

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bogor banyaknya pengguna *E-Commerce* Shopee. Bulan Maret 2023 sampai Bulan Agustus 2023. Sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian**

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Observasi Awal	■																							
2	Pengajuan izin		■																						
3	Persiapan penelitian			■	■																				
4	Pengumpulan data					■	■	■	■	■	■	■													
5	Pengolahan data												■												
6	Analisis & evaluasi													■	■										
7	Penulisan laporan															■	■	■	■	■	■	■	■	■	
8	Seminar hasil																							■	

Sumber: Penelitian (2023)

### 3.2 Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Peneliti ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan dan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) yaitu Harga dan Promosi terhadap variabel terikat (dependen). Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi.

Adapun metode yang digunakan oleh peneliti yaitu metode Kuesioner adalah daftar yang berisi sejumlah pernyataan atau pertanyaan, dimana responden bisa menjawab langsung pernyataan/pertanyaan tersebut pada lembar yang tersedia. Dalam keusioner ini dapat dibedakan menjadi kuesioner tertutup dan kuesioner terbuka (Suprpto 2020:71).

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2021:126) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas orang yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi Populasi dapat dapat berupa relevan untuk tujuan penelitian tertentu, Hal ini penting untuk memastikan bahwa hasil penelitian yang didapat dapat diandalkan dan mewakili seluruh populasi yang digunakan adalah masyarakat Kota Bogor.

#### 3.3.2 Sampel

Sampel yang digunakan penelitian ini guna mewakili kesimpulan yang diambil dari beberapa populasi. Sugiyono (2021:127) mengatakan bahwa: "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Secara lebih singkatnya sampel adalah bagian dari populasi, sehingga sampel inilah yang akan mewakili seluruh populasi. Karena populasi tidak diketahui jumlahnya maka penulis menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Lemeshow, yaitu:

$$n_0 = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{d^2}$$

Keterangan: n = Jumlah

sampel yang dicari z = Nilai standar

= 1,96 p = Maksimal estimasi = 50%

= 0,5 d = Alpha (0.10) atau sampling error

=10%

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)$

$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2} = 96,4$  (dibulatkan menjadi 100 responden)

Penulis menggunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling*. Teknik ini

digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional (Sugiyono, 2021:82).

Oleh sebab itu peneliti mengambil sumber data dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Konsumen membeli karena keputusan sendiri (bukan disuruh orang lain)
2. Konsumen pernah melakukan pembelian selama 1 bulan terakhir (minimal 1 kali)
3. Konsumen melakukan aktivitas pembelian seorang diri walaupun datang dengan orang lain.
4. Konsumen minimal berumur 17 tahun
5. Konsumen shoppe yang membeli produk fashion

Adapun pengambilan jumlah sampelnya akan dilakukan secara proporsional tergantung jumlah populasi yang ada di setiap Kota Bogor, seperti yang tersaji pada Tabel 3.2 berikut ini.

**Tabel 3.2. Jumlah Sampel di Kota Bogor**

NO	KOTA BOGOR	JUMLAH		TOTAL SAMPEL
		JIWA	%	
1	Kecamatan Bogor Selatan	204,03 ribu	19%	19 orang
2	Kecamatan Bogor Timur	104,33 ribu	13%	13 orang
3	Kecamatan Bogor Utara	186,72 ribu	17%	17 orang
4	Kecamatan Bogor Tengah	96,26 ribu	12%	12 orang
5	Kecamatan Bogor Barat	233,72 ribu	20%	20 orang
6	Kecamatan Tanah Sereal	228,09 ribu	19%	19 orang
JUMLAH 2020		1.05 juta	100%	100 orang

Sumber: BPS Kota Bogor (2020)

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiono (2021:296) mengatakan bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa pengetahuan teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak mendapatkan yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Menurut Sugiyanto (2019:199) pengertian teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan

dengan cara memberi 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. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup/ terbuka yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet. Bila penelitian dilakukan pada lingkup yang tidak terlalu luas, sehingga kuesioner dapat diantarkan langsung dalam waktu tidak terlalu lama, dengan adanya kontak langsung antara peneliti dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data obyektif dan cepat.

### **3.5 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dengan demikian maka penulis akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator dalam sebuah kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

#### **3.5.1 Variabel Bebas**

Variabel bebas (*independent variable*) atau variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel harga dan promosi, yang penulis definisikan sebagai berikut:

##### **1. Harga (X1)**

Menurut Buchari Alma (2019:171) mengatakan "harga sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang". Dengan indikator menurut Kotler (2019:42) mengemukakan bahwasannya variabel harga memiliki beberapa indikator yang dapat mendukung, antara lain :

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan

3. Daya saing harga
  4. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.
2. Promosi (X2)

Menurut Fandy dalam Abubakar (2018:50) mengatakan bahwa tujuan promosi adalah sebagai berikut:

- a. Menginformasikan (*informing*)
- b. Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*)
- c. Mengingatkan (*reminding*)

### 3.5.2 Variabel Terikat

Guna memahami lebih dalam tentang variabel, definisi variabel, Menurut Suprpto (2020:37) variabel dependen atau terikat yaitu variabel yang ditentukan atau variabel yang dipengaruhi variabel independen. Peneliti dapat memprediksi atau menerangkan variabel dalam variabel dependen beserta perubahannya yang terjadi kemudian. Guna memahami lebih dalam tentang variabel, definisi variabel, indikator dan pengukuran atas indikator di atas maka dapat dilihat pada Tabel 3.2. di bawah ini.

**Tabel 3.3. Definisi Operasional Variabel**

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Harga (X1)	Menurut Buchari Alma (2019:171) "harga sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang". dengan indikator menurut Kotler (2019:42- 43) mengemukakan metode penetapan harga berbasis permintaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan.</li> <li>3. Daya saing harga.</li> <li>4. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.</li> <li>5. Kesesuain harga dengan kualitas produk (Kotler,2019:42-43)</li> </ol>	Skala Likert
Promosi (X2)	Menurut Hamdi (2021:154) Promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menginformasikan</li> <li>2. Membujuk pelanggan sasaran</li> <li>3. Mengingatkan (Menurut Fandy dalam Abubakar, 2018:50)</li> </ol>	Skala Likert

Keputusan Membeli (Y)	Keputusan pembelian yaitu kegiatan atau perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek Thomson dalam Priliano dan Sudarso (2020:4)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sesuai kebutuhan</li> <li>2. Mempunyai manfaat</li> <li>3. Ketepatan dalam membeli produk</li> <li>4. Pembeli berulang (Thomson dalam Prilano dan Sudarso 2020:4)</li> </ol>	Skala Likert
-----------------------	--	--	--------------

Sumber: Peneliti (2023)

### 3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data-data yang telah dikumpulkan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang digunakan. Pada akhir kesimpulan diketahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

#### 3.6.1 Skala dan Angka Penafsiran

Seperti telah disampaikan sebelumnya, bahwa dalam penelitian ini digunakan kuesioner. Adapun penilaiannya menggunakan Skala Likert, dimana setiap jawaban instrumen dibuat menjadi 5 (lima) gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata, seperti:

- a. Sangat Setuju (Skor 5)
- b. Setuju (Skor 4)
- c. Netral (Skor 3)
- d. Tidak Setuju (Skor 2)
- e. Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang dikelompok-kelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju,

ragu-ragu, tidak setuju atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada dalam pernyataan tersebut. Adapun penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangkan skor tertinggi (5) dengan skor terendah (1) dibagi dengan jumlah skor (5) sehingga diperoleh interval penafsiran sebesar 0,80

**Tabel 3.4 Angka Penafsiran**

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 -1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Setuju

Sumber: Hasil penelitian, 2023 (Data diolah)

Adapun rumus penafsiran yang digunakan

$$M = \frac{\sum f(X)}{n}$$

Keterangan:

- M = Angka
- Penafsiran f = Frekuensi Jawaban
- X = Skala nilai
- N = Jumlah seluruh jawaban

### 3.6.2 Persamaan Regresi

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi ganda adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari satu atau beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih (X1), (X2),..... (Xn) dengan satu variabel terikat (Paramita,2021:48). Guna menguji pengaruh beberapa variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika

sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat (keputusan membeli)

a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)  $b_1...b_2$  = Koefisien regresi (konstanta)  $X_1, X_2$

$X_1$  = Harga

$X_2$  = Promosi

e = Standar eror

Sumber: Paramita (2021:48)

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*.

Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini penulis akan menggunakan teknik analisis data yang sudah tersedia selama ini. Pertama, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji F (Uji Simultan), koefisien determinasi dan uji (Uji Parsial).

### 3.6.3 Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

#### 1. Uji Validitas

Uji kualitas data pertama yang harus dilakukan adalah uji validitas. Berkaitan dengan uji validitas ini Paramita (2021:73) menyatakan bahwa:

”Validitas atau kesalahan yang dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana suatu kuesioner yang diajukan dapat menggali data atau informasi yang diperlukan. Menurut

Daewin (2021:140) validitas dapat dilakukan dengan cara menyampaikan table kisi-kisi (tabel operasional variabel), butir-butir instrument yang kemudian diberikan kepada ahli (expert) untuk dievaluasi dan ditelaah baik secara kuantitatif maupun kualitaatif.

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

Keterangan:

- $r_{hitung}$  = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat
- $\sum X_i$  = Jumlah skor item
- $\sum Y_i$  = Jumlah skor total (sebuah item)
- $N$  = Jumlah responden

Sumber: Paramita (2021:73)

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). Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesiner maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada tabel *Item-Total Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika  $r_{hitung} > 0,3$  (Paramita,2021:73).

## 2. Uji Reliabilitas

Reabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal-hal yang berkaitan dengan kostruk-konstruk pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Instrumen yang reliabel adalah instrument yang bila digunakan akan menghasilkan data yang sama (Gunawan 2019:24). Hasil pengujian reabilitas dapat dilihat pada tabel Reability Statistic dengan Teknik Cronbach' Alpha, dimana suatu instrumen dapat dikatakan haldal bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus alpha, sebagai berikut:

Keterangan:

- $r_{11}$  = Nilai reliabilitas

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

$\sum S_i$  = Jumlah variabel skor setiap item

$S_t$  = Varians total

$k$  = banyaknya butir pertanyaan

Sumber: Arikunto dalam Unaradjan (2013:186)

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliabel tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Guna melihat reliabel atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Reability Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Jika nilai *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini handal (*reliabel*) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya (Gunawan 2019:29).

### 3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi linier berganda khususnya yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada sebuah persamaan regresi yang dihasilkan. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau bahkan normal. Dalam penelitian ini digunakan program *Statistical Program for Social Science* (SPSS) dengan menggunakan metode Uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* metode ini digunakan untuk mengetahui apakah data residu berdistribusi normal

atau tidak. Residul berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 0,05 (Gunawan, 2019: 29).

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut dengan "Homokedastisitas". Dan jika varians berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas, atau dengan kata lain model regresi yang baik adalah "Homokedastisitas (Gunawan 2019: 62)

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan yaitu dengan melihat pola gambar *Scatterplot*. Namun demikian dalam penelitian ini akan digunakan SPSS dengan pendekatan grafik yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* yang dihasilkan SPSS tersebut. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi (Gunawan, 2019:73).

## 3. Uji Multikolinieritas

Uji asumsi klasik multikolinieritas ini digunakan dalam analisis regresi linier berganda yang menggunakan dua variabel bebas dua atau lebih ( $X_1, X_2, \dots X_n$ ) dimana akan diukur tingkat keeratan (asosiasi) pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi ( $r$ ). Pada model yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Adanya multikolinieritas menyebabkan suatu model regresi memiliki varian yang besar sehingga sulit mendapatkan estimasi yang tepat. multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat nilai VIF (*variance inflation factor*), dimana jika nilai VIF di bawah 10 maka bisa dikatakan multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya atau lolos dari uji multikolinieritas (Nugroho dalam Paramita, 2021: 85)

### 3.6.5 Uji Hipotesis

Setelah uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengembalian

keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji t (uji parsial)

#### 1. Uji Serempak/*Simultant* (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Dalam uji ini semua variabel bebas yang ada akan diuji serentak, sehingga antara variabel bebas yang satu dan lainnya tidak akan dipisahkan. Guna mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak dapat digunakan rumus:

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

Keterangan :

- F<sub>hitung</sub> = Nilai F yang dihitung  
 $R^2$  = Nilai koefisien korelasi ganda  
k = Jumlah variabel bebas  
n = Jumlah

Sampel Sumber: Ardian (2019:129)

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel *Anova* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut :

$$H_0 : \beta_i = 0 ; \text{artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat}$$
$$H_a : \beta_i \neq 0 ; \text{artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat}$$

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, hasilnya dapat diperoleh dengan membandingkan angka F<sub>hitung</sub> dengan F<sub>tabel</sub> pada tingkat kepercayaan 5% (0, 05) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a.  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak  
Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa harga, promosi secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *E-Commerce* Shopee ( Studi kasus di kota Bogor )
- b.  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima  
Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa harga, promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap *E-Commerce* Shopee ( Studi kasus di kota Bogor ).

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

Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ) yang berarti bahwa bila  $R^2 = 0$  berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila  $R^2$  mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* pada tabel *Model Summary* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.

## 3. Uji Parsial (Uji t)

Uji t ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independen secara sendiri-sendiri berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan menggunakan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{b}{se}$$

Keterangan:

$t_{hitung}$  = Nilai t  
**b** = Koefisien regresi X  
**se** = Standar error koefisien regresi X

Sumber: Sugiono (2020:275)

Adapun bentuk pengujiannya adalah:

a.  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$

Artinya variabel bebas yang diteliti secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

b.  $H_a : \text{minimal satu } \beta_i \neq 0 \text{ dimana } i = 1,2$

Artinya variabel bebas yang diteliti secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  pada taraf nyata 5% (0,050) dengan ketentuan sebagai berikut:

a.  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Artinya variabel X secara sendiri-sendiri (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

b.  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Artinya variabel X secara sendiri-sendiri (parsial) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.