

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Rancangan penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, dengan metode ekplanasi (*ekplanatory research*). Explanatory research merupakan penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungannya antara satu variabel dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2015)

Metode yang digunakan adalah pengumpulan data dengan cara kuesioner. Skala pengukuran menggunakan skala *Likert*. Responden akan diminta untuk memberikan penilaian terhadap setiap item, setelah kuesioner tersebar akan diambil kembali untuk diuji dengan beberapa teknis analisis yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS.

#### **3.2 Subjek Dan Objek Penelitian**

##### **1 Subjek Penelitian**

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah konsumen yang membeli produk minuman pos kopi zio.

##### **2 Objek Penelitian**

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah konsumen dengan minimal 1 kali pembelian produk minuman di pos kopi zio yang merasakan pengaruh promosi penjualan dan kualitas produk untuk melakukan keputusan pembelian produk di pos kopi zio jombang.

### **3.3 Definisi Operasional**

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independent yaitu promosi penjualan (X1) dan kualitas produk (X2) serta satu variabel dependent yaitu Keputusan Pembelian (Y). definisi operasional dari ketiga variabel dapat dijabarkan sebagai berikut :

#### **1 Keputusan Pembelian**

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh (Leon G. Schiffman, Leslie Lazar Kanuk, 2012). Sebuah proses dimana seseorang melakukan suatu tindakan dari dua alternatif atau lebih yang akan mendorong seseorang untuk melakukan keputusan pembelian pada produk pos kopi zio. Adapun indikator untuk mengukur keputusan pembelian yaitu :

- 1 Pengenalan masalah, persepsi konsumen tentang kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi.
- 2 Pencarian informasi, konsumen mencari informasi tentang produk yang dibutuhkan.
- 3 *Evaluasi alternatif*, konsumen memproses informasi merek kompetitif dan melakukan penilaian nilai akhir.
- 4 Keputusan pembelian, konsumen memilih untuk membeli produk di pos kopi zio.

#### **2 Promosi Penjualan**

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh (Kotler & Keller, 2009). Promosi penjualan adalah promosi yang dilakukan oleh pos kopi zio melalui sosial media atau secara langsung dan mencakup alat – alat promosi penjualan yang dapat

diterima oleh konsumen dengan baik sehingga mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Menurut (Kotler & Armstrong, 2016) indikator yang mengukur promosi penjualan yaitu :

1. Kupon (*coupons*) : pos kopi zio memberikan kupon berupa potongan harga pada konsumen saat event tertentu.
2. Kemasan harga (*price packs*) : pos kopi zio melakukan potongan harga sebesar 30% saat konsumen melakukan keputusan pembelian.
3. Premi (*premium*) : pos kopi zio melakukan promosi penjualan berupa membeli produk tertentu mendapatkan gratis produk baru.
4. Stiker dagang (*trading stamps*) : Pembelian pada distro gans store akan mendapatkan kupon yang dapat ditukar di pos kopi.

### **3. Kualitas Produk**

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh (Ansori & Ansori, 2020). Sekumpulan ciri dan karakteristik dari produk pos kopi zio yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut (Liliani, 2020) indikator yang mengukur kualitas produk yaitu :

#### *1 Appealing presentation*

Appealing presentation adalah produk pos kopi zio memiliki tampilan yang menarik saat disajikan kepada konsumen.

#### *2 Menu Variety*

Menu variety adalah produk pos kopi zio memiliki banyak varian menu yang menjadi salah satu faktor pendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

### 3 *Healthiness*

Healthiness adalah produk pos kopi zio menggunakan bahan baku yang sehat dan proses penyeduhan sangat higienis sesuai dengan prosedur.

### 4 *Tastiness*

Tastiness adalah cita rasa yang dimiliki produk pos kopi zio sesuai dengan harapan konsumen.

### 5 *Freshness*

Freshness adalah produk pos kopi zio selalu disajikan secara langsung saat konsumen membeli sehingga tetap *fresh*.

### 6 *Temperature*

Temperature atau suhu adalah produk pos kopi zio disajikan dalam keadaan hangat atau dingin sesuai dengan permintaan konsumen.

Tabel 3.1  
Kisi-Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Kisi – kisi instrumen
Promosi Penjualan (X1)	1. Kupon	1. Pos kopi zio memberikan kupon saat event tertentu.
	2. Kemasan harga	2. Adanya diskon yang menarik yang diberikan pos kopi zio.
	3. Premi	3. Saya mengetahui bahwa pos kopi zio melakukan promosi penjualan berupa membeli produk tertentu mendapatkan gratis produk baru.
	4. Stiker dagang	4. Saya membeli baju pada distro gans store akan mendapatkan kupon yang

		dapat ditukar di pos kopi zio.
Kualitas Produk (X2)	5. <i>Appealing presentation</i>	5. Produk pos kopi zio memiliki tampilan yang menarik saat disajikan kepada konsumen.
	6. <i>Menu variety</i>	6. Produk pos kopi zio memiliki banyak varian menu.
	7. <i>Healthiness</i>	7. Proses penyeduhan sangat higienis sesuai dengan prosedur.
	8. <i>Tastiness</i>	8. Cita rasa yang dimiliki produk pos kopi zio sesuai dengan harapan konsumen.
	9. <i>Freshness</i>	9. Produk pos kopi zio selalu disajikan secara langsung saat konsumen membeli sehingga tetap <i>fresh</i> .
	10. <i>Temperature</i>	10. Produk pos kopi zio disajikan dalam keadaan hangat atau dingin sesuai dengan permintaan konsumen.
Keputusan Pembelian (Y)	11. Pengenalan masalah	11. Konsumen merasakan produk minuman di pos kopi zio sesuai dengan kebutuhan.
	12. Pencarian informasi	12. Pencarian informasi di beberapa <i>café shop</i> yang berbeda.
	13. <i>Evaluasi alternatif</i>	13. evaluasi konsumen pada beberapa <i>café shop</i> yang berbeda.

	14. Keputusan pembelian	14. Konsumen memutuskan untuk membeli produk di pos kopi zio
--	-------------------------	--

### 3.4 Skala Pengukuran

Pengisian angket dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert menurut adalah “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial” (Sugiyono, 2016). Untuk jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan tidak mendukung pernyataan. Skor atas pilihan jawaban untuk angket yang diajukan untuk pernyataan adalah sebagai berikut :

- Untuk jawaban Sangat Setuju (SS) = 5
- Untuk jawaban Setuju (S) = 4
- Untuk jawaban Netral (N) = 3
- Untuk jawaban Tidak Setuju (TS) = 2
- Untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (TSP) = 1

### 3.5 Penentuan Populasi, Sampel Tehnik Sampling

#### 1 Populasi

Populasi adalah 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,

2013). Maka populasi data penelitian ini adalah semua konsumen pos kopi zio jombang.

## 2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen pos kopi zio jombang. Pengambilan responden dilakukan dengan teknik *non probability sampling*, yang dimana populasi dipenelitian ini tidak diketahui jumlahnya. Menurut (Sugiyono, 2014), rumus dalam menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel yang diperlukan

z : harga dalam kurva normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p : peluang benar 50% = 0,5

q : peluang salah 50% = 0,5

e : tingkat Kesalahan penarikan sampel (sampling error), 10% = 0,1

Maka perhitungan dalam menentukan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

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

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

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel sebesar 96,04 yang dibulatkan menjadi 96 orang. Namun dalam penelitian ini peneliti menggunakan responden sejumlah 100 orang dengan tujuan apabila kesalahan atau kerusakan data dapat diganti dengan data lain.

### 3 Teknik Sampling

Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel adalah dengan cara *convenience sampling (non probability sampling)* dimana sampel yang diambil adalah konsumen yang melakukan pembelian di pos kopi zio jombang.

## 3.6 Jenis Data, Sumber Data Dan Metode Pengumpulan Data

### 3.6.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data interval berupa hasil jawaban responden terhadap pernyataan dalam angket atau kuesioner dan data nominal yang berisi tentang karakteristik responden yang mencakup nama responden, jenis kelamin dan pekerjaan responden yang bersumber dari data primer



dan melalui data sekunder berupa studi kepustakaan melalui buku, jurnal, artikel dan internet.

### 3.6.2 Sumber Data

#### 1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber datanya yang diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Sugiyono, 2013).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari hasil penyebaran angket / kuesioner kepada konsumen pos kopi zio jombang.

#### 2 Data sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh secara tidak langsung. Berupa pengumpulan data yang didapat dari penelitian terdahulu, referensi dan studi kepustakaan, adapun data pendukung adalah dokumentasi dari obyek penelitian yaitu, sejarah perusahaan.

### 3.6.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian yang dilakukan maka akan ada proses pengumpulan data. Dan dalam penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu :

#### 1 Angket (Kuisisioner)

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2013). Kuesioner dibuat dengan menggunakan pertanyaan terbuka, yaitu dari pertanyaan-pertanyaan untuk menjelaskan identitas responden. Dan pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang meminta responden

untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia dari setiap pertanyaan. Dalam hal ini teknik pengumpulan informasi dan datanya dilakukan pada konsumen pos kopi zio jombang dapat disampaikan langsung oleh peneliti dan faksimile menggunakan teknologi computer.

## 2 Dokumentasi

Mengumpulkan data dengan cara melihat catatan-catatan dan dokumen-dokumen yang ada diperusahaan.

### **3.7 Uji Instrumen**

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah pernyataan pada kuisoner menunjukkan valid atau tidaknya. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang diteliti sesungguhnya pada obyek penelitian. Kuisoner yang dapat dikatakan valid apabila kuisoner tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2016).

Untuk menguji validitas pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik korelasi items total atau disebut juga *corrected item total correlation*. Untuk menguji validitas ketentuan yang harus dipenuhi dalam kriteria sebagai berikut (Sugiyono, 2016) :

- a. Jika  $r \geq 0,30$  maka item-item pernyataan dari angket dinyatakan valid
- b. Jika  $r \leq 0,30$  maka item-item pernyataan dari angket dinyatakan tidak valid.

**Tabel 3.2**  
**Hasil pengujian validitas**

No item	Variabel	R hitung	R kritis	Keterangan
1	Promosi Penjualan (X1)	0,615	0,3	Valid
2		0,677	0,3	Valid
3		0,645	0,3	Valid
4		0,717	0,3	Valid
5	Kualitas Produk (X2)	0,561	0,3	Valid
6		0,776	0,3	Valid
7		0,879	0,3	Valid
8		0,699	0,3	Valid
9		0,820	0,3	Valid
10		0,768	0,3	Valid
11	Keputusan Pembelian (Y)	0,825	0,3	Valid
12		0,837	0,3	Valid
13		0,860	0,3	Valid
14		0,629	0,3	Valid

Sumber : data primer yang diolah, 2021

Tabel 3.2 terlihat bahwa korelasi antara masing – masing item terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa

$r$  hitung  $> 0,3$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang dinyatakan valid.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel. Menurut (Sugiyono, 2013) reliabilitas adalah instrumen yang digunakan bila beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama dan akan menghasilkan data yang sama dalam waktu yang berbeda. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* dengan rentang skor 1-5, sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{n}{n-1} \left[ \frac{\sum_{i=1}^L S^2}{St^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$  : Reliabilitas Instrumen

$n$  : Banyak butir soal atau pernyataan

$Si^2$  : Jumlah varian butir

$St^2$  : Jumlah skor total

Dalam uji reliabilitas standart penentuan koefisien *Cronbach Alpha* yaitu jika koefisien *Cronbach Alpha*  $\geq 0,60$  maka kuisisioner dinyatakan reliabel begitupun sebaliknya jika koefisien *Cronbach Alpha*  $\leq 0,60$  maka kuisisioner dinyatakan tidak reliabel.

**Tabel 3.3**  
**Hasil uji reabilitas**

No	Variabel	Nilai Crinbach Alpa	R-Kritis	Keterangan
1	Promosi Penjualan (X1)	0,841	0,6	Reliabel
2	Kualitas Produk (X2)	0,836	0,6	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,797	0,6	Reliabel

Sumber : data primer diolah, 2021

Table menunjukkan bahwa hasil pengujian reabilitas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai  $\geq 0,6$  sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel reliable dan layak untuk dijadikan sebagai alat ukur penelitian.

### 3.8 Metode Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Sugiyono, 2016) analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi. Pendeskripsian dapat diukur menggunakan *Skala Likert* yang dibuat dalam bentuk pilihan ganda atau checklist. Dalam metode ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rentang skor} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

$$RS = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Sehingga interpretasi skor seperti berikut :

**Tabel 3. 1**  
**Interpretasi Skor**

No	Interval	Keterangan
1	1,0 – 1,8	Sangat Rendah
2	>1,8 – 2,6	Rendah
3	>2,6 – 3,4	Sedang
4	>3,4 – 4,2	Tinggi
5	>4,2 – 5,0	Sangat Tinggi

*Sumber : (Sugiyono,2016)*

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan, benar – benar bebar dari adanya gejala heterokedasitas, gejala multikolinearitas, gejala autokorelasi dan gejala normalitas.

#### 3.8.2.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2012). ada dua cara untuk mendeteksi data berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan cara analisis grafik dan uji statistik.

##### 1) Analisis Grafik

Salah satu cara untuk menguji normalitas yaitu dengan

analisis grafik histogram dan *Normal P-Plot*. Namun analisis grafik memiliki kelemahan yaitu hasilnya tidak dapat dipastikan kebenarannya terutama apabila jumlah sampel dalam penelitian kecil. Untuk histogram, apabila grafik histogram menggambarkan pola distribusi yang tidak menceng ke kanan dan ke kiri, tetapi tepat ditengah seperti bentuk lonceng maka hasil tersebut menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal. Untuk *Normal P-Plot*, normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data atau titik-titik pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar dalam melihat hasil uji normalitas adalah sebagai berikut :

- 1) Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas .

## 2) Uji Statistik

Selain melakukan uji normalitas dengan analisis grafik, disarankan juga untuk menguji dengan uji statistik. Salah satu uji statistik yang dapat digunakan yaitu uji Kolmogrov

Smirnov (K-S). Dasar pengambilan keputusan berdasarkan pada taraf signifikan hasil perhitungan dengan ketentuan sebagai berikut :

- a. nilai signifikan  $> 0,05$  maka disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian adalah normal
- b. nilai signifikan  $< 0,05$  maka disimpulkan bahwa distribusi residual data penelitian tidak normal

#### 3.8.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji adanya hubungan linier yang sempurna antara beberapa dan semua variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dalam regresi dilakukan dengan menganalisis nilai *Tolerance* dan *Variance Influence Factor* (VIF) sebagai berikut :

- a. jika nilai VIF  $> 10$  dan tolerance  $< 0,1$  maka dapat dikatakan bahwa persamaan regresi terdapat masalah multikolinieritas.
- b. jika nilai VIF  $< 10$  dan tolerance  $> 0,1$  maka dapat dikatakan bahwa persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas (Ghozali, 2012).

#### 3.8.2.3 Uji Heterokedasitas

Uji Heterokedasitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2012). Uji heterokedasitas dilakukan dengan menganalisis penyebaran titik yang terdapat pada



*Scatterplot* yang dihasilkan dengan menggunakan program software SPSS sebagai dasar pengambilan keputusan dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika sebaran titik-titik membentuk suatu pola tertentu dan sebarannya berada diatas dan dibawah titik nol sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa terjadi heterokedasitas dalam model regresi.
- b. Jika sebaran titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu dan sebenarnya berada diatas atau dibawah titik nol sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedasitas dalam model regresi (Ghozali, 2012).

#### 3.8.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bermaksud memeriksa apakah pada contoh regresi linier sedia hubungan sela kekeliruan pengacau dalam periode  $t$  memperuntukkan kekeliruan pengacau dalam periode  $t-1$  (sebelumnya). apabila terjadi asosiasi, maka dinamakan terdapat masalah autokorelasi (Ghozali, 2016)

Menurut (Ghozali, 2016) teknik untuk menguji autokorelasi bisa dicermati berdasarkan uji Durbin Waston (DW test) yg semata-mata dipakai demi autokorelasi taraf satu & mensyaratkan adanya intercept (konstanta) pada contoh regresi & tidak terdapat variable lagi pada antara variable independen buat memilih autokorelasi bisa dicermati dalam tabel Durbin Watson menjadi berikut:

**Tabel 3. 2**  
**Pengambilan Keputusan Adanya Korelasi**



Sumber : (Ghozali, 2016)

Berikut ini tabel bisa diuraikan secara terperinci, lebih jelas sebagai berikut :

1. apabila nilai Durbin-Watson yg didapat berdasarkan output pengujian merupakan  $0 < d < d_1$ , maka terjadi perkara autokorelasi yg positif & memerlukan pembaruan.
2. apabila nilai Durbin-Watson yg didapat berdasarkan output pengujian merupakan  $d_1 \leq d \leq d_u$ , maka terdapat masalah autokorelasi positif namun lemah & adanya pembaruan lebih baik.
3. apabila nilai Durbin-Watson yg didapat berdasarkan output pengujian merupakan  $4-d_1 < d < 4$ , maka terjadi masalah hubungan yg berfokus & memerlukan pembaruan.
4. apabila nilai Durbin-Watson yg didapat berdasarkan output pengujian merupakan  $4-d_u \leq d \leq 4-d_1$ , maka terjadi masalah autokorelasi lemah & adanya pembaruan lebih baik.
5. apabila nilai Durbin-Watson yg didapat berdasarkan output pengujian merupakan  $d_u < d < 4-d_u$ , maka tidak terjadi masalah autokorelasi.

### 3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui adakah pengaruh atau hubungan antara variabel bebas (Independen) terhadap variabel terikat (Dependen), yaitu promosi penjualan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) menurut (Sugiyono, 2013). Jadi analisis regresi linier berganda akan dilakukan jika dalam suatu penelitian jumlah variabel independennya minimal 2 (Sugiyono, 2016).

Persamaan regresi linier berganda menggunakan rumus :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

$Y$  = Keputusan Pembelian

$a$  = Konstanta

$X_1$  = Promosi Penjualan

$X_2$  = Kualitas Produk

$\beta_1$  = Koefisien Regresi Promosi Penjualan

$\beta_2$  = Koefisien Regresi Kualitas Produk

$e$  = Standar Error

## 3.9 Pengujian Hipotesis

### 3.9.1 Uji Parsial (t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau pada dasarnya uji t menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependen (Ghozali, 2012). Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t yaitu :

- a. jika nilai signifikan  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b. jika nilai signifikan  $t_{hitung} < t_{tabel}$ . Maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

### 3.9.2 Uji $R^2$ (Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai  $R^2$  terletak antara 0 sampai dengan 1 ( $0 < R^2 < 1$ ). Nilai  $R^2$  yang terkecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (keefektifan promosi penjualan dan kualitas produk) dalam menjalankan variasi variabel dependen (keputusan pembelian) sangat terbatas, dan begitu pula sebaliknya. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dalam proses analisis ini maka peneliti menggunakan program *software* komputer *statistic* SPSS versi 20.