

**PENGARUH HARGA , KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BURGER KING
PADA MAHASISWA FE UNJ**

ZAFAR ANDREANSYAH GUMAY

8135161762



*Mencerdaskan &
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

***THE EFFECT OF PRICE, PRODUCT QUALITY AND
PROMOTION TOWARDS STUDENT'S PURCHASE DECISION
OF BURGER KING IN THE FE, UNJ***

ZAFAR ANDREANSYAH GUMAY

8135161762



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta*

BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu Dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama enam bulan, yaitu dimulai dari bulan Oktober 2019 Sampai bulan Maret 2020 . Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian, karena jadwal peneliti sudah tidak padat, sehingga bisa memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di wilayah Universitas di Jakarta dan target responden yaitu yang pernah membeli Makanan Cepat saji Burger King . Penelitian ini dilaksanakan daring atau online melalui survei *Google Form* yang disebar dengan tujuan mempersingkat waktu dan menghemat biaya.

B. Pendekatan Penelitian

1. Metode

Metode penelitian pada dasarnya merupakan Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu Sugiyono (2013, p. 3). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti menggunakan metode ini dikarenakan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Menurut Sugiyono (2014, p. 3) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Adapun alasan memilih metode ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).Sedangkan menurut (Sugiyono, 2014, p. 81) Metode survei adalah penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari

populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Peneliti menggunakan analisis regresi berganda dalam penelitian ini, guna mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara keempat variabel yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2014, p. 277) Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependen* (kriterium), bila dua atau lebih variabel *independen* sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

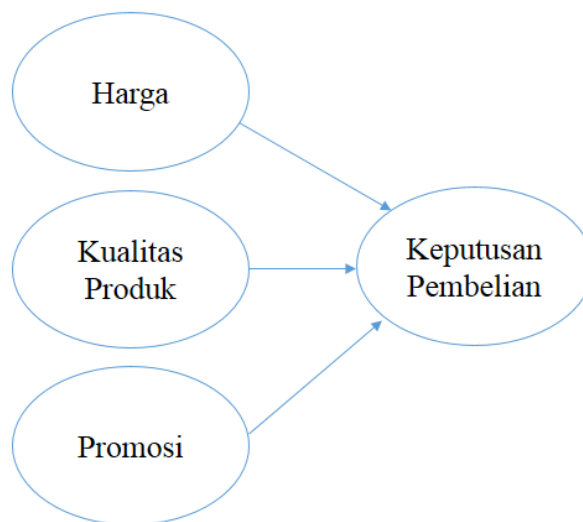
Dari definisi di atas menjelaskan bahwa alasan pemilihan metode ini didasarkan pada penelitian ini terdapat dua variabel independen. Tujuannya yakni untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas (Harga) yang diberi simbol X_1 terhadap variabel terikat (Keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi, pengaruh variabel bebas (Kualitas produk) yang diberi simbol X_2 terhadap variabel terikat (Keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi dan pengaruh variabel bebas (Promosi) yang diberi simbol X_3 terhadap variabel terikat (Keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. Konstelasi Pengaruh antar Variabel

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga (*price*) dengan keputusan pembelian.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk (*product quality*) dengan keputusan pembelian.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi (*promotion*) dengan keputusan pembelian

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



Gambar 1. 1 Konstelasi X1 ,X2 dan X3 (Harga, Kualitas Produk, Promosi) dengan Y (Keputusan Pembelian)

Sumber : Diolah oleh Penulis

Keterangan:

Variabel Bebas (X_1)	: Harga
Variabel Bebas (X_2)	: Kualitas Produk
Variabel Bebas (X_3)	: Promosi
Variabel Terikat (Y)	: Keputusan Pembelian
—————→	: Arah Hubungan

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018, p. 180) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau benda yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan sebagai objek penelitian. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018, p. 131) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Suryani (2017, p. 192) sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan. Dengan demikian, sampel dapat dinyatakan sebagai bagian dari populasi yang diambil dengan teknik atau metode tertentu untuk diteliti.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* ini bagian dari *non-probability*. Menurut Sugiyono (2017, p. 111), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang dapat dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Sampel yang akan peneliti ambil adalah responden yang sudah pernah membeli makanan cepat saji burger king Green Pramuka square dengan responden sebanyak 132.

D. Penyusunan Instrumen

Penelitian ini meneliti empat variabel, yaitu Harga (variabel X_1), Kualitas produk (variabel X_2), Promosi (variabel X_3) dan Keputusan pembelian (variabel Y). Adapun instrumen untuk mengukur keempat variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian (Y)

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah proses yang di lewati oleh seorang konsumen dalam menentukan sebuah produk yang terdiri dari beberapa alternatif yang bertujuan untuk mendapatkan produk yang paling di kehendaki.

b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian dapat diukur dengan 4 (empat) dimensi. Dimensi pertama adalah pengenalan kebutuhan dengan indikator pertama, yaitu rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri; indikator kedua, yaitu rangsangan eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain. Dimensi kedua adalah pencarian informasi dengan indikator pertama, yaitu, sumber pribadi dengan sub indikator pertama, yaitu keluarga, sub indikator kedua, yaitu teman; indikator yang kedua, yaitu sumber komersial dengan sub indikator ialah iklan; indikator yang ketiga, yaitu sumber pengalaman dengan sub indikatornya, yaitu pernah menggunakan. Dimensi ketiga ialah evaluasi alternatif dengan indikator, yaitu menilai dari beberapa alternatif yang tersedia dengan sub indikator, yaitu memilih diantara dua atau lebih alternatif. Dimensi keempat adalah pembelian dengan indikator sikap dan sub indikator membeli merek yang disukai.

c. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian yang diuji cobakan 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. 2.

Tabel III.1 Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Dimensi	Indikator	Butir Uji		Drop	No. Butir		No. Butir	
		Coba			Valid		Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Identifikasi	Internal	1			1		1	
Kebutuhan	Eksternal	2	3		2	3	2	3
	Sumber Pribadi	6,7,8,9,10,11			6,7,8,9,10,11		6,7,8,9,10,11	
Pencarian Informasi	Sumber komersial	5,12,13			5,12,13		5,12,13	
	Sumber pengalaman	4,15	14	14	4,15		4,14	
Evaluasi alternatif	Membandingkan merk lain	18	19		18	19	17	18
Keputusan Pembelian	sikap	16	17		16	17	15	16

Kemudian, untuk mengisi setiap butir pertanyaan responden diberikan 5 alternatif sesuai dengan apa yang dialaminya dan butir pernyataan tersebut bersifat positif dan negatif. 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Pengukuran yang digunakan dalam pemberian skor

ini ialah skala likert. Alternatif jawaban yang digunakan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

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

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.2 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.2. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi UNJ 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

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

dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan dalam Sugiyono (2014, p. 86) adalah sebagai berikut:

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.

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 Sugiyono (2014:89) uji reliabilitas dengan rumus Alpha Cronbach, yaitu:

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

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum s_i^2$ = 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
X_i	= Jumlah data

2. Harga (X1)

a. Definisi Konseptual

Harga adalah jumlah uang yang di jadikan alat tukar barang ataupun jasa yang harus di bayarkan sebagai imbalan atas produk yang diinginkan.

b. Definisi Operasional

Terdapat empat dimensi yang dapat mengukur harga, dimensi pertama yaitu harga yang wajar dengan indikator pertama harga yang layak, indikator kedua harga yang dapat diterima , indikator ke empat harga kesesuaian dan indikator kelima yaitu penerimaan harga. Dimensi kedua adalah memperbaiki harga dengan indikator pertama kejelasan harga, indikator kedua kesesuaian harga dan indikator ketiga kejujuran harga, dimensi ketiga yaitu harga yang dapat diandalkan, dengan indikator pertama harga bagus, indikator kedua keandalan harga, dan indikator ketiga adalah harga yang dapat dipercaya, dimensi keempat adalah harga relatif dengan indikator pertama perbandingan harga dan indikator kedua adalah harga kompetitif..

c. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel Harga yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel Harga. 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.4

Tabel III.3 Kisi-Kisi Instrumen Harga

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Fair Price</i> (harga yang wajar)	Harga yang layak	1			1		1	
	Harga yang dapat di terima	2,4	6	2	4	6	3	5
Fix Price (kepastian harga)	Kejelasan harga	3,5			3,5		3,5	
	Kesesuaian harga	7,13			7,13		6,12	
<i>Reliable Price</i> (harga yang di andalkan)	Harga yang baik	12			12		11	
	Harga yang dapat di percaya	8	9		8,9		7	8
<i>Relative Price</i> (harga relatif)	Perbandingan Harga	10	14		10	14	9	13
	Harga Kompetitif	11,15, 16			11,15, 16		10,14, 15	

Kemudian, untuk mengisi setiap butir pertanyaan responden diberikan 5 alternatif sesuai dengan apa yang dialaminya dan butir pernyataan tersebut bersifat positif dan negatif. 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Pengukuran yang digunakan dalam pemberian skor

ini ialah skala likert. Alternatif jawaban yang digunakan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel III.4 Skala Penilaian Instrumen Harga

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

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

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel Harga sebagaimana tercantum pada tabel III.4. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas ekonomi UNJ 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 dalam Sugiyono (2014, p. 86) adalah sebagai berikut:

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

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.

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 Sugiyono (2014:89) uji reliabilitas dengan rumus Alpha Cronbach, yaitu:

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

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum s_i^2$ = 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

X_i = Jumlah data

3. Kualitas produk (X2)

a. Definisi Konseptual

Kemampuan sebuah produk guna menjalankan fungsinya sehingga sesuai dengan apa yang di harapkan oleh konsumen.

b. Definisi Operasional

Kualitas produk dapat diukur dari beberapa dimensi , yaitu dimensi pertama adalah kinerja dengan indikator karakteristik inti, dimensi kedua adalah fitur dengan indikator spesifikasi, dimensi ketiga adalah kesesuaian dengan indikator kesesuaian produk, dimensi keempat adalah reabilitas dengan indikator kecepatan, dimensi kelima adalah daya tahan dengan indikator ketahanan produk, dimensi keenam adalah kemudahan servis dengan indikator pelayanan, dan dimensi ke tujuh adalah estetika dengan indikator pertama yaitu warna dan indikator kedua yaitu bentuk dan ke delapan persepsi kualitas dengan indikator reputasi produk.

c. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini adalah kisi-kisi instrument yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk yang diujicobakan dan juga sebagai kisi- kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas 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. 6

Tabel III.5 Kisi-Kisi Intstrumen Kualitas Produk

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Performance</i> (Kinerja)	Karakteristik Inti	3			3		3	
<i>Features</i> (Fitur)	Spesifikasi	2,5			2,5		2,5	
<i>Conformance</i> (Kesesuaian)	Kesesuaian Produk	1,1			11,		11,	
		2,1	13		12,	13	12,	13
		8			18		16	

<i>Reliability</i> (Realibilitas)	Kecepatan	4,1 7		4,1 7	4,1 5
<i>Durability</i> (Daya Tahan)	Ketahanan Produk	15, 16	15	16	14
<i>Serviceability</i> (Kemudahan Servis)	Pelayanan	6,9, 11	10	6,9, 11	10
<i>Aesthetics</i> (Estetika)	Warna, bentuk	7,1 4	8	14	7
			8	7	8

Kemudian, untuk mengisi setiap butir pertanyaan responden diberikan 5 alternatif sesuai dengan apa yang dialaminya dan butir pernyataan tersebut bersifat positif dan negatif. 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Pengukuran yang digunakan dalam pemberian skor ini ialah skala likert. Alternatif jawaban yang digunakan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel III.6 Skala Penilaian Instrumen Kualitas 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

Proses pengembangan instrumen kualitas produk dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kualitas produk terlihat pada tabel III.6 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kualitas 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 kualitas produk sebagaimana tercantum pada tabel III.6. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa di Fakultas Ekonomi UNJ 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 dalam Sugiyono (2014, p. 86) adalah sebagai berikut:

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

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.

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 Sugiyono (2014:89) uji reliabilitas dengan rumus Alpha Cronbach, yaitu:

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

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

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

st^2 = Varian skor total

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

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

Dimana:

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

4. Promosi (X3)

a. Definisi Konseptual

Promosi adalah suatu upaya yang dilakukan untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen terhadap suatu produk dalam sebuah perusahaan

b. Definisi Operasional

Promosi dapat diukur dengan dua dimensi , yaitu dimensi pertama adalah periklanan dengan indikator pertama yaitu media cetak, dengan sub indikator majalah, indikator kedua yaitu media elektronik dengan sub indikator pertama internet sub indikator kedua televisi ,dan dimensi kedua promosi penjualan dengan indikator pertama potongan harga indikator kedua cash back.

c. Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel promosi yang diujicobakan 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. 8.

Tabel III.7 Kisi-Kisi Intstrumen Promosi

Dimensi	Indikator	Butir Uji		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		Coba			(+)	(-)	(+)	(-)
Periklanan	Media cetak	6,10,12	11,13	12	6,10,13	11	6,10	11,12
	Media elektronik	1,2,3,5,7,8,9,17	18		1,2,3,5,7,8,9,17	18	1,2,3,5,7,8,9,16	17
Promosi	Potongan harga	15,16			15,16		14,15	
Penjualan	cashback	14			14		13	

Kemudian, untuk mengisi setiap butir pertanyaan responden diberikan 5 alternatif sesuai dengan apa yang dialaminya dan butir pernyataan tersebut bersifat positif dan negatif. 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Pengukuran yang digunakan dalam pemberian skor ini ialah skala likert. Alternatif jawaban yang digunakan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel III.8 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

2. Validasi Instrumen

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.8 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.8. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi UNJ 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 dalam Sugiyono (2014, p. 86) adalah sebagai berikut:

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

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*.

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 Sugiyono (2014:89) uji reliabilitas dengan rumus Alpha Cronbach, yaitu:

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

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

Xi = Jumlah data

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting dan berbagai sumber dan berbagai cara. Bila dilihat dari settingnya data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (natural seting), pada laboratorium dengan metode eksperimen, di rumah dengan berbagai responden, dan lain-lain. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Sumber

primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Selanjutnya kalau dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview, kuesioner (angket), observasi Sugiyono (2012, pp. 193 - 194)

Metode yang digunakan peneliti adalah metode angket disebut pula sebagai metode kuesioner atau dalam bahasa Inggris disebut questionnaire (daftar pertanyaan). Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan kepada petugas atau peneliti. Bentuk umum sebuah angket terdiri dari bagian pendahuluan berisikan petunjuk pengisian angket, bagian identitas berisikan identitas responden seperti: nama, alamat, umur, pekerjaan, jenis kelamin, status pribadi dan sebagainya, kemudian harus memasuki bagian isi angket Bungin (2005, p. 133)

F. Teknik Analisis Data

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Menurut (Janie, 2012, p. 35), Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Untuk mendeteksi apakah model yang digunakan peneliti memiliki distribusi normal atau tidak yaitu, dengan menggunakan uji statistik (Uji *Kolmogrov Smirnov*).

Hipotesis statistik :

1. Jika signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
2. Jika signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Sedangkan kriteria pengambilan keputusan dengan analisis grafik (*normal probability*) yaitu sebagai berikut:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linieritas

Menurut Marzuki dan Nurgiyantoro (2017, p. 407) linieritas adalah hubungan yang linear antara variabel yang artinya setiap adanya perubahan yang terjadi pada satu variabel akan diikuti oleh perubahan dengan besaran yang sejajar dengan variabel lainnya. Pengujian dengan SPSS menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikan 0,05.

Hipotesis penelitiannya adalah:

Ho : artinya data tidak linier

Ha : artinya data linier

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $\geq 0,05$ maka Ho ditolak, artinya hubungan antara variabel X dan Y adalah linier.
- 2) Jika signifikansi $\leq 0,05$ maka Ho diterima, artinya hubungan antara variabel X dan Y adalah tidak linier.

2. Persamaan Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua dan atau lebih variabel independen (*explanatory*) terhadap satu variabel dependen. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier berganda menurut (Janie, 2012, p. 13) yaitu dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

- \hat{Y} = variabel terikat (Keputusan pembelian)
 X_1 = variabel bebas pertama (Harga)
 X_2 = variabel bebas kedua (Kualitas produk)
 X_3 = variabel bebas ketiga (Promosi)
 a = konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)
 b_1 = koefisien regresi variabel bebas pertama, X_1 (Harga)
 b_2 = koefisien regresi variabel bebas kedua, X_2 (Kualitas produk)
 b_3 = koefisien regresi variabel bebas ketiga, X_3 (Promosi)

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

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

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel dependen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen, atau menurut Kuncoro (2011:107).

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

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

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

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 $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai probabilitas $sig. > 0,05$

b. Uji Signifikasi Parsial (Uji t)

Menurut Kuncoro (2011, p. 105) mengemukakan bahwa Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

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 $sig. > 0,05$

4. Analisis Koefisien Korelasi Pearson

Eeng Ahman (2007:155) bahwa korelasi pearson menyatakan hubungan linear antara variabel X dan variabel Y. Analisis korelasi pearson ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 22.

5. Perhitungan Koefisien Determinasi

Menurut Siagian dan Sugiarto (2006, p. 259) koefisien determinasi (R^2) merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari *variable* penjelas terhadap *variable* respon. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan ragam (variasi) naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linear X (berapa bagian keragaman dalam variabel Y yang dapat dijelaskan oleh beragamnya nilai-nilai variabel X).

