

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan di dalam riset ini merupakan penelitian kualitatif serta kuantitatif. Riset kuantitatif didefinisikan selaku riset sistematis tentang fenomena dengan mengumpulkan informasi terukur serta melaksanakan metode statistik, matematika ataupun komputasi. Riset kuantitatif dapat dimaksud jadi tata cara riset yang berlandaskan dalam filsafat positivisme, dipakai buat mempelajari dalam populasi ataupun ilustrasi eksklusif, pengumpulan informasi dapat mengenakan instrument riset, analisis informasi bertabiat kuantitatif ataupun statistik, memakai tujuan buat menguji hipotesis yang telah diresmikan sebaliknya riset kualitatif ialah tata cara riset yang berlandaskan dalam filsafat postpositivisme dipakai ataupun interpretif, dipakai buat mempelajari dalam ketentuan objek yang alamiah, dimana periset ialah jadi instrument kunci, metode pengumpulan informasi dicoba secara triangulasi, informasi yang diperoleh cenderung informasi kualitatif, analisis informasi bertabiat induktif/ kualitatif& output riset kualitatif bertabiat buat ketahui arti, ketahui keunikan, mengkontruksi fenomena,& menciptakan hipotesis. (sugiyono, 2017). Metode yang dipakai pada penelitian ini yakni explanatory berita umum. Metode explanatory berita umum dipakai buat memprediksi & mengungkapkan interaksi atau dampak menurut suatu variabel ke variabel lainnya .Penelitian ini bertujuan buat menguji dampak promosi (X1), kemudahan (X2), harga (X3) & kenyamanan (X4) terhadap keputusan pembelian (Y) dalam toko online Shopee.

B. Tahap Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah daerah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yg memiliki kualitas & ciri eksklusif yg sudah ditetapkan sang penelitian buat dipelajari & lalu ditarik kesimpulanya (Sugiyono. 2009). Populasi penelitian ini yaitu rakyat dikelurahan Trimurjo Lampung Tengah menggunakan jumlah penduduk 4731 jiwa.

2. Sampel

Sampel ialah sebagian bagi jumlah& karakteristik yang dipunyai si populasi, Sugiyono(2017: 81) Pengambilan sampel pada riset ini mengenakan metode Non probability Sampling memakai metode tata cara purposive sampling. Tata cara purposive sampling ialah metode pengambilan sampel asal informasi memakai pertimbangan eksklusif. Riset ini mengenakan rumus buat memastikan besarnya sampel riset yang dikemukakan oleh Slovin yang memiliki ketidakakuratan akibat kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir. Nilai toleransi ini dinyatakan dalam persentase, misalnya 10% Rumus yang digunakan merupakan selaku berikut:

$$\frac{N}{1+N\alpha^2}$$

Keterangan

N =Jumlah Sampel

N = Jumlah populasi

α =Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Berikut perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus slovin dalam penelitian ini :

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

$$n = \frac{4731}{1 + (4731) \cdot 0.1^2}$$

$$n = \frac{4731}{1 + (4731)0.01}$$

$$n = \frac{4731}{48,31}$$

$$n = 97,93$$

$$n = 97,93 \text{ (dibulatkan menjadi 98)}$$

Dari perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini didapatkan jumlah responden sebanyak 97,93 demi memudahkan pengambilan sampel maka penulis membulatkan menjadi 98 responden. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

- 1) Usia minimal 15 tahun.
- 2) Pendidikan minimal SMP.
- 3) Pernah menggunakan aplikasi Shopee.
- 4) Pernah Menonton Iklan Shopee

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya segala sesuatu yang ditentukan oleh peneliti untuk mempelajari guna memperoleh informasi tentangnya. Variabel penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen

Variabel (X) atau independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2011). Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengaruh promosi (X1), kemudahan (X2), harga (X3) dan kenyamanan (X5)

2. Variabel dependen

Variabel (Y) dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang terjadi akibat kadanya variabel bebas (Sugiyono, 2011). Variabel dependen atau variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian (Y).

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah variabel yang dinyatakan dalam definisi konsep, secara operasional, praktis, secara nyata, di dalam objek penelitian/ objek penelitian. Secara operasional, setiap variabel dapat diukur melalui indikator sebagai berikut:

Tabel3. 1 Definisi Oprasional Variabel

| Variabel | Konsep Variabel | Konsep Oprasional | Indikator | Skala Ukur |
|-----------------|---|--|--|-------------------|
| Promosi (X1) | Promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen agar melakukan pembelian produk Menurut kotler dan Keller (2016) | Berbagai jenis penawaran atau fitur untuk menarik pembelian pada toko toko onlineShope e | a. Personal selling b. Periklanan c. Promosi penjualan d. Hubungan masyarakat e. Pemasaran Langsung Menurut Tjiptono (2013) | Interval |
| Kemudahan (X2) | Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, | Kemudahan melakukan kegiatan perbelanjaan di Shopee | a. Kemudahan mempelajari penggunaan layanan mobile payment b. Mudah membuatlayanan mobile payment | Interval |

| Variabel | Konsep Variabel | Konsep Oprasional | Indikator | Skala Ukur |
|------------|---|---|---|------------|
| | simple dan mudah pengoprasiannya | | <p>melakukan apa yang ingin dilakukan</p> <p>c. Adanya interaksi yang jelas dan mudah dimengerti dengan layanan mobile payment</p> <p>a. Kemudahan menggunakan layanan mobile payment</p> <p>Menurut Nguyen (2016)</p> | |
| Harga (X3) | Harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan dalam nilai jual produk yang ditetapkan | Harga produk yang tersedia di toko online Shopee untuk menarik minat belanja konsumen di toko online Shopee | <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Daftar Harga (list price) 3. Potongan Harga Khusus (Allowance) 4. Harga yang dipersepsikan <p>Menurut Kotler (2012)</p> | Interval |

| Variabel | Konsep Variabel | Konsep Oprasional | Indikator | Skala Ukur |
|-------------------------|--|---|---|------------|
| | oleh perusahaan Kotler dan Keller (2012) | | | |
| Kenyamanan (X3) | Kenyamanan adalah rasa yang timbul jika seseorang merasa diterima apa adanya, serta senang dengan situasi dan kondisi yang ada sehingga seseorang akan merasakan nyaman. Menurut sugiarto(1999) | Perasaan nyaman konsumen yang dibuat untuk menarik konsumen Shopee untuk kembali berbelanja | a. Kenyamanan bertransaksi b. Situs yang menarik c. Kemudahan bertransaksi d. Kemudahan akses e. Kesenangan Baskara dan sukaadmadja (2016), Nuryakin dan Farida (2016) | Interval |
| Keputusan Pembelian (Y) | keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen | Keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan | Pengenalan Masalah Pencarian Informasi Evaluasi Alternatif Keputusan Pembelian | Interval |

| Variabel | Konsep Variabel | Konsep Oprasional | Indikator | Skala Ukur |
|----------|---|--|--|------------|
| | <p>Mengenal masalahnya , mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya , yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian</p> <p>Menurut tjiptono(2012)</p> | <p>transaksi dan perbelanjaan serta rasa puas yang ditimbulkan setelah melakukan kegiatan perbelanjaan di toko online Shopee</p> | <p>Perilaku Pasca Pembelian</p> <p>Sumber: Kotler, Keller et al. dalam Nurdiyanto, A. D. dan Malik, D. L. (2019)</p> | |

E. Sumber Data

Data penelitian adalah faktor krusial yang akan sebagai bahan pertimbangan pada memilih metode pengumpulan data. Data adalah asal atau bahan yang akan dipakai pada suatu penelitian. Sumber data terdiri berdasarkan data utama & sekunder. Data Primer Menurut Wardiyanta pada Sugiarto (2017) data utama adalah berita yang diperoleh berdasarkan asal-asal utama yaitu berita berdasarkan narasumber sedangkan) data sekunder adalah berita yang diperoleh tidak secara eksklusif berdasarkan narasumber melainkan berdasarkan pihak ketiga (Wardiyanta pada Sugiarto ,2017)

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan:

1. Studi Kepustakaan (*Library research*)

Metode ini dipakai buat menerima informasi berbentuk informasi sekunder yang mempunyai ikatan riset yang lagi dicoba, metode pengumpulan informasi sekunder tadi lewat riset kepustakaan berbentuk pengumpulan kabar kabar yang terdiri atas:

- 1) Data perusahaan Sejarah dan profil perusahaan
- 2) Data jumlah responden
- 3) Buku-buku literatur
- 4) Internet
- 5) Penelitian terdahulu
- 6) Jurnal

2. Studi Lapangan (*Field research*)

Merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek yang diteliti untuk memperoleh data primer. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan kemampuan seorang buat memakai pengamatannya melalui output panca indra mata dan dibantu menggunakan panca indra lainnya. Melalui observasi peneliti akan mengetahui & belajar mengenai konduite & makna menurut konduite tersebut, melalui pengamatan & pencatatan yang diselidiki secara sistematis menggunakan cara melakukan penelitian secara cermat menggunakan melakukan tinjauan pribadi buat memperoleh data yang asli/otentik terkait menggunakan analisis faktor-faktor yg mensugesti keputusan pembelian dalam toko online Shopee menggunakan cara menciptakan surat biar menurut kampus buat melakukan observasi selama melakukan penelitian dalam warga pada kelurahan trimurjo lampung tengah, selesainya itu surat perizinan wajib diberikan pada warga d kelurahan trimurjo & menaruh warta maksud penelitian yang dilakukan disana & apa saja yang diharapkan selama penelitian.

b. Wawancara (*interview*)

Wawancara merupakan tahap hubungan buat merangkum berita menggunakan melalui tanya jawab dengan narasumber. Pada hakikatnya wawancara adalah aktivitas buat menerima sebuah berita secara mendalam tentang gosip atau tema yg diangkat pada sebuah penelitian menggunakan cara melakukan penelitian ke lapangan, penulis mengajukan pertanyaan-pertanyaan pada warga pada kelurahan trimurjo lampung tengah terkait perkara yg diteliti. Menanyakan mengenai bagaimana faktor-faktor yag mensugesti keputusan pembelian toko online Shopee.

c. Angket (*Kuesioner*)

Menurut sugiyono (2013: 199) survey adalah teknik pengumpulan data yg dilakukan menggunakan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden buat dijawab. Dalam penelitian ini angket atau survey diberikan pada warga pada kelurahan trimurjo lampung tengah buat mengetahui faktor-faktor yg mensugesti keputusan pembelian toko online Shopee. . Berikut Pengukuran kuisoner pada penelitian ini:

Tabel 3. 2 Pengukuran Kuisisioner Dalam Penelitian

| Penilaian | Skor | Skala |
|----------------------------------|-------------|-----------------|
| Sangat Setuju (SS) | 5 | Interval |
| Setuju (S) | 4 | Interval |
| Kurang Setuju (KS) | 3 | Interval |
| Tidak Setuju (TS) | 2 | Interval |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 | Interval |

d. Surat Menyurat (*Correspondence*)

Menurut The Liang Gie (2014) *Correspondence* adalah Suatu aktivitas atau interaksi yang terjadi antara pihak-pihak terkait yang dilakukan menggunakan saling berkiriman surat. Hubungan pihak-pihak yang terkait pada usaha umumnya bersifat resmi & dilakukan menggunakan surat-menyurat. Oleh lantaran itu, korespondensi jua diartikan menjadi surat-menyurat, korespondensi atau surat menyurat adalah surat biar penelitian yang diberikan pada warga pada kelurahan trimurjo buat melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang memepengaruhi keputusan pembelian toko online Shopee.

G. Uji Persyaratan Instrumen

Instrumen penelitian bisa diartikan menjadi indera yang memenuhi persyaratan akademik, sebagai akibatnya bisa dipakai menjadi indera buat mengukur objek pengukuran atau mengumpulkan data mengenai variabel pada proses penelitian.

1. Uji Validitas

Validitas merupakan ketepatan atau kecermatan suatu instrument pada mengukur apa yang ingin diukur. Uji ini acapkalikali dipakai buat mengukur

ketepatan suatu item pada kuisioner buat memilih apakah suatu item layak dipakai atau tidak (Suwanto,2019)Diolah menggunakan SPSS versi20 dengan kriteria uji validitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) Ho:Data Valid.

Ha:Data Tidak Valid.

2) Menentukan nilai probabilitas(sig) pada nilai α sebesar 0,10 (10%)

Apabila r hitung > tabel maka instrumen valid

Apabila r hitung < tabel maka instrumen tidak valid

3) Pengujian ujivaliditas instrumen dilakukan menggunakan program SPSS.

4) Dengan membandingkan rhitung dengan rtabel dan probabilitas(sig) dengan rtabel untuk menjelaskan poin 1 dan 2, dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya.

Dengan menggunakan rumus korelasi produk moment :

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

(sumber : Sugiono, 2016:183)

Keterangan :

r_{xy} = koefisien Korelasi antara variabel x dan y

n = Jumlah Sampel yang diteliti

x = jumlah skor X

y = jumlah skor Y

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang (Suwanto,2019:29). Suatu ukuran atau alat ukur yang dapat dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi.. Pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen tersebut sangat baik sehingga dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data. Reliabilitas merepresentasikan

tingkat reliabilitas (kredibilitas) dari indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian.

rumus yang digunakan adalah rumus Cronbach Alpha Coefficient sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum a_b^2}{a_{bt^2}} \right)$$

Keterangan :

r_{11} : Reliabilitas Instrumen

k : Banyaknya butir soal atau butir pertanyaan

$\sum a_b^2$: Jumlah varians butir

a_{bt^2} : Varians total

Berikut adalah tabel Interpretasi nilai R dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.3 Interpretasi Nilai R

| Nilai Korelasi | Keterangan |
|-----------------|---------------|
| 0,8000 – 1.0000 | Sangat Tinggi |
| 0,6000 – 0,7999 | Tinggi |
| 0,4000 – 0,5999 | Sedang |
| 0,2000 – 0,3999 | Rendah |
| 0,0000 – 0,1999 | Sangat Rendah |

Sumber: Sugiyono (2016)

H. Uji Persyaratan Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak (Suwanto,2019). Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah jumlah sampel yang diambil sudah representatif, sehingga dapat dibuktikan bahwa Kesimpulan penelitian diambil dari sejumlah besar sampel sejumlah sampel dan dapat dipertanggungjawabkan.. Berikut prosedur pengujian normalitas dalam penilaian ini :

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{O_i - E_i}{E_i}$$

(sumber : Arikunto, 2010:239)

Keterangan :

O_i = Frekuensi observasi pada kelas atau interval i

E_i = Frekuensi yang diharapkan pada kelas i didasarkan pada distribusi hipotesis, yaitu distribusi normal.

Kesimpulan mengenai distribusi dapat dilakukan dengan membandingkan nilai χ^2 - statistik dengan χ^2 - tabel. Jika nilai χ^2 - statistik lebih kecil dari satu atau sama dengan χ^2 - tabel, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

a. Rumusan Hipotesis

H_0 :Data berasal dari populasi berdistribusi normal

H_a :Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal

b. Kriteria dalam Pengambilan Keputusan

Apabila $Sig < 0,1$ maka H_0 ditolak (distribusi sample tidak normal)

Apabila $Sig > 0,1$ maka H_0 diterima (distribusi sample normal)

2. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah 2 dua variabel memiliki hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji Linieritas pada penelitian

ini menggunakan program SPSS 20. Berikut prosedur pengujian linieritas dalam penelitian ini :

a. Rumusan Hipotesis

Ho= Model regresi berbentuk linear.

Ha= Model regresi tidak berbentuk linear.

b. Kriteria Pengujian

Jika probabilitas(Sig)<0,1 maka Ho ditolak jika probabilitas(Sig)>0,1 maka Ho diterima.

3. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi data adalah sama atau tidak (Suwanto, 2019). Uji homogenitas pada penelitian ini penulis dibantu dengan program SPSS 20. Berikut prosedur pengujian homogenitas dalam penelitian ini:

$$f_{hit} = \frac{\text{variansterbesar}}{\text{variansterkecil}}$$

a. Rumusan Hipotesis

Ho= Varians populasi adalah homogen.

Ha= Varians populasi adalah tidak homogen.

b. Kriteria Pengambilan Keputusan

Jika probabilitas (Sig)<0,1 maka (Alpha) Ho ditolak Jika probabilitas (Sig)>0,1 maka (Alpha) Ho diterima

I. Teknik Analisis Data

1. Regresi Linier Berganda

Metode analisis data merupakan proses pengelompokan data menurut variabel yang telah diwawancarai, membuat tabulasi data sesuai dengan variabel

dan semua narasumber, menampilkan setiap variabel dalam penelitian, dan melakukan perhitungan yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang diajukan.. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Menurut (Suwanto, 2019:47) regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen(X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Penelitian ini diuji menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 20. Berikut persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Promosi

X2 = Kemudahan

X3 = Harga

X4 = Kenyamanan

A = Konsanta

E^t = error term

b1, b2 = koefisien regresi

J. Pengujian Hipotesis

1. Uji T

Menurut Ghozali(2018) Uji T digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas atau variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel terikat atau bagian dari variabel terikat. Menurut Sugiyono (2018), uji T merupakan jawaban sementara atas pernyataan pertanyaan, yang mensyaratkan adanya hubungan antara dua variabel atau lebih. Uji hipotesis dirancang untuk mengetahui korelasi kedua variabel yang diteliti. Uji pengaruh masing-masing variabel bebas atau variabel bebas terhadap variabel terikat atau variabel terikat dalam uji T. Berikut ini adalah uji T dari penelitian ini:

a. Pengaruh Promosi (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ho= Promosi (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ha = Promosi (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Tolok ukur pengujian dilakukan dengan :

Jika nilai thitung > ttabel maka Ho ditolak

Jika nilai thitung < ttabel maka Ho diterima

b. Pengaruh kemudahan(X2) terhadap Keputusan Pembelian(Y)

Ho= kemudahan (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ha = kemudahan(X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian(Y)

Tolok ukur pengujian dilakukan dengan :

Jika nilai thitung > ttabel maka Ho ditolak

Jika nilai thitung < ttabel maka Ho diterima

c. Pengaruh harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian(Y)

Ho = Harga (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian(Y)

Ha = Harga (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Tolok ukur pengujian dilakukan dengan :

Jika nilai thitung > t tabel maka Ho ditolak

Jika nilai thitung < t tabel maka Ho diterima

d. Pengaruh Kenyamanan (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ho = Kenyamanan (X4) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ha = Kenyamanan (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Untuk mencari t hitung, digunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{R\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-R^2}}$$

keterangan :

R = Koefisien Korelasi

R² = Koefisien Determinasi

n = Banyaknya sampel

Tolok ukur pengujian dilakukan dengan :

Jika nilai thitung > t tabel maka Ho ditolak

Jika nilai thitung < t tabel maka Ho diterima

2. Uji F

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah contoh yang dianalisis mempunyai taraf kelayakan contoh yang tinggi yaitu variabel-variabel yg dipakai bisa buat mengungkapkan kenyataan yang dianalisis. Uji F dilakukan untuk melihat dampak variabel independen (bebas) secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen (terikat) (Ferdinan, 2013).

Uji F : Pengaruh Promosi (X1), kemudahan (X2), Harga (X3) dan Kenyamanan (X4) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ho = Promosi (X1), kemudahan (X2), Harga (X3) dan Kenyamanan(X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Ha = Promosi (X1), kemudahan (X2), harga (X3) dan Kenyamanan(X4) berpengaruh signifikan terhadap Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Untuk mencari F hitung, digunakan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 / (k-1)}{(1-R^2) / (n-k)}$$

Keterangann :

R^2 = Koefisien Determinasi

K = Banyaknya variabelbebas

n = Banyaknya sampel

Tolok ukur pengujian dilakukan dengan cara:

Perbandingan hasil perhitungan F dengan tolok ukur sebagai berikut:

Jika nilai sig<alpha maka Ho ditolak dan Ha diterima

Jika nilai sig>alpha maka Ho diterima dan Ho ditolak

3. Determinasi (R^2)

Analisis determinasi regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui presentasi sumbangan efek prosentase independen (X1,X2,X3,X4.....Xn) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefesien ini menunjukkan seberapa akbar prosentase variasi pada contoh bisa mengungkapkan variasi-variabel dependen. R^2 sama menggunakan 0, maka nir terdapat sedikitpun prosentase sumbangan efek yg diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yg dipakai pada contoh tidak

mengungkapkan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama menggunakan 1, maka prosentase sumbangan efek yg diberikan variabel independen terhadap variabel dependen merupakan sempurna, atau variasi variasi dependen yg dipakai pada contoh mengungkapkan 100% variasi variasi dependen.

K. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik adalah dugaan atau pernyataan yang perlu diuji kebenarannya. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis penelitian ini merupakan :

- 1) $H_0: \beta_1 \leq 0$:Promosi (X1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian(Y)
 $H_a: \beta_1 \geq 0$:Promosi(X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian(Y)
- 2) $H_0: \beta_2 \leq 0$:Kemudahan (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)
 $H_a: \beta_2 \geq 0$:Kemudahan (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)
- 3) $H_0: \beta_3 \leq 0$: Harga (X3) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)
 $H_a: \beta_3 > 0$: Harga (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)
- 4) $H_0: \beta_4 \leq 0$: Kenyamanan (X4) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)
 $H_a: \beta_4 > 0$:Kenyamanan (X4)) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)
- $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 \leq 0$: Promosi (X1), Kemudahan (X2), Harga (X4) dan Kenyamanan (X4) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)
- 5) $H_a: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 > 0$: Promosi (X1), Kemudahan (X2), Harga (X4) dan Kenyamanan (X4) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)