

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220. Alasan peneliti memilih di tempat tersebut karena berdasarkan *survey* awal yang peneliti lakukan, di tempat tersebut memiliki masalah mengenai keputusan pembelian sepeda motor Honda Supra pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta di antaranya, yaitu atribut produk yang kurang berkualitas, dan promosi yang kurang meluas. Selain itu, juga karena faktor keterjangkauan, yaitu kesediaan Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang menerima dan memberikan izin kepada peneliti untuk meneliti di lingkungan tersebut, sehingga memsudahkan dalam pengambilan data.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 6 (enam) bulan, yaitu dimulai dari bulan Januari 2019 sampai bulan Juni 2019. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti untuk mencurahkan perhatian dalam melakukan penelitian.

B. Metode Penelitian

1. Metode

Menurut Sugiyono (2009:3), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti memilih metode ini dikarenakan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Menurut Lawrence yang dikutip dari Sugiyono (2007:12) mengatakan bahwa: *Survey are quantitative beasth. The survey ask many people (call respondent) about their belief, opinions, characteristic and past or present behavior. Survey are appropriate for research questions about self reported belief of behavior.*

Artinya, penelitian *survey* adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian *survey*, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian *survey* berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

Sedangkan, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan korelasional. Adapun alasan memilih pendekatan korelasional adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y. Jika terdapat hubungan, seberapa erat

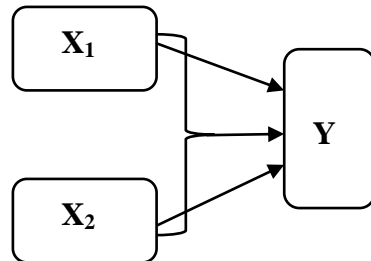
hubungan dan seberapa berarti hubungan tersebut. Dengan pendekatan koresional dapat diketahui hubungan antara variabel bebas (atribut produk) yang diberi simbol X_1 dengan variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi dan hubungan antara variabel bebas (promosi) yang diberi simbol X_2 dengan variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi, serta hubungan antara variabel bebas (atribut produk) yang diberi simbol X_1 dan variabel bebas (promosi) yang diberi simbol X_2 dengan variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan bahwa:

- a. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara atribut produk dengan keputusan pembelian.
- b. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian.
- c. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara atribut produk dan promosi dengan keputusan pembelian.

Maka, konstelasi hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar III. 1. Konstelasi X1 dan X2 (Atribut produk dan Promosi) dengan Y (Keputusan pembelian)

Keterangan:

Variabel Bebas (X_1) : Atribut produk

Variabel Bebas (X_2) : Promosi

Variabel Terikat (Y) : Keputusan pembelian

—————> : Arah Hubungan

C. Populasi dan Sampling

Menurut Sugiyono (2010 : 62), Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti karena dipandang sebagai semesta penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan *survey* awal melalui angket yang distiribusikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Menurut Sugiyono (2013 : 148,149), Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*.

Menurut Sugiyono (2009 : 124) mengatakan bahwa, *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Untuk penelitian ini, sampelnya adalah mahasiswa yang pernah melakukan pembelian pada sepeda motor Honda Supra yang berjumlah 110 orang yang berasal dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu atribut produk (variabel X_1), promosi (variabel X_2) dan kepuasan pelanggan (variabel Y). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian merupakan kegiatan memilih dalam membeli produk yang disukai melalui beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen.

b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian dapat diukur dengan beberapa dimensi, yaitu dimensi pertama adalah pengenalan kebutuhan dengan indikator

pertama, yaitu rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri. Kemudian indikator yang kedua, rangsangan eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain. Dimensi yang kedua, yaitu pencarian informasi dengan indikator pertama, yaitu sumber pribadi dengan sub indikator kerabat dan wiraniaga. Indikator kedua sumber komersial dengan sub indikator iklan. Dimensi yang ketiga adalah evaluasi alternatif dengan indikator, yaitu menilai dari beberapa alternatif yang ada dengan sub indikator, yaitu memilih diantara dua atau lebih produk yang diinginkan. Dimensi yang keempat adalah membeli dengan indikator sikap, dengan sub indikator membeli produk yang disukai.

c. Kisi-kisi instrumen Keputusan Pembelian

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini adalah kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi ini disajikan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas.

Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 1

Tabel III. 1 Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir UjiCoba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenalan Kebutuhan	Rangsangan Internal	Diri Sendiri	1,2,3	4,5	5	1,2,3	4	1,2,3	4
	Rangsangan		6,7	8,9	7	6,7	8,9	6,7	8,9

	Eksternal	Orang Lain							
Pencarian Informasi	Sumber Pribadi	Kerabat	10, 11, 12, 13	14, 15	13	10, 11, 12,	14, 15	10, 11, 12,	14, 15
		Wiraniaga	16, 17, 18	19		16, 17, 18	19	16, 17, 18	19
	Komersial	Iklan	20, 21, 22	22, 23, 24, 25, 26		20, 21, 22	22, 23, 24, 25, 26	20, 21, 22	22, 23, 24, 25, 26
Evaluasi Alternatif	Menilai dari beberapa alternatif yang tersedia	Memilih diantara dua atau lebih produk yang digunakan	27, 28	29, 30, 31		27, 28	29, 30, 31	27, 28	29, 30, 31
Membeli	Sikap	Membeli produk yang disukai	32, 33	34, 35		32, 33	34, 35	32, 33	34, 35

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut :

Tabel III. 2. Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian

Proses pengembangan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keputusan pembelian terlihat pada tabel III.1 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel keputusan pembelian.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel keputusan pembelian sebagaimana tercantum pada tabel III.1. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen di ujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen.

Suryana dan Riduwan (2010:66), mengatakan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum X_i Y) - (\sum X_i) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{(n \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2) \cdot (n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana:

- r = Koefisien korelasi
- x_i = Deviasi skor butir dari Xi
- x_t = Deviasi skor dari Xt

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 6 halaman 115) dari 35 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 3 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 32 pernyataan.

Selanjutnya, mengutip dari Rukaesih A. Maolani (2010:145) dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total.

Mengutip dari Rukaesih A. Maolani (2010:145) bahwa rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas internal yang kedua adalah:

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

Dimana:

r_{ii}	= Reliabilitas instrumen
k	= Banyak butir pernyataan (yang valid)
$\sum si^2$	= Jumlah varians skor butir
st^2	= Varian skor total

Menurut Supardi (2016:79), mengatakan bahwa rumus ntuk data populasi:

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

Dimana:

σ	= Simpangan baku
n	= Jumlah populasi
$\sum X_i^2$	= Jumlah kuadrat data X
$\sum X_i$	= Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 2,26$, $St^2 = 254,25$ dan r_{ii} sebesar 0,9222 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 halaman 117). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 32 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

2. Atribut Produk (Variabel X_1)

a. Definisi Konseptual

Atribut produk adalah ciri atau karakteristik yang terdapat dalam suatu produk.

b. Definisi Operasional

Atribut produk terdiri dari beberapa indikator, indikator yang pertama adalah merek, dengan sub indikator nama dan istilah. Indikator yang kedua adalah kemasan. Indikator ketiga adalah garansi (jaminan) dengan sub indikator nya, yaitu kualitas produk dan reparasi (ketahanan). Dan indikator yang keempat adalah pemberian label, dengan sub indikator tanda pengenal. Indikator kelima, yaitu layanan pelengkap, dengan sub indikator yaitu helm, dan service.

c. Kisi-kisi instrumen Atribut Produk

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini adalah kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel atribut produk yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel atribut produk. Kisi-kisi ini disajikan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas.

Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 3

Tabel III. 3 Kisi-kisi Instrumen Atribut Produk

Indikator	Sub Indikator	Butir uji coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Merek	Nama	1, 2, 3	4, 5		1, 2, 3	4, 5	1, 2, 3	4, 5
	Istilah	6,7	8,9		6,7	8,9	6,7	8,9
Kemasan		10, 11, 12	13, 14	11, 12	10,	13,14	10,	13,14

Jaminan (Garansi)	Reparasi (Ketahanan)	15, 16	17, 18		15, 16	17, 18	15, 16	17, 18
Pemberian Label	Tanda Pengenal	23	24	24	23		23	
Layanan Pelengkap	Helm	19, 20	21, 22	21	19, 20	22	19, 20	22

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban.

Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut :

Tabel III. 4. Skala Penilaian Instrumen Atribut Produk

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Atribut Produk

Proses pengembangan instrumen atribut produk dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel atribut produk terlihat pada tabel III.4 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel atribut produk.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel atribut produk sebagaimana tercantum pada tabel III.4. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen.

Suryana dan Riduwan (2010: 66), mengatakan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r_{xiy} = \frac{n (\sum X_i Y) - (\sum X_i) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{(n \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2) \cdot (n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana:

- r = Koefisien korelasi
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak

valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14 halaman 126) dari 24 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 4 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 20 pernyataan.

Selanjutnya, mengutip dari Maolani (2010:145) dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total.

Mengutip dari Maolani (2010:145) bahwa rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas internal yang kedua adalah:

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

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Menurut Supardi (2016:79), mengatakan bahwa rumus untuk data populasi:

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

Dimana:

- σ = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,78$, $S_t^2 = 192,91$ dan r_{ii} sebesar 0,914 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14 halaman 125). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 20 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur atribut produk.

3. Promosi (Variabel X2)

a. Definisi Konseptual

Promosi adalah sebuah komunikasi untuk menginformasikan, membujuk, mengingatkan kepada konsumen mengenai produk perusahaan.

b. Definisi Operasional

Promosi dapat diukur dengan empat indikator, yaitu indikator pertama adalah periklanan dengan sub indikator pertama, yaitu media cetak, sub indikator kedua, yaitu media elektronik, indikator kedua adalah personal selling dengan sub indikator pertama, yaitu penjualan secara langsung, sub indikator kedua, yaitu stand (booth). Indikator ketiga adalah promosi penjualan dengan sub indikator hadiah dan indikator keempat adalah publisitas dengan sub indikator, sponsorship.

c. Kisi-kisi Instrumen Promosi

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini adalah kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel promosi yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel atribut produk. Kisi-kisi ini disajikan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas.

Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 5

Tabel III. 5. Kisi-kisi Instrumen Promosi

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Periklanan	Media Cetak (Koran dan Brosur)	1, 2,	3, 4		1, 2,	3, 4	1, 2,	3, 4
	Media Elektronika (Televisi dan Media Sosial)	5, 6, 7, 8	9, 10, 11, 12		5, 6, 7, 8	9, 10, 11, 12	5, 6, 7, 8	9, 10, 11, 12
<i>Personal Selling</i>	Penjualan secara langsung	13, 14	15, 16	13, 14		15, 16		15, 16
	<i>Stand (Booth)</i>	17, 18	19, 20		17, 18	19, 20	17, 18	19, 20
Promosi Penjualan	Hadiah	21	22		21	22	21	22

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban.

Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut :

Tabel III.6 Skala Penilaian Instrumen Promosi

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Promosi

Proses pengembangan instrumen promosi dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel promosi terlihat pada tabel III.5 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel promosi.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel promosi sebagaimana tercantum pada tabel III.5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen

Suryana dan Riduwan (2010: 66), mengatakan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum X_i Y) - (\sum X_i)(\sum Y)}{\sqrt{(n \cdot \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2) \cdot (n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Dimana:

- r = Koefisien korelasi
- x_i = Deviasi skor butir dari Xi
- x_t = Deviasi skor dari Xt

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-drop. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 18 halaman 132) dari 22 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang drop, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 20 pernyataan.

Selanjutnya, mengutip dari Rukaesih A. Maolani (2010:145) dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total.

Mengutip dari Rukaesih A. Maolani (2010:145) bahwa rumus yang digunakan untuk menguji reliabilitas internal yang kedua adalah:

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

Dimana:

r_{ii} = Reliabilitas instrumen
 k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
 $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
 st^2 = Varian skor total

Menurut Supardi (2016:79), mengatakan bahwa rumus untuk data populasi:

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

Dimana:

σ = Simpangan baku
 n = Jumlah populasi
 $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
 $\sum Xi$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 1,56$ $St^2 = 261,73$ dan r_{ii} sebesar 0,934 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 20 halaman 134). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 20 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur promosi.

E. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier sederhana dan kolerasi. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Mengutip Dyah Nirmala Arum (2012:35), bahwa Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah model yang peneliti gunakan memiliki distribusi normal atau tidak yaitu, dengan menggunakan uji statistik (Uji *Kolmogrov Smirnov*).

Hipotesis penelitiannya adalah:

- 1) H_0 : residual berdistribusi normal
- 2) H_a : residual tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian dengan uji statistic *Kolmogrov Smirnov*, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya residual berdistribusi normal.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya residual tidak berdistribusikan normal.

b. Uji Linieritas

Purnomo (2016:94), mengatakan bahwa Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak.

Pengujian dengan menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05.

Hipotesis penelitiannya adalah:

- 1) H_0 : Model regresi linier
- 2) H_a : Model regresi tidak linier

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data tidak linier.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data linier.

2. Persamaan Regresi Linier Berganda

Mengutip Dyah Nirmala Arum (2012:35), bahwa Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel *independent (explanatory)* terhadap satu variabel dependen.

Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

- \hat{Y} = variabel terikat (keputusan pembelian)
- X_1 = variabel bebas pertama (atribut produk)
- X_2 = variabel bebas kedua (promosi)
- a = konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)
- b_1 = koefisien regresi variabel bebas pertama, X_1 (atribut produk)
- b_2 = koefisien regresi variabel bebas kedua, X_2 (promosi)

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Menurut Kuncoro (2011:105) mengatakan bahwa, Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah satu parameter (b_i) sama dengan nol, yaitu :

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya, apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_a) , parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau :

$$H_a : b_i \neq 0$$

Artinya, variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Menurut Kuncoro (2011:105), mengatakan bahwa Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Hipotesis nol (H_o) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau :

$$H_o : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

Artinya, apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Hipotesis alternatifnya (H_a) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau:

$$H_a : b_1 \neq b_2 = \dots \neq b_k \neq 0$$

Artinya, semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Cara melakukan uji F adalah dengan cara sebagai berikut :

- Bila nilai F lebih besar daripada 4 maka H_o yang menyatakan $b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$ dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel : bila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel maka kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel

independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

4. Analisis Korelasi Ganda

Supardi (2016:76) bahwa korelasi ganda (*multiple correlation*) adalah korelasi antara dua atau lebih variabel bebas (*independent*) secara bersama-sama dengan satu variabel terikat (*dependent*).

Analisis korelasi ganda ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 22.

5. Perhitungan Koefisien Determinasi

Kuncoro (2011:108) bahwa koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Untuk melakukan perhitungan koefisien determinasi, dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 22.