

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian dibagi menjadi dua, yaitu pengambilan data dan waktu analisis serta penyusunan. Waktu yang dibutuhkan untuk pengambilan data dan waktu untuk analisis serta penyusunan laporan penelitian yaitu tiga bulan. Tempat yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah PT. Guna Elektrik Makmur. Adapun jadwal kegiatan penelitian yang telah dilakukan terhitung mulai bulan Februari 2023 sampai Mei 2023.

B. Metode Penelitian

Sugiyono menyatakan (2015:2) metode penelitian adalah sebagai cara ilmiah untuk memperoleh data yang mempunyai maksud tujuan dan kegunaan tertentu, dari pemahaman tersebut dapat disimpulkan ada empat hal yang harus diperhatikan yaitu cara ilmiah, tujuan, data dan kegunaan

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu jenis penelitian yang pada dasarnya menggunakan pendekatan deduktif - induktif. Pendekatan ini berawal dari suatu kerangka gagasan, teori para ahli, maupun pemahaman peneliti berdasarkan pengalamannya, kemudian dikembangkan menjadi permasalahan beserta pemecahannya yang diajukan untuk memperoleh pembenaran (verifikasi) atau penilaian dalam bentuk dukungan data empiris di lapangan (Sugiyono, 2016: 8).

Metode asosiatif adalah metode yang digunakan yang bersifat kausal yang artinya suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat (Sugiono, 2016:59). Penelitian ini terdiri dari tiga variabel bebas (*Independent*) yaitu harga (X1), promosi (X2) dan sedangkan variabel terikatnya (*Dependent*) adalah keputusan pembelian (Y).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono menyatakan (2015:80) populasi yaitu area regeneralisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kriteria atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti kemudian diambil kesimpulannya.

Dari teori diatas maka peneliti mengambil populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk produk elektrik philip di PT. Guna Elektrik Makmur yang jumlahnya tidak diketahui.

2. Sampel

Sugiyono menerangkan (2015:81) bahwa sampel yaitu bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini, pelanggan yang menjadi sampel responden adalah konsumen yang sedang membeli di PT. Guna Elektrik Makmur dengan menggunakan metode *nonprobability* atau juga disebut dengan non peluang.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada metode sampel non probabilitas. Penetapan sampel diambil berdasarkan purposive sampling, dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Pengguna peralatan rumah tangga.
- b. Intensitas kedatangan yang berulang untuk membeli produk elektronik Philips.
- c. Pengunjung dengan jumlah pembelian lebih dari 1 pack

Rumus Lemeshow adalah rumus yang digunakan untuk mengetahui jumlah sampel. Sampel akan sangat berpengaruh pada representasi populasi dalam sebuah proses penelitian. Oleh karenanya, penentuan jumlah sampel akan penting diketahui dan dipahami oleh peneliti. Setiap perhitungan jumlah sampel yang dilakukan akan berdasar pada desain dan metode penelitian yang digunakan.

Jumlah sampel yang akan diambil berdasarkan rumus *Lemeshow*, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga.

Berikut rumus *lemeshow* yaitu :

$$N = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

- N = Jumlah sampel
- Z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1.96
- P = Maksimal estimasi = 0.5
- d = alfa (0.10) atau *sampling error* = 10%

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$N = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$N = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 (1- 0.5)}{0.1^2}$$

$$N = \frac{3.8416 \cdot 0.25}{0.01}$$

$N = 96.04$ dibulatkan menjadi 100

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka N yang didapatkan adalah $96.04 = 100$ orang, sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang – kurangnya berjumlah 100 orang.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2015:39) menyatakan bahwa variabel independent yaitu Variabel Independen merupakan variabel yang sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya yang timbulnya variabel dependen (terikat).

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel bebas (*independent*) yaitu harga (X1), Promosi (X2)

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Dalam penelitian ini variabel terikat (*dependent variable*) adalah keputusan pembelian (Y). Dimensi yang diberikan pada suatu variabel dengan memberikan arti atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel disebut sebagai operasional variabel. Operasional variabel menurut Sugiyono (2015:38) memberikan batasan dan penjelasan mengenai ukuran variabel yang digunakan dalam penelitian.

Operasional variabel merupakan penjabaran dari variabel-variabel penelitian, dimensi, dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat yang tertuang dalam tabel berikut :

Tabel 4
Operasional Variabel

No	Nama Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Harga	Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Kotler dan Keller (2016:67)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk 3. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat 4. Harga Sesuai Kemampuan Atau Daya Saing Harga 5. Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi 	Likert

No	Nama Variabel	Definisi	Indikator	Skala
2	Promosi	Promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam upaya mengkomunikasikan suatu produk kepada konsumen sehingga dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk perusahaan Kotler dan Keller (2016:250)	1. Jangkauan promosi 2. Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi 3. Kuantitas penayangan iklan di media promosi	Likert
3		Keputusan pembelian adalah suatu tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk tertentu setelah mendapat rangsangan rangsangan pembelian. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan konsumen yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang yang ditawarkan Kotler dan Keller (2016:44)	1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan Penyalur 4. Waktu Pembelian 5. Jumlah Pembelian 6. Metode Pembayaran	Likert

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu serangkaian cara yang digunakan untuk mengumpulkan data serta keterangan lain yang menjadi objek dalam penelitian. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Data Primer

Untuk mengumpulkan data primer peneliti melakukan dengan cara survey langsung di PT. Guna Elektrik Makmur, dengan tujuan untuk mendapatkan data yang lengkap dan akurat. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu sebagai berikut

a. Observasi

Adalah kegiatan untuk melakukan pengamatan secara langsung pada lokasi penelitian yaitu PT. Guna Elektrik Makmur.

b. Kuesioner.

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang mengizinkan analisis mempelajari sikap-sikap, kepercayaan, perilaku, dan karakteristik dari beberapa orang yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada

2. Data Sekunder

a. Jurnal.

Adapun data sekunder dalam penelitian ini yaitu diperoleh dari jurnal hasil penelitian terdahulu, yang berhubungan dengan variabel – variabel penelitian ini.

b. Perpustakaan

Data sekunder diperoleh dari buku – buku para ahli terkait dengan variabel penelitian ini untuk peneliti gunakan sesuai dengan kebutuhan penelitiann dan juga sebagai bahan referensi

untuk penyusunan kajian pustaka atau teori – teori dalam penelitian ini

F. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data kuantitatif. Analisis data kuantitatif mempunyai ciri dapat dinilai dengan angka. Untuk mendukung metode analisa data dalam penelitian ini, penulis mengklasifikasikan nilai dari masing-masing jawaban kuesioner responden pada masing-masing variabel, dengan klasifikasi jawaban. Selajutnnya dilakukan analisis dari data-data yang diperoleh

Menurut Sugiyono (2015:142) menyatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti , yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian dengan skala *likert*. Maka variabel yang dapat diukur, dijabarkan menjadi indikator jawaban seperti instrumen yang menggunakan skala likert. Rentang skala (Sugiyono, 2017) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$RS = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Skala}}$$

Keterangan:

RS = Rentang Skala

Skor Tertinggi = 5 (Skor dalam instrument penilaian kuisioner)

Skor Terendah = 1 (Skor dalam instrument penilaian kuisisioner)

Jumlah Skala 5

Adapun interval kelas dalam penelitian ini, dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 5
Kriteria Rata-Rata Jawaban Responden

No	Nilai (Skor)	Kategori
1	4,21 – 5,00	Sangat Setuju
2	3,41 – 4,20	Setuju
3	2,61 – 3,40	Netral
4	1,81 – 2,60	Tidak Setuju
5	1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju

Sumber : Sugiyono (2017: 31)

G. Instrumen Penelitian

Untuk pengujian instrumen yaitu bertujuan untuk mengetahui hasil apakah instrumen yang telah disusun memiliki pengaruh atau tidak memiliki pengaruh dalam suatu uji penelitian. Uji penelitian yang dimaksud adalah metode untuk mengetahui validitas dan reliabilitas data agar dapat diketahui apakah data tersebut layak untuk digunakan atau tidak. Adapun pengumpulan data yang dilakukan pada PT. Guna Elektrik Makmur.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan (indikator) pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut Ghozali (2017:35) Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung, dengan r tabel dengan mencari *degree of freedom* (df) = $N - k$, dalam hal ini N adalah jumlah sampel, dan k adalah

jumlah variabel independen penelitian. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif, maka pertanyaan (indikator) tersebut dikatakan valid (Ghozali, (2017:40)). Dengan menggunakan perangkat lunak SPSS dengan menggunakan Pearson Correlation untuk menghitung korelasi diantara masing-masing pertanyaan dengan total skor yang dapat dicari dengan rumus:

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

Keterangan :

r	= Koefisien validitas yang dicari
n	= Jumlah responden
$\sum X$	= Skor pernyataan
$\sum Y$	= Skor Total
$\sum X^2$	= Jumlah kuadrat nilai X
$\sum Y^2$	= Jumlah kuadrat nilai Y

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas, melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS.26)*. Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka kolom yang dilihat adalah kolom Corrected Item. Total Correlation pada tabel item-total Statistic hasil pengolahan data dengan menggunakan *SPSS.26* tersebut.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang mempunyai indikator dari variabel atau konstruk. Sebuah kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, (Ghozali, 2017:35).

Uji reliabilitas ini dapat digunakan melalui program SPSS, yang akan memberikan fasilitas untuk mengukur nilai reliabilitas dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) > 0,60, Ghozali (2017:35), dengan menggunakan rumus alpha, sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\}$$

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah variabel skor setiap item

S_t = Varians total

k = banyaknya butir pertanyaan

Dasar pengambilan keputusan pada uji tes reabilitas di penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. *Cronbach Alpha* > 0,6 maka pengamatan dinyatakan reliabel.
- b. *Cronbach Alpha* < 0,6 maka pengamatan dinyatakan tidak reliabel

3. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul untuk dijadikan sampel penelitian. Menurut Sugiyono (2019:60) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan pendekatan data dari hasil *mean* dengan penjelasan gambar melalui grafik diagram sebagai pendukung perbandingan data.

Mean biasa diterjemahkan rata-rata atau rerata. Mean dilambangkan dengan tanda \bar{x} yang diberi garis di atasnya (\bar{x}) atau biasa disebut \bar{x} . Pada mean suatu populasi dilambangkan dengan μ , sedangkan untuk sampel dilambangkan \bar{x} . Apabila mempunyai variabel X yaitu $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ sebagai hasil pengamatan atau observasi sebanyak N kali, maka mean populasi Dengan rumus :

$$\mu = \frac{\sum_{i=1}^N X_i}{N}$$

Keterangan :

μ : rata – rata dari himpunan N

X_i : nilai variabel ke i

i dan N menyatakan banyaknya variabel

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah untuk mengukur indikasi ada tidaknya penyimpangan data melalui hasil distribusi, kolerasi, varian indikator-indikator dari variabel. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Multikolinearitas, Normalitas, dan Heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2017:127) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Pengujian ini dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal.

Menurut Ghozali (2016:163) untuk pendekatan grafik jika data menyebar di sekitar garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dan jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau garis histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Screening terhadap normalitas data merupakan langkah awal yang harus dilakukan untuk setiap analisis multivariate, khususnya

jika tujuannya inferensi. Perbedaan antara nilai prediksi dengan skore yang sesungguhnya atau error akan terdistribusi secara simetris di sekitar nilai means sama dengan nol. Jadi salah satu cara mendeteksi normalitas ialah lewat pengamatan nilai residual.

Menurut Tanuwibowo dan Setiawan (2015:64) uji normalitas mempunyai tujuan untuk mengetahui sebaran data pada penelitian berdistribusi normal atau tidak dengan ketentuan nilai signifikansi 0.05 atau 5%. Dengan dasar pengambilan keputusan uji normalitas sebagai berikut :

Jika nilai signifikansi pada Kolmogorov Smirnov yang dihasilkan > 0.05 atau 5% maka data berdistribusi normal.

Jika nilai signifikansi pada Kolmogorov Smirnov yang dihasilkan < 0.05 atau 5% maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang ada ditemukan adanya korelasi antar variabel *independent*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi, yaitu dengan melihat dari nilai *tolerance* dan lawannya yaitu *variance inflation factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas mana yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Dengan pengambilan keputusan jika ada variabel *independent* yang

memiliki nilai *tolerance* > 0,10 atau *VIF* < 10 (Ghozali, 2017:69), dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel *independent* dalam model regresi. Dibawah ini disajikan cara mengetahui multikolinieritas dari besaran *VIF* (*Variance Inflation Factor*) untuk koefisien dari variabel *independent*.

$$\mathbf{VIF} = \mathbf{1/(1-R^2)}$$

Mengukur multikolinieritas juga dapat diketahui berdasarkan besaran TOLERANCE. Menghitung TOL dengan rumus :

$$\mathbf{TOL} = \mathbf{(1-R^2)}$$

Keterangan :

r^2 = Koefisien Determinasi

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka heteroskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedesitas. Model regresi yang baik adalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2017:70).

Perangkat computer dengan program *SPSS 26* yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas dengan cara sebagai berikut :

Jika nilai signifikansi < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas

Jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas

d. Uji Linearitas

Secara umum, uji linearitas berfungsi untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y), dalam beberapa referensi, dinyatakan bahwa uji linearitas merupakan syarat atau asumsi sebelum dilakukannya analisis linear. Pengujian linearitas akan menggunakan perangkat komputer dengan aplikasi *SPSS statistics* 26.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :

- 1.) Membandingkan dengan Nilai Signifikansi (Sig.) dengan 0,05.
 - a) Jika nilai *Deviation from Linearity* Sig. > 0,05, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.
 - b) Jika nilai *Deviation from Linearity* Sig. < 0,05, maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.
- 2) Membandingkan Nilai F hitung dengan F tabel
 - a) Jika nilai F hitung < F tabel, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent*.

- b) Jika nilai F hitung $>$ F tabel, maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent*.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2016:77), analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Penggunaan metode analisis regresi linier berganda pada penelitian ini yaitu antara *segmenting* (X1), *targeting* (X2) dan *positioning* (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Volume Penjualan

β_1 : Koefisien Regresi Harga

β_2 : Koefisien Regresi Promosi

X1 : Variabel Harga

X2 : Variabel Promosi

α : Konstanta

e : Error term

6. Analisis Korelasi

Analisis korelasi adalah perhitungan korelasi untuk mengetahui derajat hubungan variabel (X) dengan variabel (Y). Analisis korelasi

ganda bertujuan untuk mencari besarnya pengaruh atau hubungan antara dua variabel bebas (X) atau lebih secara simultan (bersama-sama) dengan variabel terikat (Y).

Rumus Korelasi berganda sebagai berikut :

$$R_{y.x_1x_2} = \sqrt{\frac{r^2_{yx_1} + r^2_{yx_2} - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

Sumber : Sugiyono (2018:273)

Keterangan :

$R_{yX_1X_2}$ = Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara
Bersama- sama dengan variabel Y

R_{yx_1} = Korelasi *Product Moment* antara X_1 dengan Y

R_{yx_2} = Korelasi *Product Moment* antara X_2 dengan Y

$R_{X_1X_2}$ = Korelasi *Product Moment* antara X_1 dengan X_2

Besarnya koefisien korelasi adalah -1 r 1 :

1. Apabila (-) berarti terdapat hubungan negatif.

2. Apabila (+) berarti terdapat hubungan positif. Interpretasi dari nilai koefisien

korelasi :

1. Jika $r = -1$ atau mendekati -1, maka hubungan antara kedua variabel kuat

dan mempunyai hubungan yang berlawanan (jika X naik maka Y turun atau sebaliknya)

2. Jika $r = +1$ atau mendekati $+1$, maka hubungan yang kuat antara variabel

X dan variabel Y dan hubungannya searah.

Untuk memberikan interpretasi koefisien korelasinya maka penulis menggunakan pedoman sebagai berikut:

Tabel 6
Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	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 (2018:274)

7. Uji Hipotesis

Secara statistik, dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik T. Dengan demikian untuk menilai ketepatan fungsi regresi sampel perlu dilakukan uji hipotesis berupa uji t dan uji F.

a. Uji T

Uji T bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (*segmenting, targeting dan positioning*) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) secara parsial. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini sebagai berikut : a) $H_0 : \beta_1 = 0$, yaitu tidak terdapat pengaruh dari harga terhadap volume penjualan.

b) $H_1 : \beta_1 \neq 0$, yaitu terdapat pengaruh dari harga terhadap volume penjualan. c) $H_0 : \beta_2 = 0$, yaitu tidak terdapat pengaruh dari promosi terhadap volume penjualan.

$H_1 : \beta_2 \neq 0$, yaitu terdapat pengaruh dari promosi terhadap volume penjualan.

Dengan pengambilan keputusan :

1. Dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau signifikan > 0.05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya variable bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable dependen atau tidak bebas.
2. Dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, atau signifikan < 0.05 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya variable bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable dependen atau tidak bebas.

b. Uji F

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent yaitu harga (X_1) dan promosi (X_2) secara bersama-sama terhadap variabel independent (Y) yaitu volume penjualan. Hasil penelitian memiliki hipotesis sebagai berikut :

a) $H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$, yaitu tidak ada pengaruh harga dan promosi secara bersama- sama terhadap volume penjualan.

- b) $H_1 : \beta_1 \beta_2 \neq 0$, yaitu ada pengaruh harga dan promosi secara bersama-sama terhadap volume penjualan.

Dengan kriteria pengujian :

1. Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak dan apabila $F_{tabel} < F_{hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi. Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$; maka H_0 diterima dan H_1 ditolak Apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$; maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

8. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi berguna untuk mengukur kemampuan – kemampuan variable bebas dalam menerangkan variable tidak bebas Oktrima, B (2018:7) Uji koefisien determinasi digunakan untuk memprediksi dan melihat sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas atau variabel independent (X) secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat atau variabel dependent (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu. Nilai r^2 (R Square) yang semakin kecil menandakan bahwa pengaruh variabel-variabel independent (X) terhadap variabel dependent semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai r^2 (R Square) semakin mendekati angka 1, maka pengaruh tersebut semakin kuat. Koefisien determinasi dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$KD = r^2 (100\%)$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi