

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 JENIS PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:15) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada positivisme yang bertujuan untuk menggambarkan serta menguji hipotesis yang telah dibuat peneliti. Dalam penelitian kuantitatif data penelitian berupa angka-angka mulai dari pengumpulan, pengolahan, hingga hasil yang didominasi dengan angka. Jenis penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif Asosiatif-kausal dimana terdapat pengaruh atau hubungan sebab akibat antara variable Independen (sebagai sebab) dan variable Dependen (sebagai akibat). Menurut Sugiyono (2018:92) hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi).

Penelitian kausal yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variable bebas, yaitu Promosi (X1), Harga (X2), dan Kualitas Informasi (X3) secara signifikan dengan variable Y (variabel terikat) yaitu Keputusan Pembelian Online (Y).

3.2 POPULASI DAN SAMPEL

3.2.1 Populasi

Populasi adalah sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono 2018:130). (Sugiyono, 2018)

Berdasarkan pengertian populasi diatas, maka yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen masker organik, jumlah populasi ini adalah populasi infinit yaitu tidak terhingga atau diketahui dengan pasti.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu. Menurut Sugiyono (2018:131) sampel adalah

bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2018)
Dalam penelitian ini jumlah populasi belum diketahui secara pasti.

Mengingat dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui secara pasti karena jumlahnya terlalu besar serta dengan jumlah minat beli yang berubah-ubah dan jumlah sampel yang akan digunakan belum diketahui jumlahnya, maka peneliti memilih menggunakan rumus Lemeshow sebagai berikut : (Lemeshow S, Hosmer DW, Klar J, n.d.)

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96%

p = Maksimal Estimasi = 0,5

d = alpha (0,1) atau sampling error = 10%

Melalui rumus tersebut, maka jumlah sampel yang diambil adalah :

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

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

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Dari perhitungan tersebut, maka diperoleh hasil sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden.

Metode pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah teknik Nonprobability sampling-Purposive sampling. Nonprobability sampling adalah Teknik pengambilan

sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2018:136). Sedangkan Purposive sampling menurut Sugiyono (2018:138) adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti tidak mengambil semua individu yang ada di populasi peneliti, melainkan hanya mengambil sebagian dari populasi yang telah ditetapkan atau disebut sampel. Karena populasi dalam penelitian ini sangat banyak, maka akan diambil beberapa sampel untuk mewakili populasi. Adapun pertimbangan yang digunakan dalam menentukan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Sampel pernah melakukan pembelian secara online masker organik Queenzy.
- 2) Sampel sedang menggunakan produk masker organik Queenzy.
- 3) Sampel berjenis kelamin laki-laki dan perempuan.
- 4) Sampel berusia lebih dari 15 tahun.

3.3 OBYEK DAN SUMBER DATA PENELITIAN

3.3.1 Jenis Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung peneliti dari sumber asli/obyek penelitiannya dan tidak melalui perantara. Menurut Sugiyono (2018:456) Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat obyek penelitian dilakukan. Data primer dalam penelitian ini diambil dari jawaban atas kuesioner yang dibagikan kepada responden.

3.3.2 Sumber Data

Data primer dalam penelitian ini diambil dari jawaban atas kuesioner yang dibagikan kepada responden yaitu konsumen masker organik Queenzy.

3.4 VARIABEL PENELITIAN

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada dua variabel yaitu variabel bebas (Independent Variable) dan variabel terikat (Dependent Variable).

3.4.1 Variabel Bebas (Independent Variable)

Variabel Bebas (X) dalam penelitian ini merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel terikat (Y). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Promosi (X1)
- 2) Harga (X2)
- 3) Kualitas Informasi (X3)

3.4.2 Variabel Terikat (Dependent Variable)

Variabel terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi dan menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah :

- 1) Keputusan Pembelian Online (Y)

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item	Skala Pengukuran
Promosi (X1)	Promosi merupakan aktivitas terpenting yang berfungsi aktif dalam memperkenalkan, memberitahukan serta mengingatkan kembali manfaat sesuatu produk agar mendorong konsumen untuk membeli produk yang dipromosikan tersebut.	a. Iklan b. Penjualan pribadi c. Promosi d. Publisitas	a. Saya membeli produk masker organik Queenzy karena iklan melalui Instagram yang ditampilkan unik dan menarik baik dari gaya, tampilan, pemilihan warna maupun cara penyampaiannya. b. Penjual melakukan penawaran produk langsung kepada saya dengan chat melalui	Skala 1-5

	<p>Menurut Gitosudarmo dalam Sunyoto (2014) "Promosi merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat dikenal akan produk produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut".</p>		<p>Instagram membuat saya tertarik membeli produk masker organik Queenzy.</p> <p>c. Seringnya Queenzy mengadakan promosi membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian pada produk masker organik Queenzy.</p> <p>d. Frekuensi publisitas iklan yang dilakukan begitu sering atau intens oleh Queenzy sehingga iklan sering saya jumpai diberanda membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian pada produk masker organik Queenzy.</p>	
<p>Harga (X2)</p>	<p>Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada suatu produk. (Hidayat, 2020) Harga merupakan alat tukar dalam transaksi. Dalam suatu penjualan, setiap produk yang</p>	<p>a. Keterjangkauan harga</p> <p>b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</p> <p>c. Daya saing harga</p> <p>d. Kesesuaian harga dengan manfaat</p>	<p>a.Saya membeli produk masker organik Queenzy karena harga yang ditawarkan terjangkau oleh semua kalangan.</p> <p>b.Saya membeli produk masker organik Queenzy karena harga</p>	<p>Skala 1-5</p>

	<p>dijual pasti memiliki harga yang dicantumkan.(Tulangow et al., 2019) Menurut (Basu Swastha, 2010:147) Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk memperoleh sejumlah kombinasi dan barang beserta pelayanannya. (B. Swastha, 2010)</p>		<p>produk yang sesuai dengan kualitas produk.</p> <p>c.Saya membeli produk masker organik Queenzy karena penawaran harga yang menarik dan harga mampu bersaing dengan produk sejenis lainnya.</p> <p>d.Saya membeli produk masker organik Queenzy karena harga sesuai dengan manfaat dan dampak yang ditimbulkan produk.</p>	
<p>Kualitas Informasi (X3)</p>	<p>Kualitas informasi merupakan suatu ukuran tentang seberapa jelas informasi tersebut dimuat atau disampaikan dengan artian kualitas informasi yang baik seharusnya memberikan informasi yang lengkap atau detail mengenai suatu hal. Kualitas informasi dapat membantu konsumen untuk membandingkan produk yang akan mereka beli,</p>	<p>a. Akurat b. Tepat waktu c. Kelengkapan d. Kesesuaian</p>	<p>a.Saya membeli produk masker organik Queenzy karena informasi yang disampaikan akurat mengenai keamanan produk yang sudah memiliki izin BPOM.</p> <p>b.Saya membeli produk masker organik Queenzy karena informasi yang disampaikan tepat waktu dan up to date.</p> <p>c.Saya membeli produk masker organik</p>	<p>Skala 1-5</p>

	<p>selain itu semakin luas dan tinggi kualitas informasi yang tersedia pada toko online, dapat berdampak terhadap keputusan pembelian yang lebih baik dan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi (Peterson et al., 1997, dalam Park dan Kim, 2003). (Park dan Kim, 2003)</p>		<p>Queenzy karena informasi yang disampaikan lengkap dan mudah dimengerti.</p> <p>d. Saya membeli produk masker organik Queenzy karena informasi yang disampaikan relevan dan sesuai dengan kualitas maupun kegunaan produk masker organik.</p>	
<p>Keputusan Pembelian Online (Y)</p>	<p>Menurut Kotler dan Amstrong (2008), “keputusan pembelian (purchase decision) konsumen adalah keputusan pembelian tentang merek yang paling disukai. Dalam menentukan keputusan pembelian, konsumen akan dihadapkan pada berbagai alternatif pilihan. Devaraj dkk (2003) mendefinisikan Online Purchase Decision (keputusan pembelian online)</p>	<p>a. Kemantapan pada produk</p> <p>b. Kebiasaan</p> <p>c. Merekomendasikan</p> <p>d. Pembelian ulang</p>	<p>a. Saya merasa mantap untuk membeli produk masker organik di Queenzy karena keandalan pada produk dan bahan yang digunakan sangat sesuai serta memberi manfaat.</p> <p>b. Keterbiasaan saya memakai masker organik membuat saya tertarik untuk membeli produk masker organik Queenzy.</p> <p>c. Saya merekomendasikan produk masker organik</p>	<p>Skala 1-5</p>

	sebagai proses pembelian yang dilakukan konsumen melalui proses alternatif dengan menggunakan media internet yang memiliki nilai manfaat lebih tinggi. (Devaraj, Sarv, Ming Fan, and Rajiv Kohli, 2003)		Queenzy kepada orang lain/teman saya. d. Saya berminat untuk melakukan pembelian ulang produk masker organik di Queenzy.	
--	---	--	---	--

“Informasi yang disajikan pada online shop sebaiknya mencakup informasi berkaitan dengan produk dan jasa yang ada pada online shop. Informasi tersebut sebaiknya berguna dan relevan dalam memprediksi kualitas dan kegunaan produk atau jasa”. (Gondodiyoto, 2003) Informasi mengenai produk dan jasa juga harus up-to-date untuk memenuhi kebutuhan konsumen atau pembeli online. Karena hal tersebut dapat membantu konsumen dalam membuat keputusan. Informasi produk pada online shopping mencakup informasi atribut suatu produk, rekomendasi dari para konsumen, laporan evaluasi, keamanan produk yang sudah memiliki salah satu maupun keduanya yaitu izin dari Halal MUI atau BPOM dll. Informasi atribut produk adalah informasi tentang spesifikasi produk, yaitu dimensi ukuran, dimensi warna, dimensi bahan, dimensi teknologi, dan harga dasar suatu produk.

3.5 METODE PENGUMPULAN DATA

Dalam penelitian ini pengumpulan data langsung diperoleh dari sumber data pertama. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2018:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Penyebaran kuesioner online dilakukan dengan menggunakan google form yang disebarakan melalui grup- grup distributor dan reseller Queenzy melalui Whatsapp Messenger dan dibagikan melalui link di bio instagram Queenzy. Dimana teknik ini merupakan media pengumpulan data yang sangat fleksibel dan relatif mudah digunakan. (Rizkiya, 2019) Sedangkan jenis kuesionernya adalah kuesioner tertutup untuk memberikan kemudahan

kepada responden dalam memberikan jawaban dan menghemat keterbatasan waktu penelitian dengan menggunakan skala Likert untuk mengukur setuju atau tidaknya seseorang terhadap suatu objek dalam penelitian. (Iii, 2018)

Sedangkan jenis kuesionernya adalah kuesioner tertutup dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Skala Likert sering dipakai dalam bidang ekonomi. Format Skala Likert adalah sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS) (Kosanke, 2019)

3.6 METODE ANALISIS

3.6.1 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat uji suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Uji validitas menurut Sugiyono (2018:267) merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subyek penelitian. (Sugiyono, 2018) Butir-butir pertanyaan dalam kuesioner merupakan instrument (alat) ukur yang harus mengukur apa yang menjadi tujuan penelitian sehingga tiap butir pertanyaan dalam kuesioner harus diukur validitasnya agar benar-benar valid dan mampu mengukur apa yang diinginkan oleh penulis. (Bahri, 2018) Metode yang digunakan yaitu dengan mengkorelasikan skor yang diperoleh dari setiap item dengan skor total setiap atribut. Teknik korelasi yang digunakan yaitu pearson product moment correlation :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r : koefisien korelasi antara item (x) dengan skor total (y)

N : jumlah sampel (responden)

X : skor butir yang diperoleh dari seluruh item

Y : jumlah skor butir yang diperoleh dari seluruh item

ΣYX : jumlah perkalian X dan Y

ΣX^2 : jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

ΣY^2 : jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Kriteria dalam penilaian uji validitas atas kuesioner pada penelitian ini adalah:

- a) Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ table}$ (pada taraf signifikan 5%), maka dapat dinyatakan item kuesioner tersebut valid.
- b) Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ table}$ (pada taraf signifikan 5%), maka dapat dinyatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

Dalam penelitian ini $r \text{ table}$ didapat dari taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) menggunakan rumus berikut :

$$df = n - 2$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

2 = two tail test

3.6.1.2. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan Sugiyono (2018:268). Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang menggunakan kuesioner. Dengan tujuan untuk menilai apakah pengukuran yang digunakan tetap konsisten jika pengukuran ulang dilakukan kembali dari waktu ke waktu. (Hendra, 2019) Data yang tidak reabilitas, tidak dapat diproses lebih lanjut karena akan menghasilkan

kesimpulan yang bias. Penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha sebagai berikut :

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right]$$

Keterangan :

r = Koefisien reability instrument Croncbach Alpa

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = Total varian butir pertanyaan

σ^2 = Total varian

Kriteria dalam penilaian uji validitas atas kuesioner pada penelitian ini adalah:

- a) Jika cronbach alpha ≥ 0.60 maka pernyataan dalam kuesioner reliable
- b) Jika cronbach alpha < 0.60 maka pernyataan dalam kuesioner tidak reliable (Minarti, 2020)

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang diperoleh memiliki konsistensi, ketepatan dalam estimasi, dan tidak bias. (Saputro, 2020) Uji asumsi klasik untuk menentukan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis least square (LS). (DARMANATA, 2022) Sebelum dilakukan pengujian analisis regresi linier berganda maka perlu dilakukan suatu penguji asumsi klasik terlebih dahulu atas data yang akan digunakan sebagai berikut :

3.6.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi, varibel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. (Pasa et al., 2020) Uji normalitas dapat diketahui dengan melakukan Uji Kolmogorov Smirnov. Apabila nilai probabilitas $>0,05$ maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal,

begitupula sebaliknya. (LENGGANG KURNIA INTAN DEVI, 2019) Menurut Ghozali (2013;163) dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika garis data menyebar menjauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. (Diansyah, 2016)

3.6.2.2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah regresi terdapat kolerasi antar variabel bebas (independent) (Ghozali, 2013). Untuk menciptakan sebuah model regresi, antar variabel independen tidak boleh terdapat multikolinieritas karena multikolinieritas dapat menimbulkan bias dalam hasil penelitian terutama dalam proses pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antar variabel independen. Jika terdapat korelasi antar variabel independen, maka terjadi multikolinieritas atau tidak orthogonal. Dan nilai korelasi antar variabel bebas sama dengan nol. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat ditinjau dari :

- 1) Nilai R² yang dihasilkan dalam suatu model regresi sangat tinggi atau variabel- variabel independen banyak menunjukkan hubungan tidak signifikan dengan variabel dependen.
- 2) Menganalisis matrik korelasi antar variabel independen. Jika antar variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi (di atas 0.95) maka mengindikasikan adanya multikolinieritas.
- 3) Melihat nilai tolerance dan variance inflation faktor (VIF).

Menurut Ghozali (2011) Nilai yang umumnya digunakan untuk :

- a) Apabila nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 maka data tersebut dinyatakan multikolinieritas.
- b) Apabila nilai tolerance $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF < 10 maka data tersebut bebas dari multikolonieritas.

3.6.2.3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika residu memiliki varian yang hasilnya tetap sama maka disebut homoskedastisitas dan jika varians tidak sama disebut dengan heteroskedastisitas (Sugiyono, 2018:93).

(Sugiyono, 2018) Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji dan mengetahui apakah ada ketidaksamaan varian residu pada data dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam model regresi. (Surur, 2021) Cara yang dapat digunakan untuk melihat adanya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan Uji Glejser dengan nilai probabilitas $> 0,05$. Uji ini mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen.

(LENGGANG KURNIA INTAN DEVI, 2019) Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya konstan atau sama maka disebut homokedastisitas, jika berbeda maka disebut hereskedastisitas. (Malonda & Stephen, 2020) Keputusan didasarkan pada standar pengujian berikut :

- a) Jika nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) $>$ dari nilai 0,05 maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai signifikansi atau sig. (2-tailed) $<$ dari nilai 0,05 maka dapat dikatakan bahwa terdapat masalah heteroskedastisitas. (Diansyah, 2016)

3.6.3 Uji Pengaruh

3.6.3.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah bagian dari statistika yang mempelajari alat, teknik, atau prosedur yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan kumpulan data atau hasil pengamatan yang telah dilakukan. Analisis deskriptif menurut Sugiyono (2018:208) adalah 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. Analisis deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran (deskripsi) tentang ciri atau karakteristik variabel-variabel penelitian seperti rata-rata (mean), jumlah (sum) simpangan baku (standard deviation), varians (variance), rentang (range), nilai minimum dan sebagainya agar data yang tersaji menjadi gambaran (deskripsi) mengenai suatu data yang tersaji menjadi mudah

difahami dan informatif bagi pembacanya. (Saputro, 2020) Statistik deskriptif dalam penelitian ini digambarkan oleh demografi responden.

3.6.3.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh tiga variabel atau lebih, yang terdiri dari satu variabel dependen (Y) dan dua atau lebih variabel independen (X). Selain itu juga untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, terlepas apakah masing-masing variabel independen memiliki hubungan positif atau negatif. Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari variabel Promosi (X1), Harga (X2) Dan Kualitas Informasi (X3) Keputusan Pembelian (Y) dengan persamaan sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Variabel terikat

a = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien regresi

e = Error

Y = Keputusan Pembelian online

a = Konstanta

β_1 = Koefisien variabel Promosi

β_2 = Koefisien variabel Harga

β_3 = Koefisien variabel kualitas Informasi

X₁ = Promosi

X₂ = Harga

X₃ = Kualitas Informasi

e = Error

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial (individual) dari variable independen (X1,X2,X3) terhadap variable dependen (Y) dengan memperhatikan tingkat signifikansi yaitu 0,05. Dengan asumsi variable lainnya adalah konstan. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung.

Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5% (0,05) dengan pengujian dua arah (2-tailed) dengan menggunakan rumus berikut : (Diansyah, 2016)

$$t \text{ tabel} = t (\alpha / 2 : n - k - 1)$$

Keterangan :

a = taraf signifikan

n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel Independen

Kriteria dalam penilaian uji parsial (uji t) pada penelitian ini adalah:

- a) Jika $t \text{ tabel} > t \text{ hitung}$ {nilai signifikan $> \alpha$ (0,05)} maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang signifikan.
- b) Jika $t \text{ tabel} < t \text{ hitung}$ {nilai signifikan $< \alpha$ (0,05)} maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya secara parsial terdapat pengaruh variabel independen terhadap dependen yang signifikan.

3.6.4.2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Menurut Santosa dan Ashari (2005:125) Koefisien Determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain.

Analisis Koefisien determinasi (R Square atau R kuadrat) atau disimbolkan dengan R^2 yang bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan kata lain nilai koefisien determinan atau R Square berguna untuk memprediksi dan mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (Bersama-sama terhadap variabel Y).

- a) Nilai R^2 sama dengan 0 (nol) maka perubahan variabel independen yang digunakan dalam model tidak dapat menjelaskan perubahan variabel dependen sedikit pun.
- b) Jika nilai R^2 sama dengan 1 maka perubahan variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% perubahan variabel independen.