



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma yang digunakan oleh penulis dalam membuat penelitian ini adalah paradigma positivistik. Paradigma positivistik merupakan paradigma yang mengacu pada keilmuan alam dan fisika. Neuman (2014, p.61) mengatakan bahwa paradigma positivistik memiliki dasar ilmu alam dalam mengukur segala sesuatu yang terjadi dalam lingkungan sosial sekitar. Peneliti yang menggunakan paradigma positivistik harus melakukan perhitungan –dapat dilakukan secara statistik– untuk mengetahui fakta yang bersifat sebab – akibat. Keterkaitannya dengan ilmu alam dan fisika, membuat paradigma ini harus disertai dengan data – data yang dapat diukur dengan angka sehingga hasil yang didapat bersifat mutlak.

#### **3.2 Jenis dan Sifat Penelitian**

Penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif dan memiliki bersifat eksplanatif. Jenis penelitian kuantitatif menurut Basuki (2010, p.72) adalah sebuah pendekatan penelitian yang berpusat pada hal – hal nyata yang pengukurannya dapat dibuktikan dalam bentuk angka. Pendekatan ini digunakan dalam sebuah penelitian yang memiliki tujuan untuk menemukan hubungan antar variabel, maka proses dan alat penelitian yang dijalani dan dimiliki harus rinci karena kuantitatif berkaitan dengan sesuatu hal yang pasti. Dalam membuat penelitian ini, penulis akan menguji fenomena sebab – akibat yang

memerlukan analisis yang bersifat statistik atau dapat diukur dengan angka sehingga hasil yang diharapkan akan memiliki tingkat validitas yang cukup. Sifat eksplanatif atau penjelasan menurut Singarimbun dalam Effendi dan Tukiran (2012, p.5) dimiliki oleh penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab – akibat antarvariabel. Adapun sifat dari penelitian ini adalah eksplanatif karena setelah penulis selesai melakukan pengujian fenomena yang telah ditentukan sebelumnya dan didukung oleh data – data yang bersifat statistik dan dapat dijelaskan dengan angka, maka dengan hasil yang diperoleh penulis ingin memberikan penjelasan tentang mengapa teknik *sales promotion* yang digunakan oleh *Krispy Kreme Doughnuts* dapat memberikan pengaruh terhadap munculnya keputusan pembelian pelanggan.

### **3.3 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode survei. Menurut Singarimbun dalam Effendi dan Tukiran (2012, p.3) metode survei merupakan metode yang membutuhkan penulis untuk menyebarkan kuisisioner sebagai alat penelitiannya kepada sampel yang telah ditentukan dari sebuah populasi tertentu karena informasi yang akan dikumpulkan berasal dari jawaban setiap kuisisioner yang telah disebar. Kuisisioner menurut Trochim, Donnelly, dan Arora (2016, p.172) merupakan alat dari metode survei yang diisi oleh responden yang telah ditentukan sebelumnya. Metode ini juga dapat berguna dalam memberikan penjelasan secara detail mengenai latar belakang dari sebuah fenomena yang terjadi. Berangkat dari penjelasan tersebut, penulis memilih untuk menggunakan metode survei guna mendukung jenis dan sifat penelitian ini yaitu

untuk memberikan penjelasan dan menjabarkan hubungan antara teknik *sales promotion* yang digunakan oleh *Krispy Kreme Doughnuts* dengan keputusan pembelian pelanggan.

### **3.4 Populasi**

Populasi menurut Nawawi dalam Taniredja dan Mustafidah (2011, p.33) merupakan sebuah keseluruhan subyek berupa makhluk hidup, benda, ataupun peristiwa yang dapat dijadikan sebagai sumber. Menurut Arikunto dalam Taniredja dan Mustafidah (2011, p.33) populasi merupakan wilayah umum dari subyek penelitian. Wilayah umum ini ditentukan oleh penulis guna memenuhi pemberian informasi yang diharapkan oleh penulis. Populasi yang dipilih oleh penulis adalah pelanggan *Krispy Kreme Doughnuts* Supermal Karawaci dalam periode tahun 2018.

### **3.5 Sampel**

Ali dalam Taniredja dan Mustafidah (2011, p.34) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari wilayah umum yang diteliti dengan karakteristik yang telah sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh penulis yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut. Untuk mengetahui pengaruh teknik *sales promotion* *Krispy Kreme Doughnuts* Supermal Karawaci terhadap keputusan pembelian, penulis memutuskan untuk menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Adapun teknik ini mengandung unsur kesengajaan dan digunakan dengan pertimbangan tertentu yang dapat membantu penulis dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkannya. Untuk itu, penulis menetapkan beberapa kriteria yang akan digunakan untuk menentukan sampel penelitian yang sesuai, yaitu:

1. Masuk ke dalam rentang usia 20 – >45 tahun
2. Pernah melakukan transaksi jual – beli di *Krispy Kreme Doughnuts* Supermal Karawaci setidaknya satu kali selama tahun 2018

Dengan jumlah populasi yang tidak spesifik, peneliti memutuskan untuk menggunakan rumus Malhotra dengan jumlah sampel minimum 200 (Malhotra, Nunan dan Birks, 2017, p.418).

Gambar 3.1  
Jumlah Minimum Sampel Malhotra

Type of study	Minimum size	Typical range
Problem identification	500	1,000–2,500 research (e.g. market potential)
Problem-solving research	200	300–500 (e.g. pricing)
Product tests	200	300–500
Test marketing studies	200	300–500
TV, radio, print or online advertising	150	200–300 (per advertisement tested)
Test-market audits	10 stores	10–20 stores
Focus groups	6 groups	6–12 groups

Sumber : Malhotra, Nunan dan Birks, 2017

Berdasarkan tabel minimum sampel Malhotra di atas, maka jumlah responden yang harus penulis dapatkan adalah sebanyak 200 yang mana seluruhnya merupakan pengunjung *Krispy Kreme Doughnuts* Supermal Karawaci dan sesuai dengan syarat yang telah ditetapkan oleh penulis sebelumnya.

### 3.6 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel menurut Pusparani (2017, p.45) diperlukan dalam suatu penelitian agar penulis dapat menentukan dimensi dan indikator dari setiap variabel yang diteliti lebih rinci lagi. Melalui operasionalisasi variabel, penulis juga dapat mengembangkan pernyataan – pernyataan yang akan digunakan dalam

kuisisioner nantinya. Berikut adalah tabel operasionalisasi variabel yang telah diolah oleh penulis,

Tabel 3.1  
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran
Variabel X <i>Sales Promotion</i>	Frekuensi promosi	Intensitas pengadaan promosi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya sering menggunakan promo <i>voucher</i> “<i>buy 6 get 12</i>” di Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci</li> <li>2. Saya sering menggunakan promo <i>cashback</i> (20%, maksimal Rp 20.000,-) via Go-pay saat melakukan pembelian di Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci</li> <li>3. Saya sering menggunakan kartu kredit BCA untuk mendapatkan promosi 1 lusin donat seharga Rp 75.000 di Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci</li> <li>4. Saya sering melakukan pembelian donat dengan membeli <i>voucher</i> di aplikasi FAVE untuk mendapatkan potongan harga di Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci</li> </ol>	Likert

Kuantitas promosi	Banyaknya jumlah promosi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa <i>Krispy Kreme Doughnuts</i> Supermal Karawaci memiliki pilihan promosi yang beragam</li> <li>2. Saya merasa <i>Krispy Kreme Doughnuts</i> Supermal Karawaci sering mengadakan promosi <i>voucher "buy 6 get 12"</i></li> <li>3. Saya merasa <i>Krispy Kreme Doughnuts</i> Supermal Karawaci sering mengadakan promosi <i>cashback</i> (20%, maksimal Rp 20.000,-) via Go-pay</li> <li>4. Saya merasa <i>Krispy Kreme Doughnuts</i> Supermal Karawaci sering mengadakan promosi 1 lusin donat seharga Rp 75.000 dengan menggunakan kartu kredit BCA</li> <li>5. Saya merasa <i>Krispy Kreme Doughnuts</i> Supermal Karawaci sering mengadakan promosi potongan harga dengan membeli <i>voucher</i> di aplikasi FAVE.</li> </ol>	Likert

	Kualitas promosi	Kemudahan penggunaan promosi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci menawarkan promosi yang mudah untuk saya gunakan</li> <li>2. Saya merasa promosi <i>voucher</i> “buy 6 get 12” yang diadakan oleh Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci mudah untuk digunakan.</li> <li>3. Saya merasa promosi <i>cashback</i> (20%, maksimal Rp 20.000,-) via Go-pay yang diadakan oleh Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci mudah untuk digunakan</li> <li>4. Saya merasa promosi 1 lusin donat seharga Rp 75.000 dengan menggunakan kartu kredit BCA yang diadakan oleh Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci mudah untuk digunakan</li> <li>5. Saya merasa promosi <i>voucher</i> potongan harga di Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci via aplikasi FAVE mudah untuk digunakan</li> </ol>	Likert
	Waktu promosi	Periode promosi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa periode promosi <i>voucher</i> “buy 6 get 12” yang memiliki jangka waktu penggunaan (2 bulan) adalah tepat</li> <li>2. Saya merasa periode promosi <i>cashback</i> (20%, maksimal Rp</li> </ol>	Likert

			<p>20.000,-) via Go-pay (6 bulan) adalah tepat</p> <p>3. Saya merasa periode promosi 1 lusin donat seharga Rp 75.000 dengan menggunakan kartu kredit BCA (1 tahun) adalah tepat</p> <p>4. Saya merasa periode <i>voucher</i> potongan harga yang ada di aplikasi FAVE (1 bulan) adalah tepat.</p>	
		Kepuasan atas periode promosi	<p>1. Promosi <i>voucher</i> “buy 6 get 12” (2 bulan) memiliki jangka waktu penggunaan yang memuaskan bagi saya</p> <p>2. Periode promosi <i>cashback</i> (20%, maksimal Rp 20.000,-) via Go-pay (6 bulan) memuaskan bagi saya</p> <p>3. Periode promosi 1 lusin donat seharga Rp 75.000 dengan menggunakan kartu kredit BCA (1 tahun) memuaskan bagi saya</p> <p>4. Periode <i>voucher</i> potongan harga yang saya beli di aplikasi FAVE (1 bulan) memuaskan bagi saya</p>	Likert
Variabel Y Keputusan Pembelian	Pilihan Merek	Popularitas merek	<p>1. Krispy Kreme Doughnuts merupakan merek donat yang terkenal di Indonesia</p> <p>2. Krispy Kreme Doughnuts menjadi merek unggulan dalam menjual donat di Indonesia</p> <p>3. Krispy Kreme Doughnuts merupakan toko donat yang sering dibicarakan oleh lingkungan sekitar saya</p>	Likert

		Kepercayaan terhadap merek	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Krispy Kreme Doughnuts menjadi merek yang saya percaya dalam membeli donat</li> <li>2. Krispy Kreme Doughnuts merupakan pilihan pertama saya dalam membeli donat</li> <li>3. Saya percaya Krispy Kreme Doughnuts memiliki rasa yang lebih unggul dibandingkan merek donat yang lain</li> <li>4. Saya pasti akan membeli setiap varian donat baru yang diproduksi oleh Krispy Kreme Doughnuts</li> </ol>	Likert
	Pilihan Dealer	Lokasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Toko Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci terletak di lokasi yang tepat bagi saya</li> <li>2. Toko Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci berada di lokasi yang mudah saya jangkau</li> <li>3. Lokasi Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci memudahkan saya dalam melakukan pembelian</li> <li>4. Toko Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci memiliki akses yang mudah bagi saya dari segi akomodasi</li> </ol>	Likert
		Penempatan toko	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Posisi toko Krispy Kreme Doughnuts mudah untuk saya temukan dalam Supermal Karawaci</li> <li>2. Letak toko Krispy Kreme Doughnuts</li> </ol>	Likert

			<p>Supermal Karawaci strategis menurut saya</p> <p>3. Toko Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci terletak di tempat yang luasnya cukup bagi saya untuk melakukan pembelian</p> <p>4. Posisi toko Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci dapat terlihat jelas ketika sedang dicari</p>	
		Atmosfir toko	<p>1. Toko Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci memiliki suasana yang nyaman untuk saya melakukan pembelian</p> <p>2. Penempatan <i>display</i> donat yang ada di toko Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci mempengaruhi keputusan pembelian saya</p> <p>3. Pencahayaan yang ada di toko Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci membuat saya nyaman dalam melakukan pembelian</p> <p>4. Kebersihan toko Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci membuat saya nyaman dalam melakukan pembelian</p>	Likert
	Jumlah pembelian	Kebutuhan	<p>1. Saya merasa membeli donat di Krispy Kreme Doughnuts minimal harus 6 buah atau setengah lusin</p> <p>2. Saya merasa membeli donat di Krispy Kreme Doughnuts minimal</p>	Likert

			<p>harus 12 buah atau satu lusin</p> <p>3. Saya merasa puas ketika melakukan pembelian berulang (lebih dari 1 kali pembelian) di Krispy Kreme Doughnuts</p> <p>4. Saya merasa puas ketika melakukan pembelian Krispy Kreme Doughnuts dalam jumlah banyak (lebih dari 1 buah donat)</p>	
	Waktu pembelian	<i>Seasonal</i>	<p>1. Saya membeli donat di Krispy Kreme Doughnuts saat di <i>season</i> tertentu (cth : saat bulan Ramadhan, musim Natal, atau saat Valentine)</p> <p>2. Saya melakukan pembelian di Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci ketika sedang memiliki <i>voucher</i> “buy 6 get 12”</p> <p>3. Saya melakukan pembelian di Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci saat ada promosi <i>cashback</i> (20%, maksimal Rp 20.000,-) via Go-pay</p> <p>4. Saya melakukan pembelian di Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci saat ada promosi 1 lusin donat seharga Rp 75.000 dengan menggunakan kartu kredit BCA</p> <p>5. Saya melakukan pembelian di Krispy Kreme Doughnuts</p>	Likert

			Supermal Karawaci saat ada promosi potongan harga dengan membeli <i>voucher</i> di aplikasi FAVE	
	Metode bayar	Pilihan Metode	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa metode pembayaran yang dimiliki oleh Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci membuat saya lebih nyaman dalam bertransaksi</li> <li>2. Metode pembayaran yang ada di Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci memiliki pilihan yang lengkap</li> <li>3. Pilihan metode pembayaran yang ada di Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci memudahkan saya dalam melakukan transaksi</li> <li>4. Saya puas dengan berbagai pilihan metode pembayaran yang disediakan oleh Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci</li> </ol>	Likert
		Kemudahan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci memiliki metode pembayaran yang mudah untuk saya gunakan</li> <li>2. Metode pembayaran via GoPay yang disediakan oleh Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci mudah untuk saya gunakan</li> </ol>	Likert

			<p>3. Metode pembayaran yang disediakan di Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci membuat transaksi saya berlangsung lebih cepat</p> <p>4. Metode pembayaran via BCA mudah untuk saya gunakan dalam bertransaksi di Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci</p> <p>5. Metode pembayaran yang disediakan oleh Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci praktis untuk saya gunakan</p>	
--	--	--	---	--

Sumber : Data Olahan Penulis, 2019

### 3.7 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat 2 jenis teknik pengumpulan data yang dianggap dapat mendukung validitas penelitian ini, yaitu :

a. Data Primer

Data primer merupakan data utama yang dianggap paling mewakili seluruh kebutuhan informasi dari penulis bagi penelitian ini. Menurut Astuti (2013, p.50) data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari subyek penelitian melalui teknik yang digunakan oleh penulis. Data primer dari penelitian ini adalah hasil dari survei yang dilakukan oleh penulis terhadap pengunjung Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci dengan cara membagikan kuisisioner yang berisi pertanyaan – pertanyaan yang mewakili kebutuhan informasi dari penulis. Kuisisioner akan diukur dengan menggunakan skala likert yang memiliki indikator berupa,

(1) Sangat tidak setuju

(2) Tidak setuju

(3) Setuju

(4) Sangat setuju.

b. Data Sekunder

Sedangkan data sekunder adalah data yang mendukung tingkat kekuatan data primer yang ada. Menurut Astuti (2013, p.50) data sekunder adalah data yang dapat menjadi pendukung dari data utama penelitian yang dijalankan, dapat diperoleh melalui berbagai literatur dan sumber lainnya meskipun tidak didapat secara langsung dari subyek penelitian. Data sekunder yang digunakan oleh penulis berasal dari berbagai literatur yang terkait dengan teori – teori pendukung penelitian ini, berbagai *website* yang berisi informasi yang diperlukan, serta jurnal – jurnal penelitian dan skripsi sebelumnya yang dapat menjadi acuan bagi penulis dalam melakukan penelitian ini.

### 3.8 Teknik Pengukuran Data

#### 3.8.1 Uji Validitas

Validitas sendiri menurut Arikunto dalam Taniredja dan Mustafidah (2011, p.42) adalah penggambaran tingkat sebuah instrumen terkait kemampuan mengukur sesuatu yang ingin diukur. Sebuah instrumen dapat dikatakan valid jika hasil pengukuran memiliki hasil yang tepat uji validitas diperlukan untuk mengetahui apakah informasi yang diperoleh melalui teknik penyebaran kuisisioner yang dilakukan oleh penulis valid atau tidak. Untuk

melakukan uji validitas, penulis melakukan *pre-test* terhadap pengunjung Krispy Kreme Doughnuts Supermal Karawaci yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya dan berhasil mendapatkan 31 responden. Dengan tingkat kesalahan sebesar 5%, penulis melihat r tabel dengan rumus  $df = n-2$ , sehingga  $df = 31-2 = 29$ . Nilai r tabel dengan  $df = 29$  dan tingkat kesalahan 5% adalah 0,355 sehingga pernyataan indikator dapat dikatakan valid apabila r hitung  $>$  r tabel. Berikut adalah hasil uji validitas dari *pre-test* yang telah dilakukan penulis,

Tabel 3.2  
Uji Validitas Variabel X (*Sales Promotion*)

Pernyataan	Nilai Pearson Correlation	Nilai Sig.	Keterangan
X.1.1	.383*	0,033	Valid
X.1.2	.785**	0,000	Valid
X.1.3	.631**	0,000	Valid
X.1.4	.785**	0,000	Valid
X.2.1	.566**	0,001	Valid
X.2.2	.657**	0,000	Valid
X.2.3	.818**	0,000	Valid
X.2.4	.788**	0,000	Valid
X.2.5	.758**	0,000	Valid
X.3.1	.637**	0,000	Valid
X.3.2	.623**	0,000	Valid
X.3.3	.775**	0,000	Valid
X.3.4	.643**	0,000	Valid
X.3.5	.690**	0,000	Valid
X.4.1	.561**	0,001	Valid
X.4.2	.605**	0,000	Valid
X.4.3	.618**	0,000	Valid
X.4.4	.759**	0,000	Valid
X.5.1	.670**	0,000	Valid
X.5.2	.662**	0,000	Valid

X.5.3	.634**	0,000	Valid
X.5.4	.634**	0,000	Valid

Sumber : Hasil Data Olahan SPSS (ver.25) oleh Peneliti, 2019

Dapat dilihat dari tabel 3.2, bahwa pernyataan yang dibuat oleh penulis sejumlah 22 pernyataan adalah valid atau memenuhi syarat milik penulis. Nilai r hitung dari seluruh pernyataan yang ada memiliki nilai lebih dari r tabel yang berjumlah 0,355.

Tabel 3.3  
Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Pernyataan	Nilai Pearson Correlation	Nilai Sig.	Keterangan
Y.1.1	0,096	0,607	Tidak Valid
Y.1.2	0,113	0,544	Tidak Valid
Y.1.3	0,044	0,813	Tidak Valid
Y.1.4	0,337	0,063	Tidak Valid
Y.1.5	0,148	0,426	Tidak Valid
Y.2.1	.374*	0,038	Valid
Y.2.2	.429*	0,016	Valid
Y.2.3	0,189	0,308	Tidak Valid
Y.2.4	.624**	0,000	Valid
Y.3.1	.455*	0,01	Valid
Y.3.2	.642**	0,000	Valid
Y.3.3	.671**	0,000	Valid
Y.3.4	.696**	0,000	Valid
Y.4.1	.568**	0,001	Valid
Y.4.2	.571**	0,001	Valid
Y.4.3	.659**	0,000	Valid
Y.4.4	.693**	0,000	Valid
Y.5.1	.676**	0,000	Valid
Y.5.2	.518**	0,003	Valid
Y.5.3	.548**	0,001	Valid
Y.5.4	.606**	0,000	Valid
Y.6.1	.768**	0,000	Valid
Y.6.2	.515**	0,003	Valid
Y.6.3	.684**	0,000	Valid

Y.6.4	.580**	0,001	Valid
Y.7.1	.567**	0,001	Valid
Y.7.2	.536**	0,002	Valid
Y.7.3	.751**	0,000	Valid
Y.7.4	.596**	0,000	Valid
Y.8.1	.534**	0,002	Valid
Y.8.2	.565**	0,001	Valid
Y.8.3	.470**	0,008	Valid
Y.8.4	.476**	0,007	Valid
Y.8.5	.539**	0,002	Valid
Y.9.1	.813**	0,000	Valid
Y.9.2	.803**	0,000	Valid
Y.9.3	.718**	0,000	Valid
Y.9.4	.707**	0,000	Valid
Y.10.1	.712**	0,000	Valid
Y.10.2	.691**	0,000	Valid
Y.10.3	.647**	0,000	Valid
Y.10.4	.475**	0,007	Valid
Y.10.5	.669**	0,000	Valid

Sumber : Hasil Data Olahan SPSS (ver.25) oleh Peneliti, 2019

Berdasarkan tabel 3.3 diatas, dari total 43 pernyataan yang dibuat oleh penulis ditemukan 6 pernyataan yang tidak valid dan tidak akan disebarkan dalam kuisisioner. Sedangkan, 37 pernyataan lainnya memenuhi syarat milik penulis dan memiliki r hitung yang jumlahnya lebih dari r tabel yang berjumlah 0,355. Maka total pernyataan yang dapat disebarkan dalam kuisisioner setelah *pre-test* sejumlah 59 pernyataan.

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Sedangkan reliabilitas menurut Arikunto dalam Taniredja dan Mustafidah (2011, p.43) merujuk pada apakah sebuah instrumen dapat dipercaya atau tidak dalam menjadi alat pengumpul data yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian. Uji

reliabilitas yang digunakan oleh penulis adalah rumus *Alpha Cronbach* berfungsi sebagai pengukur tingkat reliabilitas data yang diperoleh oleh penulis. Rumus ini dapat digunakan dengan bantuan software SPSS. Sebuah teknik pengukuran akan dikatakan reliabel jika menyentuh batasan angka tertentu. Berikut adalah rentang nilai reliabilitas yang menjadi acuan dalam mengukur sebuah pernyataan.

Gambar 3.2  
Rentang Reliabilitas Instrumen

Nilai	Keterangan
$r_{11} < 0,20$	Sangat rendah
$0,20 \leq r_{11} < 0,40$	Rendah
$0,40 \leq r_{11} < 0,70$	Sedang
$0,70 \leq r_{11} < 0,90$	Tinggi
$0,90 \leq r_{11} < 1,00$	Sangat tinggi

Sumber : karyaguru.com, 2014

Kriteria dari uji reliabilitas yang dilakukan oleh penulis dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* adalah jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka teknik pengukuran tersebut memiliki reliabilitas dan juga sebaliknya, jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka teknik pengukuran tersebut tidak memiliki reliabilitas. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas dari pre-test yang telah dilakukan.

Tabel 3.4  
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (*Sales Promotion*)  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
<b>0,941</b>	22

Sumber : Sumber : Hasil Data Olahan SPSS (ver.25) oleh Peneliti, 2019

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas, variabel X (*sales promotion*) memiliki nilai *alpha cronbach* sebesar 0,941 yang masuk ke dalam rentang reliabilitas yang sangat tinggi.

Tabel 3.5  
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,944	43

Sumber : Hasil Data Olahan SPSS (ver.25) oleh Peneliti, 2019

Tabel hasil uji reliabilitas variabel Y (keputusan pembelian) menunjukkan bahwa nilai *alpha cronbach* yang dimiliki oleh variabel tersebut berjumlah 0,944, maka dapat masuk ke dalam rentang reliabilitas yang sangat tinggi.

### 3.9 Teknik Analisis Data

#### 3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang memiliki tujuan untuk mengetahui nilai residual dari uji regresi, terdistribusi secara normal atau tidak. Untuk melakukan pengujian ini, dapat melalui dua acara yaitu grafik distribusi dan analisis statistik (Rindawati, 2014, p.70). Peneliti menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov* untuk mengetahui distribusi data tersebar secara normal atau tidak. Data akan dinyatakan normal jika memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05.

### 3.9.2 Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi menurut Suharsaputra (2014, p.128-129) digunakan untuk mengetahui adanya sebuah hubungan antar variabel dan seberapa besar keeratan hubungan antar variabel tersebut. Sifat hubungan antar variabel dapat diukur dengan melihat koefisien korelasi dalam rentang angka +1 hingga -1. Hubungan yang bersifat positif akan memiliki korelasi yang mendekati angka +1 sedangkan hubungan yang bersifat negatif akan memiliki korelasi yang mendekati angka -1. Jika koefisien korelasi menunjukkan angka 0 maka artinya tidak terdapat hubungan antar variabel. Berikut adalah tabel skala korelasi.

Gambar 3.5  
Tabel Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber : statistikian.com, 2012

### 3.9.3 Uji Regresi Linier Sederhana

Dalam menganalisis data yang dinilai sebagai informasi dalam pembuatan penelitian ini, penulis menggunakan rumus analisis regresi linier sederhana, yang memiliki fungsi agar penulis dapat mengukur pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y dan mengetahui seberapa besar pengaruh yang dihasilkan. Rumus analisis regresi linier sederhana ini dapat digambarkan seperti berikut,

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

$$y = \alpha + \beta x$$

Y = Variabel dependen

$\alpha$  = Intersep

$\beta$  = Slope

X = Variabel independen

# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA