

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Dalam penelitian ini dibedakan variabel bebas (*variable independent*) dan variabel terikat (*variable dependent*). Variabel bebas atau variabel yang mempengaruhi yaitu Promosi dan Harga, sedangkan variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi yaitu Keputusan Pembelian.

Penelitian ini juga akan terkait hubungan antar variabel secara parsial maupun secara ganda. Selain itu akan menjelaskan tentang hipotesa yang ditetapkan sehingga akhirnya akan diketahui pengaruh dari variabel yang signifikan.

Variabel yang ditetapkan yaitu variabel bebas yaitu promosi dan harga dan variabel terikat yaitu keputusan pembelian diambil datanya dari lapangan dengan metode survei yang ditetapkan sesuai dengan dasar populasi dan sampel.

#### **B. Objek Penelitian**

Penelitian dilakukan di PT. Bangun Jaya Cemerlang Perkasa yang beralamat di Jl.Raya Lapan 1-2 Suradita, Cisauk Kabupaten Tangerang. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian cat Jotun di PT. Bangun Jaya Cemerlang

Perkasa. Perusahaan ritel yang bergerak dibidang penjualan bahan bangunan.

### **1. Sejarah Singkat PT. Bangun Jaya Cemerlang Perkasa**

Perusahaan yang dijadikan objek penelitian adalah sebuah perusahaan retail yang bergerak di bidang penjualan bahan bangunan yaitu PT. Bangun Jaya Cemerlang Perkasa yang berlokasi di Jl. Raya Lapan No. 1-2 Suradita, Kecamatan Cisauk, Kabupaten Tangerang.

Pada tahun 1986 sebelum didirikan PT. Bangun Jaya Cemerlang Perkasa, seorang pengusaha bernama Solihin Tirtaatmadja mendirikan TB. Bangun Jaya sebagai toko material tradisional.

Setelah 25 tahun tepatnya pada tanggal 21 Januari 2011 TB. Bangun Jaya sebagai toko material tradisional berubah menjadi PT. Bangun Jaya Cemerlang Perkasa yang merupakan Supermarket Bahan Bangunan yang berlokasi di Suradita, Cisauk diatas lahan seluas 12.000 meter persegi.

Pada tanggal 3 Agustus 2015 PT. Bangun Jaya Cemerlang Perkasa mendirikan toko kedua yang terletak di Cicangkal, Rumpin Kabupaten Bogor.

Pada tanggal 21 Oktober 2016 PT. Bangun Jaya Cemerlang Perkasa mendirikan toko ketiga yang terletak di BSD, Sampora Kabupaten Tangerang diatas lahan seluas 800 meter persegi.

## 2. Visi dan Misi Perusahaan

Visi PT. Bangun Jaya Cemerlang Perkasa sebagai berikut:

*“The most complete and inexpensive store that help people build and improved their home and building”.*

Misi PT. Bangun Jaya Cemerlang Perkasa sebagai berikut:

1. *Supply Customer Needs*, Menyediakan pilihan produk bahan bangunan yang lengkap bagi pelanggan
2. *Best Price*, Memberikan banyak promo dan diskon yang menarik agar menciptakan harga yang bersaing
3. *Joy and Pleasant Service*, Memberikan pelayanan yang menyenangkan dan nyaman.

Nilai inti PT. Bangun Jaya Cemerlang Perkasa adalah *“HEELP”*

1. *High Tolerance of Changes*, Toleransi yang tinggi terhadap perubahan
2. *Excellent Customer Service*, Layanan pelanggan yang prima
3. *Excellent Teamwork*, Kerjasama tim yang sempurna
4. *Loyal and Commitment Employees*, Karyawan yang berkomitmen dan setia
5. *Pleasant Shopping Experience*, Menyediakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan.

Slogan PT. Bangun Jaya Cemerlang Perkasa adalah **“Supermarket Bahan Bangunan yang sesungguhnya”**.

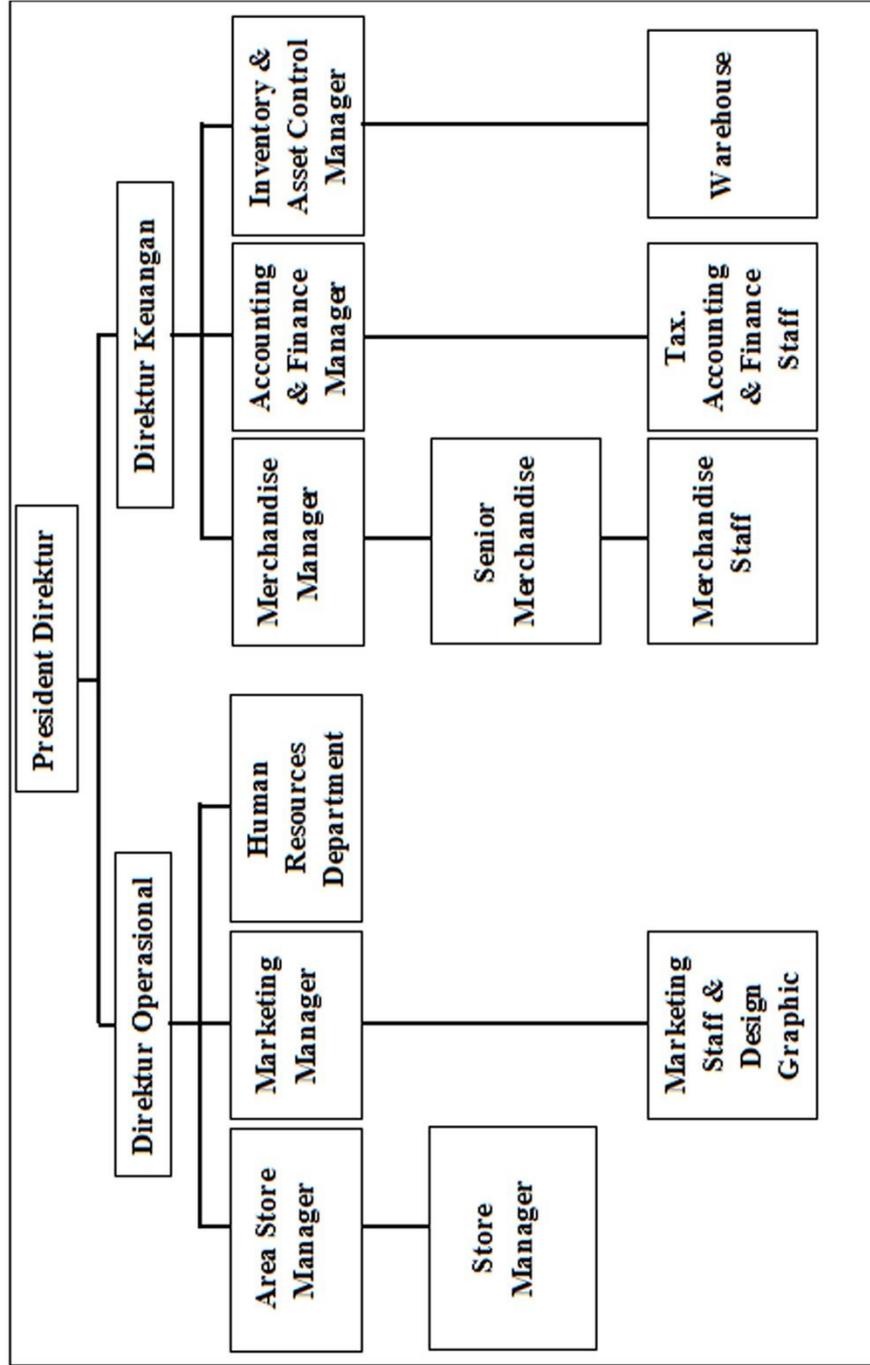
Beberapa Penghargaan dari pemasok (*Appreciation from of Supplier*) sebagai berikut:

1. 2014: Penjualan terbaik tahun 2013 wilayah banten kategori *Decorative Paint* (DECO) dari Danapaint
2. 2015: Juara 35 nasional *race to Maldives with GRC Board*
3. 2015: *Best Selling In Growth* dari Jotun Indonesia
4. 2017: Juara 42 Jakarta dan Jawa barat program *Race to Perth* dari GRC Board
5. 2017: Pencapaian terbanyak promo emas ATENA paket C dari Atena Tiles.

### **3. Struktur Organisasi Perusahaan dan Uraian Tugas**

Organisasi merupakan kumpulan beberapa orang yang melakukan kerjasama untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Sedangkan struktur organisasi dapat diartikan sebagai gambaran secara skematis tentang hubungan kerjasama dari orang-orang dalam mencapai tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan.

Gambar III.1  
Struktur Organisasi



Sumber: PT. Bangun Jaya Cemerlang Perkasa

Tugas dari masing-masing bagian dari struktur sebagai berikut:

**1. *President Direktur***

- a. Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan
- b. Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan
- c. Bertanggung jawab atas kerugian yang dihadapi perusahaan termasuk juga keuntungan perusahaan
- d. Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan
- e. Menetapkan strategi-strategi strategis untuk mencapai visi dan misi perusahaan

**2. *Direktur Operasional***

- a. Membuat visi, misi dan kebijakan umum perusahaan.
- b. Mengawasi tugas *Area Store Manager, Marketing Manager & Human Recource Department*.
- c. Membantu komisaris dalam merencanakan, mengorganisir, dan mengawasi kegiatan operasional perusahaan.
- d. Memonitor seluruh kegiatan operasional perusahaan
- e. Sebagai pemegang keputusan terakhir dari segala operasional perusahaan, baik kedalam maupun keluar
- f. Menentukan kebijaksanaan dan pengambilan keputusan untuk kelangsungan hidup

**3. *Direktur Keuangan***

- a. Bekerja sama dengan para manajer untuk merencanakan serta meramalkan beberapa aspek dalam perusahaan termasuk perencanaan umum keuangan perusahaan.
- b. Menjalankan dan mengoperasikan roda kehidupan perusahaan se-efisien dan se-efektif mungkin dengan menjalin kerjasama dengan para manajer.
- c. Mengambil keputusan penting dalam investasi dan berbagai pembiayaan serta semua hal yang terkait dengan keputusan tersebut.
- d. Menghubungkan perusahaan dengan pasar keuangan, di mana perusahaan dapat memperoleh dana dan surat berharga perusahaan dapat diperdagangkan.
- e. Mengkoordinasikan dan mengontrol perencanaan, pelaporan, serta pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat, tepat waktu, dan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku.
- f. Mengelola fungsi akuntansi dalam memproses data dan informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat.
- g. Merencanakan, mengkoordinasi, dan mengontrol arus kas perusahaan (*cash flow*), terutama pengelolaan piutang dan utang. Sehingga, hal ini dapat memastikan ketersediaan dana untuk operasional perusahaan dan kondisi keuangan dapat tetap stabil.

#### ***4. Area Store Manager***

a. Peningkatan Penjualan

- Merencanakan anggaran untuk kegiatan promosi
- Mengupayakan strategi untuk peningkatan jumlah pengunjung
- Monitor penataan barang & merencanakan perubahan bila diperlukan
- Monitor sarana & prasarana penunjang penjualan
- Menyusun program pelayanan kepada pelanggan (*customer service*) terbaik kepada pelanggan
- Memastikan ketersediaan barang

b. Menekan Biaya

- Memprioritaskan kebutuhan penting (*urgent*) pada setiap pengeluaran yang diusulkan
- Menekan estimasi lembur karyawan
- Menyusun program penanganan yang efektif bagi barang rusak, termasuk langkah-langkah perbaikannya
- Menekan angka kerugian dari *mark down plan* terutama dari barang cacat
- Menekan angka kerugian dari “*srinkage*” yang disebabkan kehilangan kerugian

c. Mengatur (*manage*) Karyawan

- Memonitor jadwal kerja dan shift
- Memimpin *briefing / meeting store* yang dilakukan secara berkala
- *Coaching & counseling* terhadap bawahan, termasuk memotivasi
- Memastikan produktivitas kerja karyawan selalu berjalan maksimal
- Mengupayakan komunikasi yang baik antar karyawan & selalu menjamin adanya *teamwork*

**5. Marketing Manager**

- a. Mencari peluang pemasaran dan penjualan produk-produk perusahaan
- b. Memelihara dan mengembangkan kerjasama bisnis dengan *customer* yang sudah ada.

Dalam kehidupan sehari-hari, Departemen *Marketing* dan *Sales* berhubungan dengan:

- a. Departemen *Finance dan Accounting* mengenai data pelanggan, *credit term* dan harga barang.
- b. Departemen *Inventory & Assets Control* mengenai jumlah stok dan kualitas barang.
- c. Departemen *Design Graphic* mengenai desain brosur, POP, spanduk dan billboard.

- d. Departemen *Merchandise* mengenai pengadaan barang untuk kepentingan promosi.

**6. *Human Resource Development***

- a. Melakukan persiapan seleksi tenaga kerja.
- b. Pelatihan, pengembangan dan evaluasi tenaga kerja.
- c. Pemberian kompensasi dan proteksi kepada karyawan.
- d. Menetapkan gaji dan fasilitas karyawan.
- e. Menghitung dan membayarkan gaji karyawan.

**7. *Merchandise Manager***

- a. Melakukan pengadaan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh perusahaan dalam jumlah, waktu pengiriman, mutu, dan harga sewajarnya serta syarat pembayaran yang ringan.
- b. Memastikan kualitas barang yang dipesan sesuai dengan yang ditawarkan.
- c. Melakukan *random* cek ketersediaan stok barang ditoko.
- d. Menjaga hubungan baik dengan *supplier*/pemasok.
- e. Mengatur jadwal pembayaran ke bagian pembayaran.
- f. Membuat laporan pembelian barang.

**8. *Accounting & Finance Manager***

- a. Menerima, memeriksa kelengkapan dan keabsahan dokumen pemasukan dan pengeluaran kas perusahaan.
- b. Membukukan transaksi-transaksi keuangan di perusahaan.

- c. Memeriksa dan memonitor laporan keuangan dan neraca perusahaan.
- d. Mengawasi dan memeriksa laporan perpajakan perusahaan.
- e. Mengatur penyimpanan data-data dan menjaga kerahasiaan data-data dan keuangan perusahaan.
- f. Mengatur dan mengawasi pemasukan dan pengeluaran dana perusahaan.
- g. Mengkoordinir pembayaran gaji karyawan.
- h. Memeriksa dan menganalisa laporan keuangan perusahaan.
- i. Membuat laporan keuangan tiap periode.

**9. *Inventory & Asser Control Manager***

- a. Memeriksa dan Mengawasi pergerakan stok, atas pembelian barang, penjualan barang, retur barang, ataupun mutasi barang (pusat dan cabang) baik secara fisik maupun secara dokumentasi.
- b. Memeriksa dan Mengawasi dokumen penjualan (struk POS dan *Invoice SO Tengah*) dari masing-masing kasir.
- c. Membuat jadwal *cycle count* (untuk mendukung *audit intern stock* secara *random*) untuk aktivitas selama 1 bulan, guna mencegah kemungkinan terjadinya selisih *quantity* barang, yang disebabkan oleh tertukar, terselip, hingga kemungkinan hilang.
- d. Melaksanakan *cycle count* sesuai jadwal yang telah dibuat.
- e. Memeriksa dan menilai keadaan seluruh asset perusahaan.
- f. Ikut serta dan terlibat dalam pelaksanaan Stock Opname.

## **C. Jenis dan Sumber Data**

Metode penelitian merupakan suatu sistem atau cara bekerja di bidang yang bersifat sistematis yang bertujuan untuk mendapatkan hasil yang menandai dalam penelitian yang bersifat ilmiah. Dalam penelitian yang merupakan salah satu cara untuk mengumpulkan data dan informasi secara objektif dan relevan sehingga mudah dalam penyusunannya.

### **1. Jenis Data**

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif.

- a. Data Kualitatif, yaitu jenis data yang disajikan dalam bentuk verbal seperti kata, kalimat dan gambar bukan dalam bentuk angka.
- b. Data Kuantitatif, yaitu jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau angka.

### **2. Sumber Data**

Dalam teknik pengumpulan data terdapat dua sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh dari sumber langsung atau sumber pertamanya. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok. Hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian.

b. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari situs resmi perusahaan dan digunakan sebagai bahan penelitian yang berupa sejarah perusahaan, visi misi perusahaan dan struktur perusahaan. Ada pula data yang diperoleh dari buku-buku di perpustakaan dan referensi-referensi lainnya yang berhubungan dengan masalah yang dapat membantu dan memudahkan dalam menyelesaikan penelitian.

**D. Populasi dan Sampel Penelitian**

**1. Populasi penelitian**

Populasi menurut (Sugiyono 2017,80) mengatakan bahwa:

“Wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Populasi dalam penelitian ini sebanyak 163 konsumen. Data tersebut merupakan data konsumen yang membeli produk Cat Jotun pada tahun 2018 di PT. Bangun Jaya Cemerlang Perkasa.

**2. Sampel penelitian**

Sampel menurut. (Sugiyono 2017,81) mengatakan bahwa:

“Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.”

Pada penelitian ini jumlah keputusan pembelian cat Jotun di PT. Bangun Jaya Cemerlang Perkasa diketahui sebanyak 163 konsumen

sehingga untuk menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan menggunakan formula *Slovin* untuk populasi yang berjumlah 163 konsumen.

Rumus *Slovin*:

$$n = N / (1 + (N \times d^2))$$

Sumber: (Suryani dan Hendryadi 2015,194)

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah Populasi

d : alpha (0,05) atau *sampling error* = 5% (0,05)

Dari rumus diatas, maka besarnya jumlah sampel (n) adalah sebagai berikut:

$$n = 163 / (1 + (163 \times 0.05^2))$$

$$n = 115,80 \text{ dibulatkan menjadi } 116 \text{ orang}$$

Berdasarkan hasil perhitungan penentuan jumlah sampel dengan rumus *Slovin* maka jumlah sampel minimal yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 116 responden.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data,

maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Dalam usaha untuk mengumpulkan data yang akurat dan valid, maka penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut:

### **1. Observasi**

Peneliti terlebih dahulu menentukan tempat penelitian dan melakukan survei terhadap tempat dalam penelitian ini yaitu pada PT. Bangun Jaya Cemerlang Perkasa yang merupakan supermarket bahan bangunan yang berlokasi di Jalan Raya Lapan No. 1-2 Suradita, Cisauk Kabupaten Tangerang.

### **2. Penelitian kepustakaan**

Penelitian kepustakaan ini untuk mendukung gagasan teoritik dan konseptual mengenai variabel-variabel penelitian. Penelitian kepustakaan ini dengan cara mempelajari buku-buku atau literatur-literatur berkaitan dengan penelitian ini.

### **3. Kuesioner atau angket**

Menurut (Sugiyono 2017,142) mengatakan bahwa:

“Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.”

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, dimana alternatif jawaban telah disediakan dan responden hanya memilih jawaban tersebut. Angket tertutup digunakan dalam penelitian ini karena pertanyaan tertutup lebih mudah untuk ditabulasikan.

#### 4. Wawancara atau *interview*

Wawancara menurut (Esterberg yang diterjemahkan oleh Sugiyono 2017,231) mengatakan bahwa:

“Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.”

Wawancara dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan, dan merupakan cara memperoleh data yang bersifat langsung.

Definisi variabel penelitian ini menggunakan teknik skala *likert* yaitu pernyataan-pernyataan yang memberikan 5 alternatif dan jawaban diberi bobot 1, 2, 3, 4, 5.

Pemberian bobot ini dirincikan sebagai berikut:

- |  |     |
|--|-----|
| a. Jawaban sangat setuju (SS) diberi bobot | = 5 |
| b. Jawaban setuju (S) diberi bobot         | = 4 |
| c. Jawaban kurang setuju (KS) diberi bobot | = 3 |

- d. Jawaban tidak setuju (TS) diberi bobot = 2
- e. Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi bobot = 1

#### F. Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel adalah suatu konsep yang diubah menjadi variabel yang dapat diukur. Jadi variabel yang digunakan dalam penelitian ini harus diubah menjadi definisi operasional variabel dengan tujuan untuk memberikan batasan dan penjelasan dalam rangka membatasi jumlah Analisa tersebut.

**Tabel III.1**  
**Tabel Operasional Variabel**

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Keterangan
Promosi (X1)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan</li> <li>2. Promosi Penjualan</li> <li>3. Hubungan Masyarakat</li> <li>4. Penjualan Perorangan</li> <li>5. Pemasaran Langsung</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan</li> <li>2. Penjualan perorangan</li> <li>3. Promosi penjualan</li> <li>4. Hubungan masyarakat</li> <li>5. Pemasaran langsung</li> <li>6. Pameran produk</li> <li>7. Pengenalan program promosi</li> <li>8. Pemberian hadiah</li> <li>9. Contoh produk</li> <li>10. Konsultasi produk</li> </ol>	Ordinal
Sumber: (Buchari Alma 2016,179) "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa"			
Harga (X2)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daftar Harga</li> <li>2. Diskon</li> <li>3. Periode Pembayaran</li> <li>4. Syarat Kredit</li> <li>5. Potongan Harga</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daftar Harga</li> <li>2. Diskon</li> <li>3. Sesuai Harapan</li> <li>4. Harga Murah</li> <li>5. Harga Bersaing</li> <li>6. Harga Terjangkau</li> <li>7. Transaksi Mudah</li> <li>8. Informasi Perubahan Harga</li> <li>9. Kesesuaian Harga</li> <li>10. Kesesuaian Merek</li> </ol>	Ordinal
Sumber: (Husein Umar 2011,179) "Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen".			

Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengenalan kebutuhan</li> <li>2. Pencarian informasi</li> <li>3. Evaluasi alternatif</li> <li>4. Keputusan Pembelian</li> <li>5. Perilaku setelah pembelian</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebutuhan</li> <li>2. Pelayanan yang baik</li> <li>3. Manfaat</li> <li>4. Memahami Pelanggan</li> <li>5. Pengalaman Sendiri</li> <li>6. Lokasi Strategis</li> <li>7. Waktu</li> <li>8. Informasi</li> <li>9. Kepuasan</li> <li>10. Ketersediaan Produk</li> </ol>	Ordinal
Sumber: (Amirullah 2015,184) “Pengantar Manajemen”.			

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y).

### 1. Variable bebas/independen (X)

Menurut (Sugiyono 2017,39) mengatakan bahwa:

“Variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat.”

Adapun yang menjadi variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah:

1. Promosi merupakan variabel bebas pertama (X1)

Promosi menurut (Buchari Alma 2016,179) mengatakan bahwa:

“Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa.”

2. Harga merupakan variabel bebas kedua (X2)

Harga menurut (Husein Umar 2011,32-33) mengatakan bahwa:

“Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk suatu harga yang sama terhadap semua pembeli.”

- 2. Variabel terikat/dependen (Y)**

Menurut (Sugiyono 2017,39) mengatakan bahwa:

“Variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.”

Adapun yang menjadi variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah:

1. Keputusan pembelian merupakan variabel terikat (Y)

Keputusan pembelian menurut (Amirullah 2015,61) mengatakan bahwa:

“Keputusan pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.”

## **G. Teknik Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yaitu yang berbentuk angka. Proses pengolahan dan analisis data untuk menguji hipotesis dilakukan dengan menggunakan program *software* computer yaitu SPSS (*Statistic Program for Social Science*) 22.00, pada penelitian ini data yang diperoleh penulis adalah data ordinal dan untuk dapat diuji pada *statistic parametik*, maka data yang diperoleh harus dirubah dari data ordinal ke data interval.

### **1. Uji Validitas**

Menurut (Sugiyono 2017,125) mengatakan bahwa:

“Validitas adalah menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.”

Instrumen yang valid atau tepat dapat digunakan untuk mengukur objek yang diukur. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur suatu data agar tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud agar tercapai kevalidannya. Cara yang dipakai untuk menguji tingkat kevalidan adalah dengan validitas internal, yaitu untuk menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrumen secara keseluruhan. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan membandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel (Imam Ghazali 2016,45) dimana:

- a). jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka butir pertanyaan atau indikator dinyatakan valid
- b). jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka butir pertanyaan atau indikator dinyatakan tidak valid

Dalam teknik pengujian validitas adalah dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Korelasi Produk Moment Pearson).

Rumus Korelasi Produk Moment Pearson adalah sebagai berikut:

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

Sumber: (Sugiyono 2017,183)

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

$x$  = Skor item

$y$  = Skor total

$n$  = Jumlah Responden

## 2. Uji Realibilitas

Menurut (Sugiyono 2017,130) mengatakan bahwa:

“Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.”

Ketentuan uji reliabilitas menurut (Imam Ghozali 2016,42) sebagai berikut:

- a). Jika koefisien Alpha ( $\alpha$ )  $>0,6$  maka butir pertanyaan dinyatakan reliabel
- b). Jika koefisien Alpha ( $\alpha$ )  $<0,6$  maka butir pertanyaan dinyatakan tidak reliable.

Rumus Reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{M(k-M)}{k s_t^2} \right\}$$

Sumber: (Sugiyono 2017,132)

Keterangan:

$r_i$  = reliabilitas instrumen

$k$  = jumlah item dalam instrumen

$M$  = mean skor total

$s_t^2$  = varians total

### 3. Uji Asumsi Klasik

Mengingat data penelitian yang digunakan adalah sekunder, maka untuk memenuhi syarat yang ditentukan sebelum uji hipotesis melalui uji  $t$  dan uji  $F$  maka perlu dilakukan beberapa asumsi klasik yang digunakan yaitu normalitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas. Penjelasan dari masing-masing uji asumsi klasik tersebut adalah sebagai berikut:

### a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menentukan apakah variabel berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dapat dilihat dari grafik probability plot. Apabila variabel berdistribusi normal, maka penyebab plot akan berada disekitar dan disepanjang garis 45 derajat.

### b. Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dalam satu model.

Deteksi multikolinieritas pada suatu model dapat dilihat dari beberapa hal, antara lain:

- a). Jika nilai *variance inflation factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,10 maka dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas.
- b). Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70 maka model dapat dinyatakan bebas dari asumsi klasik multikolinieritas.
- c). Jika nilai koefisien determinan, baik dilihat dari  $R^2$  maupun  $R$  *square* diatas 0,60 namun tidak ada variabel independen yang

berpengaruh terhadap variabel dependen maka ditengarai model terkena multikolinieritas.

### c. Autokorelasi

Uji autokorelasi yang dilakukan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Tentu saja model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi (Singgih Santoso 2012,241). Pada prosedur pendeteksian masalah autokorelasi dapat digunakan besaran *Durbin-Watson*. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi. Pendekatan yang sering digunakan untuk menguji ada tidaknya autokorelasi adalah uji *Durbin-Watson* (*DW test*):

**Tabel III.2**  
**Pengambil Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi**

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No Decision</i>	$d_l \leq d \leq d_u$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	<i>No Decision</i>	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negatif	Tidak ditolak	$d_u < d < 4 - d_u$

Sumber: (Imam Ghozali 2016,110)

#### d. Heteroskedastisitas

Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model adalah dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot* model tersebut. Analisis pada gambar *scatterplot* yang menyatakan model regresi linier berganda tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- a). Titik-titik data menyebar diatas dan di bawah atau menyebar disekitar angka nol (0).
- b). Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- c). Penyebaran titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d). Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola.

#### e. Analisis Regresi Berganda

Data kuantitatif dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode regresi linier ganda. Menurut (Sugiyono 2017,275) model persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : Variabel Keputusan Pembelian Cat Jotun

X<sub>1</sub> : Variabel Promosi

X<sub>2</sub> : Variabel Harga

$\alpha$  : Nilai Konstanta

$\beta$  : Koefisien regresi mengukur besarnya pengaruh X dan Y

#### 4. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu masalah tertentu yang akan diteliti. Sedangkan untuk menguji keterkaitan koefisien, maka dapat diuji melalui uji t dan untuk menghitung uji t, penulis menggunakan alat bantu berupa SPSS

##### a. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variabel dependen (Imam Ghozali 2016,45). Maka rumus penentunya adalah sebagai berikut:

$$\text{KP} = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = Koefisien Penentu

R = Nilai koefisien korelasi

### b. Uji parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Adapun rumus untuk menguji hipotesis menurut (Sugiyono 2017,184) sebagai berikut:

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

Keterangan:

$t$  = Pengujian hipotesis

$r$  = Koefisien korelasi

$r^2$  = Koefisien determinasi

$n$  = Jumlah responden

Untuk menentukan nilai t tabel digunakan tingkat signifikan 5% ( $\alpha 0.05$ ), dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*)  $df = (n-k)$ , dimana  $n$  adalah jumlah observasi/sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel. Ketentuan dari penerimaan atau penolakan hipotesis adalah jika nilai  $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$  dan nilai signifikan lebih kecil dari  $\alpha 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sebaliknya jika nilai  $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$  dan nilai signifikan lebih besar dari  $\alpha 0.05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### c. Uji simultan (Uji F)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Sugiyono 2017,206).

Rumus untuk pengujian F menurut (Sugiyono 2017,192) sebagai berikut:

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

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

n = Jumlah anggota sampel

k = Jumlah variabel independen

Ketentuan dari penerimaan atau penolakan hipotesis itu adalah bahwa jika  $F_{hitung} > \text{nilai } F_{hitung}$  dan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sebaliknya jika  $F_{hitung} < \text{nilai } F_{hitung}$  dan  $F_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Untuk menentukan nilai  $F_{tabel}$  digunakan tingkat signifikan 5% ( $\alpha 0.05$ ), dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*)  $df = (k-1); (n-k)$ , dimana n adalah jumlah observasi/sampel dan k adalah jumlah variabel.