

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Tempat penelitian dilaksanakan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena terdapat masalah mengenai keputusan pembelian *iPhone* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang dipengaruhi oleh kelompok referensi yang kurang maksimal dan promosi yang kurang baik. Selain itu, juga karena faktor keterjangkauan yaitu, kesediaan Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang menerima dan memberikan izin kepada peneliti untuk meneliti di lingkungan tersebut, sehingga memudahkan dalam pengambilan data.

##### **2. Waktu Penelitian**

Waktu penelitian dilakukan selama 4 (empat) bulan, yaitu terhitung dari bulan Februari 2019 sampai dengan Juni 2019. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat mencurahkan penelitian pada pelaksanaan penelitian.

## B. Metode Penelitian

### 1. Metode

Menurut Sugiyono (2009 : 3) Metode ilmiah 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 menggunakan metode ini karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Penelitian *survey* menurut Sugiyono (2009 : 12) mengemukakan bahwa:

Penelitian *survey* adalah penelitian kuantitatif. Metode *survey* digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, *test*, wawancara terstruktur dan sebagainya (perlakuan tidak seperti dalam eksperimen).

Sedangkan pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan korelasional. Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara kelompok referensi yang diberi simbol X1 dengan keputusan pembelian yang diberi

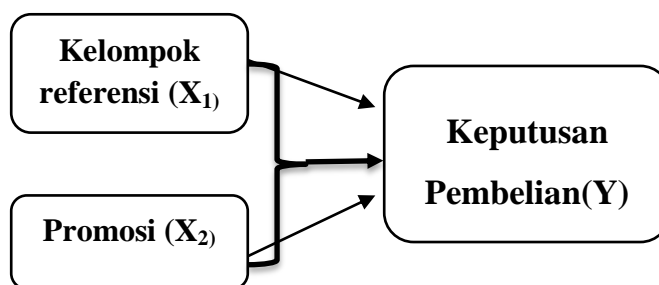
simbol Y dan promosi yang diberi simbol  $X_2$  dengan keputusan pembelian yang diberi simbol Y.

## 2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kelompok referensi terhadap keputusan pembelian.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kelompok referensi dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan dalam konstelasi sebagai berikut:



**Gambar III. 1.**  
**Konstelasi Hubungan Antar Variabel**

## C. Populasi dan Sampling

Menurut Morissan (2012 : 117) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan *survey* awal melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, diketahui terdapat hubungan yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk *iPhone*.

Menurut Morrisan (2012 : 118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*.

Menurut Sugiyono dalam bukunya (2010 : 96) mengatakan bahwa *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Untuk penelitian ini yang menjadi sampel adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang melakukan pembelian *iPhone* berjumlah 110 orang.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian meneliti tiga variabel, yaitu kelompok referensi (variabel  $X_1$ ), promosi (variabel  $X_2$ ) dan keputusan pembelian (variabel  $Y$ ). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

## 1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)

### a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan membeli produk yang dibutuhkan dan diinginkannya tersebut.

### b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama, adalah pengenalan kebutuhan dengan indikator pertama stimuli internal dengan sub indikator kebutuhan komunikasi pribadi, dan indikator kedua yaitu pengaruh orang lain dengan sub indikator membeli *smartphone* atas saran sahabat. Dimensi kedua, yaitu pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi sub indikator keluarga dengan indikator kedua sumber komersil dengan sub indikator *website* dan wiraniaga. Dimensi ketiga, yaitu evaluasi alternatif dengan indikator menilai beberapa alternatif merek *smartphone* lainnya. Dimensi keempat, yaitu membeli dengan indikator sikap dengan sub indikator merek *smartphone* yang disukai.

### c. Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan 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 dengan maksud 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 (Variabel Y)**

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenalan Kebutuhan	Stimuli Internal	Kebutuhan Komunikasi Pribadi	1, 15	8, 19		1, 15	8, 19	1, 15	8, 18
	Stimuli Eksternal	Membeli Smartphone atas saran sahabat	2	9		2	9	2	9
Pencarian Informasi	Sumber Pribadi	Keluarga	3, 16	10, 20		3, 16	10, 20	3, 16	10, 19
	Sumber Komersial	Website	4	11		4	11	4	11
		Wiraniaga	5	12		5	12	5	12
Evaluasi Alternatif	Membandingkan beberapa alternatif merek smartphone lainnya		6, 17	13, 21	17	6	13, 21	6	13, 20
Membeli	Sikap	Merek Smartphone yang disukai	7, 18	14		7, 18	14	7, 17	14

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. 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 model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keputusan pembelian terlihat pada tabel III.1.

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 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. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}x_t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}$$

Dimana :

$r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

$x_i$  = 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 4 halaman 97) dari 21 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 1 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 20 pernyataan.

Selanjutnya, 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. Menurut Maolani (2010 : 145) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$Alpha (\alpha) = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right]$$



Dimana :

$r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$  = Jumlah varians skor butir

$st^2$  = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana :

$Si^2$  = Simpangan baku

$n$  = Jumlah populasi

$\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$  = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $S_i^2 = 0,89$ ,  $S_t^2 = 101,17$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,950 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 7 halaman 100). 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 keputusan pembelian.

## **2. Kelompok Referensi (Variabel X<sub>1</sub>)**

### **a. Definisi Konseptual**

Kelompok referensi ialah kelompok ataupun individu yang menjadi ukuran seseorang untuk berperilaku sedemikian.

### b. Definisi Operasional

Kelompok referensi dapat diukur dengan beberapa indikator, yaitu indikator pertama adalah kelompok penting, dengan sub indikator teman dan keluarga, kemudian indikator kedua, yaitu kelompok santai-santai dengan subindikator grup *whatsapp* dan grup *line*.

### c. Kisi-kisi Instrumen Kelompok referensi

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kelompok referensi yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kelompok referensi. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud 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 Kelompok Referensi (Variabel X1)**

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Kelompok Penting	Keluarga	1, 9, 17	5, 13, 20	17	1, 9	5, 13, 20	1, 9	5, 13, 19
	Teman Dekat	2, 10, 18	6, 14, 21		2, 10, 18	6, 14, 21	2, 10, 17	6, 14, 20
Kelompok Santai - Santai	Grup Whatsapp	3, 11, 19	7, 15, 22	22	3, 11, 19	7, 15	3, 11, 18	7, 15
	Grup Line	4, 12	8, 16		4, 12	8, 16	4, 12	8, 16

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 Kelompok Referensi**

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 Kelompok Referensi**

Proses pengembangan instrumen kelompok referensi dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kelompok referensi terlihat pada tabel III.3.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kelompok referensi sebagaimana tercantum pada tabel III.3. 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. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{i}x_{t}}{\sqrt{\sum x_{i}^2 \sum x_{t}^2}}$$

Dimana :

$r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

$x_i$  = 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 2 halaman 104) dari 22 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 20 pernyataan.

Selanjutnya, 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. Menurut Maolani (2010 : 145) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$\text{Alpha } (\alpha) = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

Dimana :

$r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$  = Jumlah varians skor butir

$st^2$  = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum xi^2 - \frac{(\sum xi)^2}{n}}{n}$$

Dimana :

$Si^2$  = Simpangan baku

$n$  = Jumlah populasi

$\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$  = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $S_i^2 = 1,02$ ,  $S_t^2 = 132,03$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,973 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 5 halaman 107). 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 kelompok referensi.

### **3. Promosi (Variabel X<sub>2</sub>)**

#### **a. Definisi Konseptual**

Promosi adalah sebuah upaya 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, Indikator keempat adalah publisitas dengan sub indikator, sponsorship.

#### **c. Kisi-kisi Instrumen Promosi**

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel promosi yang di uji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel promosi. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud 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 - Brosur	1, 13	7, 19	7	1, 13	19	1, 12	16
	Media Elektronika (Televisi dan Radio)	2, 14	8, 20		2, 14	8, 20	2, 13	7, 17
<i>Personal Selling</i>	Penjualan secara langsung	3, 15	9, 21		3, 15	9, 21	3, 14	8, 18
	<i>Stand (Booth)</i>	4, 16	10, 22	16	4	10, 22	4	9, 19
Promosi Penjualan	Hadiah	5, 17	11, 23	17, 23	5	11	5	10
Publisitas	<i>Sponsorship</i>	6, 18	12, 24		6, 18	12, 24	6, 15	11, 20

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. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

Dimana:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum t^2}}$$

$r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

$x_i$  = Deviasi skor butir dari  $X_i$

$x_t$  = Deviasi skor dari  $X_t$

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{\text{tabel}} = 0,361$ . Jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ , 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 111) dari 24 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 4 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 20 pernyataan.

Selanjutnya, 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. Menurut Maolani (2010 : 145) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$\text{Alpha } (\alpha) = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]$$

Dimana :

$r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si^2$  = Jumlah varians skor butir

$st^2$  = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n}$$

Dimana :

$S_i^2$  = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum X_i^2$  = Jumlah kuadrat data X

$\sum X_i$  = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $S_i^2 = 1,45$ ,  $S_t^2 = 138,04$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,985 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 9 halaman 114). 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

Pengolahan data penelitian ini menggunakan *software IBM SPSS Statistics* versi 24. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Persyaratan Analisis

#### a. Uji Normalitas

Menurut Janie (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)  $H_0$ : Data berdistribusi normal.
- 2)  $H_1$ : Data tidak berdistribusi normal.

Kriteria pengujian:

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

#### **b. Uji Linieritas**

Menurut Nurgiantoro, et. al (2017: 404) linieritas adalah hubungan yang linier antar variabel, artinya setiap ada perubahan dengan pada satu variabel akan diikuti oleh perubahan dengan besaran sejajar pada variabel lainnya.

Hipotesis penelitiannya adalah:

$H_0$  : artinya data tidak linier

$H_a$  : artinya data 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

Janie (2012 : 13) Regresi linier berganda dimasukkan 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 (kelompok referensi)

$X_2$  = variabel bebas kedua (promosi)

$a$  = konstanta (nilai  $Y$  apabila  $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$ )

$b_1$  = koefisien regresi variabel bebas pertama,  $X_1$

$b_2$  = koefisien regresi variabel bebas kedua,  $X_2$

## 3. Uji Hipotesis

### a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Menurut Kuncoro (2011: 105) bahwa, uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter ( $b_i$ ) dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap dependen, atau menurut Kuncoro (2011: 106):

$$H_0 : b_i = 0$$

Hipotesis alternatifnya ( $H_a$ ) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_i \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis adalah sebagai berikut:

- 1)  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila  $t_{hitung} > t_{Tabel}$  atau nilai probabilitas sig.  $< 0,05$
- 2)  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $t_{hitung} < t_{Tabel}$  dan nilai probabilitas sig.  $> 0,05$

#### **b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**

Menurut Kuncoro (2011 : 106) uji statistic F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel dependen, atau menurut Kuncoro (2011 : 107) :

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_n = 0$$

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

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

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis adalah sebagai berikut :

- 1)  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima apabila  $F_{hitung} > F_{Tabel}$  atau nilai probabilitas  $sig < 0,05$
- 2)  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak apabila  $F_{hitung} < F_{Tabel}$  atau nilai probabilitas  $sig > 0,05$

#### **4. Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan ukuran untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Untuk melakukan perhitungan koefisien determinasi, dilakukan dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistics* versi 24.