	- Harga produk sesuai dengan manfaat produk	3
	4. Harga sesuai Kemampuan atau Daya Saing harga	- Persaingan harga yang kompetitif	4
Kualitas Produk ( $X_3$ )	1. Kinerja	- Karakteristik operasi pokok dari produk inti	1
	2. Fitur	- Karakteristik produk pelengkap	2

Variabel	Indikator	Sub indikator	Item
Sumber : David Garvin dalam Tjiptono (2016:134)	3. Keandalan	- Kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai	3
	4. kesesuaian dengan spesifikasi	- Karakteristik desain dan operasi produk memenuhi standar yang ditetapkan	4
	5. daya tahan	- Lama produk tersebut dapat digunakan	5
	6. <i>Serviceability</i>	- Layanan terhadap produk	6
	7. <i>Esthetics</i>	- Daya tarik produk terhadap panca indera	7
	8. <i>Perceived Quality</i>	- Citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan	8
Keputusan Pembelian (Y)  Sumber : Kotler dan Keller (2017;183)	1. Pemilihan Produk	- Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk	1
	2. Pemilihan Merek	- Keputusan tentang merek mana yang akan dibeli	2
	3. Pemilihan Tempat Penyalur	- Pembeli harus mengambil keputusan penyalur mana yang akan dikunjungi	3
	4. Waktu Pembelian	- Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bias berbeda-beda	4
	5. Jumlah Pembelian	- Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu	5
	6. Metoda Pembayaran	- Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian	6



### **3.5. Metoda Analisis Data**

Langkah-langkah yang digunakan untuk pengolahan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### **3.5.1. Metoda pengolahan data**

Data yang diperoleh selanjutnya diolah dengan menggunakan software SPSS. Software SPSS digunakan untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga hasilnya lebih cepat dan tepat selain itu Software SPSS sudah umum digunakan dalam penelitian statistik. Dimana dilakukan editing dan coding. *Editing* adalah tahapan pertama dalam pengolahan data yang diperoleh peneliti dari lapangan dengan melakukan pengecekan terhadap kemungkinan kesalahan jawaban responden serta ketidakpastian jawaban responden. *Coding* adalah memberikan atau tanda atau kode tertentu terhadap alternatif jawaban sejenis atau menggolongkan sehingga dapat memudahkan peneliti mengenai tabulasi.

#### **3.5.2. Metoda penyajian data**

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis. Dimana dilakukan tabulasi. Tabulasi adalah perhitungan data yang telah dikumpulkan dalam masing-masing kategori sampai tersusun dalam tabel yang mudah dimengerti. Data yang diperoleh, setelah diolah dan disortir akan digunakan untuk analisis statistik data sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

#### **3.5.3. Analisis statistik data**

Untuk membahas hasil penelitian, penulis menggunakan data berpasangan berdasarkan data yang diperoleh. Oleh karena terdapat lebih dari satu variabel independen, yaitu tiga buah variabel independen, dan satu buah variabel

dependen, maka metoda analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis (parsial dan berganda) sebagai berikut :

### 3.5.3.1. Uji Instrumen

Suatu kuesioner bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang akan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *validity* (tingkat kesahihan) dan *reability* (tingkat keandalan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

#### 1. Uji validitas

Uji Validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono untuk menguji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total adalah jumlah dari semua skor pernyataan. Data yang telah diperoleh ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor dengan metoda *Construck Validity* dengan menggunakan metoda korelasi sederhana. Apabila hasilnya sebesar 0.3 atau lebih, maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang baik.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah *Product Moment* dari Karl Pearson, sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{n \sum X Y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan:

$r_{XY}$  = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

$n$  = Banyaknya responden yang dicari (sampel)

$X$  = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

$Y$  = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Kemudian hasil dari  $r_{xy}$  dibandingkan dengan nilai kritis *product moment* ( $r_{kritis}$ ) dalam penelitian ini 0,30. Apabila hasil yang diperoleh  $r_{xy} > r_{kritis}$ , maka instrumen tersebut valid. Dalam praktiknya untuk menguji validitas kuesioner sering menggunakan bantuan *software Microsoft Office Excel* dan *Statistical Product and Service Solution (SPSS)*.

## 2. Uji reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah *reliable* akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program computer SPSS. Instrumen yang dipakai dalam variabel tersebut dikatakan handal (*reliable*) apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 (Priyatno, 2014:26).

$$\text{Koefisien Alpha Cronbach: } \alpha_{it} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right) \dots\dots(3.2)$$

Keterangan :

$k$  = jumlah butir kuisisioner

$\alpha_{it}$  = koefisien keterandalan butir kuisisioner

$\sum S_i^2$  = jumlah variansi skor butir yang valid

$S_t^2$  = variansi total skor butir

Untuk mencari besarnya variansi butir kuisisioner dan variansi total skor butir di gunakan rumus sebagai berikut :

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2}{n} - \left( \frac{\sum X_i}{n} \right)^2 \dots\dots\dots(3.3)$$

Keterangan :

$S_i^2$	= variansi skor tiap-tiap item
$\sum X_i^2$	= jumlah skor setiap butir
$(\sum X_i)^2$	= jumlah kuadrat skor setiap butir
N	= jumlah responden

Menurut Sekaran (2013), dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas ini adalah sebagai berikut:

Jika koefisien *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,6 \rightarrow$  maka *Cronbach's Alpha acceptable (construct reliable)*.

Jika *Cronbach's Alpha*  $< 0,6 \rightarrow$  maka *Cronbach's Alpha poor acceptable (construct unreliable)*.

### 3.5.3.2. Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas data dalam model regresi yang digunakan bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Pada penelitian ini, penulis menggunakan analisis statistik dengan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Adapun dasar pengambilan keputusan atas uji normalitas adalah (Ghozali, 2013 : 163) :

- Angka Uji *Kolmogorov-Smirnov*  $\geq 0,05$ , maka data berdistribusi normal.
- Angka Uji *Kolmogorov-Smirnov*  $< 0,05$ , maka data berdistribusi tidak normal.

#### 2. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinieritas (Ghozali, 2013 : 105) adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas. Untuk dapat mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat berdasarkan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor (VIF)*. Menurut Ghozali (2013:106), variabel dikatakan tidak terdapat

multikolinearitas apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Apabila asumsi tidak terjadinya heteroskedastisitas ini tidak terpenuhi, maka penaksir menjadi tidak lagi efisien baik dalam sampel kecil maupun besar dan estimasi koefisien dapat dikatakan menjadi kurang akurat. Sedangkan Ghozali (2013) berpendapat bahwa heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama.

Pengujian terhadap heteroskedastisitas dilakukan plot residual yaitu dengan melihat sebaran residual untuk setiap pengamatan terhadap nilai prediksi Y. Jika ditemukan plot residual membentuk pola tertentu maka terjadi gejala heteroskedastisitas, demikian pula sebaliknya. (Priyatno, 2012)

#### 3.5.3.3. Analisis Regresi Berganda

Menurut Riduwan dan Kuncoro (2015:83), Analisis Regresi berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini dapat digunakan untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Analisis ini menggunakan persamaan regresi dengan rumusan persamaannya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3$$

Keterangan:

Y	= Keputusan Pembelian
a	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien regresi
$X_1$	= Promosi

$X_2$  = Harga

$X_3$  = Kualitas Produk

#### 3.5.3.4. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis  $R^2$  (*R square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (0-1). Jika nilai  $R^2$  mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variabel variabel independen terhadap variabel dependen. sebaliknya, jika  $R^2$  mendekati 0 (nol) maka semakin lemah variasi variabel independen menerangkan variabel dependen. (Priyatno, 2012:125) Untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel independent terhadap variabel dependent dapat ditentukan terhadap rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

##### 1. Koefisien determinasi parsial

- a. Kontribusi pengaruh promosi ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Indomaret HO PIK (Y)

$$KDP_1 = (r_{Y1.23})^2 \times 100\%$$

- b. Kontribusi pengaruh harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Indomaret HO PIK (Y)

$$KDP_2 = (r_{Y2.13})^2 \times 100\%$$

- c. Kontribusi pengaruh kualitas produk ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Indomaret HO PIK (Y)

$$KDP_3 = (r_{Y3.12})^2 \times 100\%$$

##### 2. Koefisien determinasi simultan

Kontribusi pengaruh promosi, harga dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Indomaret HO PIK

$$Adjusted R^2 = (r_{Y123})^2 \times 100\%$$

### 3.5.3.5. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Pengujian hipotesis parsial

##### a. Pengaruh $X_1$ terhadap Y

Ho :  $\beta_{y1.23} = 0$  (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Indomaret HO PIK).

Ha :  $\beta_{y1.23} \neq 0$  (secara parsial terdapat pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Indomaret HO PIK).

##### b. Pengaruh $X_2$ terhadap Y

Ho :  $\beta_{y2.13} = 0$  (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Indomaret HO PIK)

Ha :  $\beta_{y2.13} \neq 0$  (secara parsial terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Indomaret HO PIK).

##### c. Pengaruh $X_3$ terhadap Y

Ho :  $\beta_{y3.12} = 0$  (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Indomaret HO PIK).

Ha :  $\beta_{y3.12} \neq 0$  (secara parsial terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Indomaret HO PIK).

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai *P-value* dibandingkan terhadap  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ )

Ho ditolak, Ha diterima jika *P-value*  $< 0,05$  dan

Ho diterima, Ha ditolak jika  $P\text{-value} \geq 0,05$

## 2. Pengujian hipotesis simultan

Ho :  $\beta_{y123} = 0$  (secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Indomaret HO PIK).

Ha :  $\beta_{y123} \neq 0$  (secara simultan terdapat pengaruh signifikan promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Indomaret HO PIK).

Adapun untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan, digunakan nilai *Significance F* dibandingkan terhadap  $\alpha$  (5% = 0,05).

Ho ditolak, Ha diterima jika *Significance F* < 0,05

Ho diterima, Ha ditolak jika *Significance F*  $\geq 0,05$