

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dapat dideskripsikan, dibuktikan, dikembangkan dan ditemukan pengetahuan, teori, untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam kehidupan manusia Sugiyono, (2016: 2).

Berdasarkan tujuan yang telah dikemukakan, maka jenis penelitian yang digunakan adalah dengan metode analisis kuantitatif kategori kasual (sebab akibat) yaitu hubungan dua variabel atau lebih dimana variabel yang satu menjadi penyebab variabel yang lain. Yang bertujuan untuk mencari hubungan antara dua atau lebih variabel pada populasi atau sampel yang sama.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan untuk memperoleh data-data yang diperlukan. Penelitian ini dilakukan di Toko PerfectSoul yang berlokasi di Jl. Pahlawan, Babakan Komplek Kehutanan, Kelurahan Bondongan, Kecamatan Bogor Selatan, No.102 Rt 03/07.

### C. Variabel Penelitian

Dalam kaitannya dengan penelitian ini, maka keadaan metode dianggap sebagai pedoman atau landasan yang baik dimana dalam hal ini pengumpulan data maupun dalam melakukan analisis data sehingga akan memberikan arah yang baik.

Menurut Sugiyono (2018:55) variabel adalah: "Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya." Adapun definisi kedua variabel tersebut yaitu :

- 1) Variabel *Dependen* (*dependent variable*) atau variabel tidak bebas, yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel *independen*. Variabel *dependen* sering pula disebut variabel respon yang dilambangkan dengan huruf Y.
- 2) Variabel *Independen* (*independent variable*) atau variabel bebas, yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya (terpengaruhnya) variabel *dependen* (variabel tidak bebas). Variabel *independen* sering disebut prediktor yang dilambangkan dengan X.

Berkaitan dengan penelitian ini, maka variabel *dependen* dan *independen* diuraikan sebagai berikut :

- 1) Variabel *Dependent* yaitu :  
Y : Keputusan Pembelian
- 2) Variabel *Independent* yaitu:  
X<sub>1</sub> : Inovasi Produk

$X_2$  : *Word Of Mouth*

$X_3$  : *Brand Awareness*

#### D. Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2012:31) definisi operasional adalah penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstruk, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstruk yang lebih baik. Definisi operasional yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 4**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Inovasi Produk $X_1$	Menurut Kotler (2016:454) : “Inovasi produk adalah gabungan dari berbagai macam proses yang saling mempengaruhi antara yang satu dengan yang lain.”	1. Produk bagi dunia 2. Lini produk baru 3. Tambahan pada lini produk yang telah	<i>Likert</i>

			<p>ada</p> <p>4. Perbaikan dan revisi produk yang telah ada</p> <p>5. Penentuan kembali</p> <p>6. Pengurangan biaya</p>	
2	<p><i>Word Of Mouth</i></p> <p>X<sub>2</sub></p>	<p>Menurut Priansa (2017:339) <i>Word Of Mouth</i> merupakan sebuah kegiatan pemasaran dalam memberikan informasi suatu produk atau jasa dari satu konsumen kepada konsumen lainnya untuk membicarakan, mempromosikan dan mau menjual suatu merek kepada orang lain.</p>	<p>1. <i>Talkers</i> (Pembicara)</p> <p>2. <i>Topics</i> (Topik)</p> <p>3. <i>Tools</i> (Alat)</p> <p>Priansa (2017:348)</p>	<p><i>Likert</i></p>

3	<p><i>Brand Awareness</i></p> <p>X<sub>3</sub></p>	<p>menurut Kotler dan Keller (2012:483) kesadaran merek (<i>Brand Awareness</i>) adalah konsumen memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi sebuah merek pada situasi dan kondisi yang berbeda dapat dilakukan dengan cara pengenalan merek dan pengingatan kembali terhadap sebuah merek.</p>	<p>1. <i>Unware of brand</i> (tidak menyadari <i>brand</i>)</p> <p>2. <i>Brand Recognition</i> (pengenalan <i>brand</i>)</p> <p>3. <i>Brand Recall</i> (pengingatan kembali <i>brand</i>)</p> <p>4. <i>Top of mind</i> (puncak pikiran)</p> <p>Kotler dan Keller (2012:269)</p>	<p><i>Likert</i></p>
4	<p>Keputusan Pembelian</p> <p>Y</p>	<p>Menurut Kotler dan Keller (2016:199) perilaku konsumen merujuk pada perilaku membeli konsumen akhir individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.</p>	<p>1. <i>Product choice</i> (pilihan produk)</p> <p>2. <i>Brand choice</i> (pilihan merek)</p> <p>3. <i>Dealer choice</i></p>	<p><i>Likert</i></p>

S			(pilihan tempat menyalur)  4. <i>Purchase amount</i> (jumlah pembelian atau kuantitas)  Kotler dan Keller (2016:199)	
---	--	--	--	--

*Sumber : Gagasan Penulis Berdasarkan Teori Para Ahli*

### **E. Populasi**

Menurut Sugiyono, (2016 :80 ) mengemukakan bahwa “Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah pembeli produk masker organik *perfect soul* dengan jumlah 60 orang pembeli sebagai populasinya.

### **F. Sampel**

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, jadi sampel merupakan bagian dari

populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi (Sugiyono, 2012:88).

Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan teknik non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Pengambilan sampel secara non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota-anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan yang dimaksud dengan purposive sampling adalah teknik penentuan sampling dengan kriteria atau pertimbangan tertentu.

Karena konsumennya terlalu banyak sehingga tidak dapat dihitung, guna untuk mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi di atas. Karena populasinya tidak dapat diketahui, maka besarnya sampel dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2}$$

*Sumber: Sofyan Siregar (2016)*

Dimana n adalah jumlah sampel, p adalah proporsi populasi dan Z adalah skor pada derajat kepercayaan tertentu serta e adalah sampling error. Nilai P selalu berkisar antara 0 - 1 maka besar p (1-p) dapat dicari sebagai berikut :

$$P = p(1-p)$$

$$P = p - p^2$$

$$P \text{ maksimum jika } , n = \frac{dp}{dp} = 0$$

$$1 - 2p = 0$$

$$P = 0,5$$

Substitusikan nilai tersebut ke rumus sampel persamaan maka diperoleh:

$$a = 1 - 0,95 = 0,05$$

$$a/2 = 0,05/2 = 0,025$$

$$Z = 1 - 0,025$$

$$= 0,975 (1,96)$$

Jadi derajat kepercayaan ditentukan 95% dengan proporsi 0,5% ( $\alpha/2 = 0,025$  diperoleh Z tabel sebesar 1,96) dan nilai c adalah 10% dengan nilai Z adalah 1,96, maka jumlah sampelnya dapat dihitung sebagai berikut :

$$p = 0,5$$

$$q = 1 - 0,5 = 0,5$$

$$n = \frac{(Z\alpha/2)^2 p \cdot q}{e^2}$$

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

$$n = 96,04$$

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 96,04 responden, namun untuk memudahkan penelitian maka jumlah sampel dibulatkan menjadi sebanyak 100 responden.

## **G. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data dalam penelitian ini berupa :

### **1. Data kualitatif**

Yaitu data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar, seperti gambar, literatur serta teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **2. Data Kuantitatif**

Yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang angkakan (*scoring*).

Sumber data dalam penelitian ini berupa :

#### **1) Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari obyek penelitian, data ini diperoleh secara langsung dari sumber utama dan diperoleh melalui kuisisioner yang diperoleh dari karyawan Toko *perfect soul*.

#### **2) Data sekunder**

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari obyek penelitian secara langsung dari sumber utama dan diperoleh melalui data jumlah toko *perfect soul*.

## H. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan disini meliputi tiga macam yaitu :

a) Wawancara

Wawancara merupakan langkah yang diambil selanjutnya setelah observasi dilakukan. Wawancara atau *interview* merupakan teknik pengumpulan data dengan cara bertatap muka secara langsung antara pewawancara dengan informan. Wawancara dilakukan jika data yang diperoleh melalui observasi kurang mendalam. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan Sugiyono (2016:72) bahwa “wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam.”

b) Kuesioner

Kuesioner atau daftar pertanyaan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyusun pertanyaan-pertanyaan dan menjawab semua pertanyaan tersebut dengan terbuka dan harus diisi oleh responden dengan cara memilih salah satu alternatif jawaban yang tersedia beserta alasannya. Angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan angket langsung dan tertutup, artinya angket tersebut langsung diberikan kepada responden dan responden dapat memilih salah satu dari alternatif jawaban yang telah tersedia. Dalam penelitian ini

jawaban yang diberikan oleh karyawan kemudian diberi skor dengan mengacu pada skala likert. Menurut Sugiyono (2016:132) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang/sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian skala Likert, maka variabel yang dapat diukur dijabarkan menjadi indikator jawaban.

Dalam penelitian skala *Likert*, maka *variabel* yang dapat diukur dijabarkan menjadi indikator jawaban.

- a. Untuk jawaban a, yaitu Sangat Setuju diberi skor : 5
- b. Untuk jawaban b, yaitu Setuju diberi skor : 4
- c. Untuk jawaban c, yaitu Netral diberi skor : 3
- d. Untuk jawaban d, yaitu Tidak Setuju diberi skor : 2
- e. Untuk jawaban e, yaitu Sangat Tidak Setuju diberi skor : 1

c) Survey

Metode pengumpulan data dalam suatu penelitian ilmiah dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan akurat dan terpercaya teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Survey yaitu metode yang dilakukan dengan datang ketempat objek penelitian yang akan diteliti.

## **I. Teknik Analisis Data**

Analisis data diartikan sebagai cara melaksanakan analisis data yang bertujuan untuk menjadikan data sebagai informasi, sehingga karakteristik atau sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian.<sup>3</sup> Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis kuantitatif, yaitu analisis data yang menggunakan perhitungan atau uji statistik untuk mendeskripsikan data dalam penelitian. Analisis data secara kuantitatif meliputi:

### **1. Statistik Deskriptif**

Pengelolaan data dalam bentuk statistik pada dasarnya adalah proses pemberian makna (arti) terhadap data penelitian kuantitatif melalui angka-angka. Dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif, yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.<sup>4</sup> Statistik deskriptif berfungsi untuk menganalisis atau memberikan gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel dan populasi, tanpa membuat kesimpulan yang lebih luas. Pada statistik deskriptif akan menggunakan cara-cara penyajian data dengan tabel biasa atau distribusi frekuensi, grafik garis atau batang, diagram lingkaran, pictogram, penjelasan kelompok melalui modus, mean, median, dan

variasi kelompok melalui rentang dan simpangan baku. Analisis statistik deskriptif yang digunakan adalah:

- a. Mean, yaitu nilai rata-rata dari data yang diamati.
- b. Maksimum, yaitu nilai tertinggi dari data yang diamati.
- c. Minimum, yaitu nilai terendah dari data yang diamati.
- d. Standar deviasi digunakan untuk mengetahui variabilitas dari penyimpangan terhadap nilai rata-rata.

## **2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

Pada sub teknik pengolahan data ini menguraikan metode-metode analisis yang akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian metode analisis data sangat tergantung pada jenis penelitian dan metode penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menganalisis data diikuti dengan pengujian hipotesis penelitian

### **a. Uji Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument menurut Arikunto (2010:211). Sedangkan menurut Ghazali (2016:52) Uji Validitas digunakan untuk mengetahui sah / valid tidak suatu kuisisioner, suatu kuisisioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut, validitas menunjukkan sejauh mana alat

pengukur yang dipergunakan untuk mengukur apa yang diukur. Adapun caranya adalah dengan menghubungkan atau mengkorelasikan antara skor yang diperoleh pada masing-masing item pertanyaan dengan skor total individu. Pengujian validitas tiap item pertanyaan dilakukan dengan menghitung korelasi *pearson product moment* antara skor item dengan skor total. Suatu item pertanyaan dikatakan valid jika signifikansi < 0,05.

Untuk mengukur validitas digunakan rumus korelasi product moment yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016 :349) Untuk mengukur validitas digunakan rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh Sugiyono, (2016 : 349)

$$r^{xy} = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

X :Skor pertanyaan yang akan diuji validitasnya

Y :Skor total semua variabel kuesioner

N :Jumlah responden

$r^{xy}$  :korelasi antara variabel X dan Y.

Kriteria pengujian adalah :

$r^{\text{hitung}} > r^{\text{tabel}}$  : jika r hitung lebih besar dari r tabel  $r^{\text{hitung}} > r^{\text{tabel}}$

( $\alpha = 5\%$ ) maka data tersebut dapat dikatakan valid.

$r^{\text{hitung}} < r^{\text{tabel}}$  : jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel  $r^{\text{hitung}} > r^{\text{tabel}}$

( $\alpha=5\%$ ) maka data tersebut dapat dikatakan Tidak valid.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Menurut Ghozal (2016:47) Reliabilitas berhubungan dengan masyarakat kepercayaan Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu daftar pertanyaan kusioner yang merupakan indikator dari variabel-variabel yang diteliti. Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. *Reliabilitas* dilakukan untuk mengukur konsistensi konstruk atau variabel penelitian suatu kusioner dikatakan Reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu untuk mengukur Reliabilitas dengan Uji Statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) suatu variabel reliable (handal) jika memiliki nilai Cronbach Alpha  $> 0,600$ .

### **3. Uji Asumsi Klasik**

Diperlukan adanya uji asumsi klasik terhadap model yang telah diformulasikan dengan menguji ada atau tidaknya gejala-gejala normalitas, multikolinieritas, dan *heteroskedastisitas*, Untuk lebih jelasnya dapat dijabarkan sebagai berikut.

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam data, variabel terikat dengan variabel bebas keduanya mempunyai hubungan distribusi normal atau tidak. “ Data yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2016:160). Data yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati. Uji normalitas data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Statistik. Analisis statistik di gunakan mendekati normalitas dalam penelitian ini di lakukan dengan uji kolomogrof smirnof. Untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal, maka dapat dilihat dengan kolomogrof smirnof test. Adapun kriterianya adalah :

Angka signifikansi (*SIG*)  $>0,05$  maka distribusi normal.  
Angka signifikansi (*SIG*)  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.

**b. Uji Multikolinearitas.**

Uji Multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi antara variabel – variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Alat statistik yang sering dipergunakan untuk

menguji gangguan multikolinearitas adalah *variance inflation factor (VIF)*, korelasi person antara variabel – variabel bebas, atau dengan melihat eigenvalues dan *condition index (CI)*.

Beberapa alternatif cara untuk mengatasi masalah multikolinearitas adalah sebagai berikut :

- a) Mengganti atau mengeluarkan variabel yang mempunyai korelasi yang tinggi.
- b) Menambah jumlah observasi.
- c) Mentransformasikan data ke dalam bentuk lain, misalnya logaritma natural, akar kuadrat atau bentuk *first difference* delta.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai *ZPRED* (nilai prediksi) dengan *SRESID* ( nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar, atau sebaliknya melebar kemudian menyempit.

Uji Statistik yang dapat digunakan adalah Uji Glejser, Uji Park, atau Uji White. Beberapa alternatif solusi jika model menyalahi asumsi heteroskedastisitas adalah dengan mentransformasikan kedalam bentuk logaritma, yang hanya dapat dilakukan jika semua data bernilai positif. Atau dapat juga dilakukan dengan membagi semua variabel yang mengalami gangguan heteroskedastisitas Ghozali, (2016;134).

#### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda diperlukan guna mengetahui koefisien-koefisien regresi serta signifikansi sehingga dapat dipergunakan untuk menjawab hipotesis. Secara umum formulasi dari regresi berganda dapat ditulis:

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

A = Nilai *intercept/constant*

X<sub>1</sub> = Variabel Inovasi Produk

$X_2$  = Variabel *Word Of Mouth*

$X_3$  = Variabel *Brand Awareness*

1, 2, 3 = Koefisien regresi variabel bebas

$e$  = standard error (tingkat kesalahan)

Persamaan regresi berganda dapat digunakan dalam analisis jikatelah memenuhi syarat asumsi klasik.

#### 5. Analisis Koefisien Korelasi Berganda ( $r$ )

Untuk Mengetahui hubungan simultan,  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$  dan variabel  $Y$ , maka menggunakan rumus Koefisien korelasi berganda. Teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan secara simultan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

$$\sqrt{\frac{ry_1^2 + ry_2^2 - 2ry_1ry_2r_{12}}{1 - r_{12}^2}}$$

Dimana :

$r$  :bilangan konstanta

$R_{y_{1,2}}$  : koefisien linier 3 variabel

$ry_1$  : koefisien korelasi  $y$  dan  $X_1$

$r_{y_2}$  : koefisien korelasi variabel  $y$  dan  $X_2$

$r_{y_3}$  : koefisien korelasi variabel  $y$  dan  $X_3$

$r_{1,2,3}$  : koefisien korelasi variabel  $X_1, X_2, X_3$

$n$  = jumlah data / banyak data

jika :

$r = 0$  atau mendekati 0, berarti tidak ada hubungan antar variabel,

$r = 1$  atau mendekati 1 artinya ada hubungan positif antar variabel

$r = -1$  atau mendekati -1 artinya adanya hubungan yang berlawanan antar variabel.

Untuk tolak ukur petunjuk agar dapat mengetahui apakah hubungan antara variabel dikatakan sangat rendah, rendah, sedang, kuat, sangat kuat berikut adalah table penjelasannya :

**Tabel 6**  
**Interprestasi Terhadap Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Kekuatan Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

*Sumber : Sugiyono, ( 2016:231).*

Dari data koefisien korelasi inilah nantinya diketahui seberapa besar hubungan antara variabel inovasi produk, *word of mouth*, dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian masker organik *perfect soul*. Ini didasarkan pula pada kriteria klasifikasi besarnya nilai kriteria R. menurut Sugiyono, (2016:231) kriteria tersebut antara lain :

0,00 – 0,199 artinya mempunyai pengaruh yang sangat rendah.

0,20 – 0,399 artinya mempunyai pengaruh yang rendah

0,40 – 0,599 artinya mempunyai pengaruh yang sedang

0,60 – 0,799 artinya mempunyai pengaruh yang kuat

0,80 – 0,1000 artinya mempunyai pengaruh yang sangat kuat.

## 6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan begitu maka diajukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan, dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan adalah hipotesis tentang ada atau tidaknya pengaruh inovasi produk, *word of mouth* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian masker organik *perfect soul*. Uji yang dilakukan adalah secara parsial menggunakan uji t dan pengujian secara simultan menggunakan uji F dengan menggunakan program SPSS versi 23. Dengan langkah- Langkah sebagai berikut :

**a. Uji t ( Parsial)**

Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara X1, X2, X3 terhadap Y secara individual (parsial) maka digunakan uji t. Adapun kriteria pengujian uji t adalah sebagai berikut :

1. Jika  $\text{Sig} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti ada pengaruh signifikan variabel *independen* secara individual terhadap variabel *dependen*.
2. Jika  $\text{Sig} > 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel *independen* secara individual terhadap variabel *dependen*.

Uji t ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel, atau bisa dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung. Dalam penelitian ini uji t dilakukan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = 0$  tidak adanya pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian

$H_0: \beta_1 \neq 0$  adanya pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian

$H_0 : \beta_2 = 0$  tidak adanya pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian

$H_0: \beta_2 \neq 0$  adanya pengaruh *word of mouth*

terhadap keputusan pembelian

$H_0 : \beta_3 = 0$  tidak adanya pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian

$H_0 : \beta_3 \neq 0$  adanya pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian

#### b. Uji F ( Simultan)

Uji simultan atau uji F ini pada dasarnya digunakan untuk menguji *variabel* yang berpengaruh antara  $X_1, X_2, X_3$  terhadap  $Y$  secara bersama-sama (simultan) maka digunakan uji F.

Sugiyono ( 2018:234) menyebutkan bahwa uji parsial dapat di tentukan dengan rumus sebaga berikut:

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

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien korelasi ganda

$K$  = Banyaknya variabel bebas

$n$  = Ukuran sample

$F$  = Fhitung yang selanjutnya dibandingkan dengan Ftabel ( $n-k-1$ )

=Derajat kebebasan

Adapun kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut :

- 1) Taraf signifikan  $\alpha = 0,05$
- 2) Jika  $\text{Sig} < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti ada pengaruh *signifikan variabel independen* secara *simultan* terhadap *variabel dependen*.
- 3) Jika  $\text{Sig} > 0,05$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima berarti tidak ada pengaruh *signifikan variabel independen* secara *simultan* terhadap *variabel dependen*.

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$  tidak adanya pengaruh inovasi produk, *word of mouth* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian

$H_0 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$  adanya pengaruh inovasi produk, *word of mouth* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian

## 7. Koefisien Determinasi ( Uji r)

Menghitung determinasi r diperlukan untuk mengetahui besarnya pengaruh *variabel independen* (X) terhadap *variabel dependen* (Y), yang dapat diukur dengan menggunakan rumus :

$$\text{KD} = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

KD = Koefisien Determinasi

$r^2$  = Kuadrat Koefisien Korelasi

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

- i. Jika KD mendekati nol (0), berarti pengaruh *variabel independen (X)* terhadap *variabel dependen (Y)* lemah.
- ii. Jika KD mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel *independen (X)* terhadap *dependen (Y)* kuat.