

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam studi ini, objek yang dikaji mencakup sejumlah variabel. Variabel merupakan unsur penting yang membantu peneliti memahami keterkaitan antara berbagai faktor yang memengaruhi hasil studi. Secara umum, variabel terbagi menjadi dua jenis utama, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Terdapat tiga variabel yang dianalisis dalam penelitian ini, dengan dua di antaranya merupakan variabel bebas, yakni *price bundling* (X_1) dan kualitas produk (X_2). Serta variabel terikat (Y) dalam studi ini adalah keputusan pembelian, yang diasumsikan dipengaruhi oleh kedua variabel independen tersebut.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan melalui pendekatan kuantitatif sebagai metode utamanya. Pendekatan ini dimaksudkan untuk menguji hubungan antar variabel yang telah ditetapkan melalui pengumpulan data numerik dan pengolahan data secara statistik. Melalui metode kuantitatif, peneliti dapat secara objektif mengidentifikasi dan mengukur pengaruh dari dua variabel bebas, yaitu *price bundling* (X_1) dan kualitas produk (X_2), terhadap variabel terikat berupa keputusan pembelian konsumen (Y) (Creswell & Creswell, 2023). Dengan pendekatan ini, hipotesis yang telah dirancang sebelumnya dapat diuji, dan hasilnya dapat dijadikan dasar generalisasi terhadap populasi yang diteliti.

Pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner digital yang disusun dalam Google Form, lalu disebarluaskan secara daring kepada pelanggan yang pernah melakukan pembelian produk HokBen. Guna menilai pandangan responden terhadap setiap indikator variabel, instrumen yang digunakan berupa skala Likert lima poin. (Putri, 2024).

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan kerangka atau strategi umum yang digunakan peneliti untuk mengatur prosedur dalam pengumpulan, mengukur, dan menganalisis data guna menjawab rumusan masalah. Dalam penelitian ini, digunakan kombinasi dua desain penelitian kuantitatif, yaitu deskriptif dan kausalitas. Desain deskriptif digunakan untuk menjelaskan spesifikasi variabel-variabel penelitian seperti *price bundling*, *kualitas produk*, dan *keputusan pembelian konsumen*. Sedangkan desain kausalitas digunakan untuk menguji apakah terdapat dampak atau keterkaitan kausal antara variabel bebas (*price bundling* dan *kualitas produk*) terhadap variabel terikat (*keputusan pembelian konsumen*). Kombinasi kedua desain ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya menggambarkan fenomena, tetapi juga menguji hipotesis mengenai pengaruh antar variabel (Creswell & Creswell, 2023).

3.3 Operasional Variabel

Dalam penelitian kuantitatif, variabel merupakan unsur penting yang harus didefinisikan secara operasional agar dapat diukur dan dianalisis secara objektif. Menurut Creswell & Creswell (2023), variabel mengacu pada atribut dari individu atau kelompok yang dapat diukur dan berubah dari satu individu ke individu lainnya. Proses pengukuran variabel bertujuan untuk menerjemahkan konsep-konsep abstrak ke dalam bentuk indikator yang dapat diamati dan diukur secara empiris. Untuk itu, setiap variabel dalam penelitian ini dijelaskan dalam Tabel 3.1 yang relevan dengan tujuan penelitian.

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Dimensi	Indikator	Ukuran	Pertanyaan Terbuka	Pertanyaan Tertutup	Skala
<i>Price Bundling</i> adalah strategi pemasaran yang menggabungkan dua atau lebih produk yang berbeda dan menjualnya sebagai satu paket dengan harga yang lebih murah dibandingkan jika produk tersebut dibeli secara terpisah. (Wijaya & Kinder, 2020)					
Keterjangkauan harga	Harga dianggap murah oleh konsumen	Tingkat keterjangkauan harga paket	Bagaimana Anda menilai keterjangkauan harga dari paket menu	Saya merasa harga paket bundling HokBen	Ordinal

Yenniraya, 2025

PENGARUH PRICE BUNDLING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOKBEN (SURVEI TERHADAP PENGIKUT INSTAGRAM @HOKBEN_ID)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dimensi	Indikator	Ukuran	Pertanyaan Terbuka	Pertanyaan Tertutup	Skala
		bundling di HokBen	HokBen? Apakah menurut Anda harga tersebut sesuai dengan anggaran makan Anda sehari-hari?	terjangkau bagi sAnaya.	
Kesesuaian harga	Harga sesuai dengan porsi dan kualitas produk	Tingkat kesesuaian harga dengan isi paket yang didapat	Bagaimana pendapat Anda tentang kesesuaian harga paket menu HokBen dengan manfaat atau nilai yang Anda peroleh dari menu tersebut?	Menurut saya, harga paket bundling HokBen sesuai dengan isi makanan yang saya terima.	Ordinal
Perbedaan harga	Harga bundling lebih hemat dibanding beli satuan	Tingkat perbedaan harga paket dengan pembelian satuan	Bagaimana pendapat Anda mengenai perbedaan harga antara menu paket dan harga satuan di HokBen? Dari kedua pilihan tersebut, mana yang lebih Anda pilih dan apa alasannya?	Saya merasa harga paket bundling HokBen lebih murah dibandingkan jika membeli menu secara terpisah.	Ordinal
Kualitas Produk adalah kemampuan produk untuk menjawab atau bahkan melampaui ekspektasi konsumen. Kualitas produk dapat dilihat dari beragam aspek, termasuk daya tahan, kinerja, keandalan, dan kesesuaian dengan kebutuhan konsumen. (Abubakar et al., 2023)					
Performance	Makanan enak dan segar	Kinerja makanan (rasa,	Bagaimana Anda menilai rasa dan	Makanan HokBen yang saya terima	Ordinal

Yenniraya, 2025

PENGARUH PRICE BUNDLING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOKBEN (SURVEI TERHADAP PENGIKUT INSTAGRAM @HOKBEN_ID)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dimensi	Indikator	Ukuran	Pertanyaan Terbuka	Pertanyaan Tertutup	Skala
		kesegaran , dan kehangatan saat diterima)	kesegaran makanan HokBen yang Anda terima selama ini?	selalu memiliki rasa yang enak dan kondisi yang segar.	
Durability	Makanan tahan lama dalam kondisi baik	Ketahanan makanan terhadap kondisi luar saat dibawa pulang atau dikirim	Bagaimana kondisi makanan HokBen saat Anda membawanya pulang atau menerimanya melalui layanan pesan antar? Apakah tetap dalam keadaan baik?	Makanan dari HokBen tetap dalam kondisi baik meski dibawa pulang atau dikirim.	Ordinal
Conformance to Specification	Makanan sesuai pesanan	Kesesuaian antara menu yang dipesan dengan yang diterima	Bagaimana pengalaman Anda terkait kesesuaian antara pesanan dan menu yang Anda pilih saat membeli makanan di Hokben?	Saya selalu menerima menu HokBen sesuai dengan yang saya pesan.	Ordinal
Features	Perlengkapan makan lengkap	Kelengkapan fitur makanan (saus, sendok, tisu, dll.)	Bagaimana menurut Anda kelengkapan yang disediakan oleh HokBen, seperti saus, sendok, dan tisu? Apakah selalu tersedia sesuai	HokBen selalu menyertakan perlengkapan makan (saus, sendok, dll) dalam pesanan saya.	Ordinal

Dimensi	Indikator	Ukuran	Pertanyaan Terbuka	Pertanyaan Tertutup	Skala
			kebutuhan Anda?		
Reliability	Konsistensi kualitas dari waktu ke waktu	Konsistensi rasa dan pelayanan setiap pembelian	Bagaimana konsistensi rasa dan kualitas makanan HokBen dari waktu ke waktu menurut Anda?	Makanan HokBen memiliki rasa dan kualitas yang konsisten setiap kali saya membelinya.	Ordinal
Aesthetics	Tampilan makanan menarik	Penampilan visual makanan	Bagaimana Anda menilai tampilan atau penataan makanan dari HokBen saat disajikan atau diterima?	Makanan HokBen disajikan dengan tampilan yang menarik.	Ordinal
Perceived Quality	Penilaian keseluruhan terhadap kualitas	Persepsi keseluruhan terhadap kualitas produk HokBen	Bagaimana penilaian Anda secara keseluruhan terhadap kualitas produk makanan yang ditawarkan oleh HokBen?	Secara keseluruhan, saya menilai produk HokBen berkualitas tinggi.	Ordinal
Keputusan Pembelian merupakan tahapan akhir konsumen untuk memilih satu di antara berbagai alternatif produk atau merek berdasarkan informasi dan evaluasi sebelumnya. (Ristanti et al., 2024)					
Pilihan Produk	Sering membeli menu tertentu	Frekuensi memilih jenis menu tertentu dari HokBen	Bagaimana biasanya Anda menentukan pilihan menu saat membeli di HokBen? Apa alasan utama Anda memilih satu	Saya sering memilih menu tertentu dari HokBen karena sesuai dengan selera saya.	Ordinal

Yenniraya, 2025

PENGARUH PRICE BUNDLING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOKBEN (SURVEI TERHADAP PENGIKUT INSTAGRAM @HOKBEN_ID)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dimensi	Indikator	Ukuran	Pertanyaan Terbuka	Pertanyaan Tertutup	Skala
			menu dibanding yang lain?		
Pilihan Merek	Memilih HokBen dibanding kompetitor	Frekuensi memilih HokBen dibanding merek lain	Mengapa Anda memilih HokBen dibanding merek restoran cepat saji lainnya? Jika Anda lebih sering memilih restoran cepat saji lain dibanding Hokben, apa alasan utama Anda?	Saya lebih memilih HokBen dibandingkan restoran cepat saji lainnya.	Ordinal
Pilihan Penyalur	Saluran pembelian utama	Saluran pembelian (langsung di gerai, ojek online, aplikasi, dll.)	Bagaimana cara Anda biasanya membeli makanan dari HokBen (langsung di tempat, aplikasi pesan antar, atau lainnya?) Apa alasan Anda memilih saluran tersebut?	Saya biasanya membeli HokBen melalui [misalnya: aplikasi online/GoFood /datang langsung].	Ordinal
Waktu Pembelian	Waktu umum pembelian	Frekuensi waktu membeli (siang, malam, hari tertentu)	Bagaimana waktu pembelian Anda di HokBen biasanya? Apakah Anda lebih sering	Saya biasanya membeli HokBen pada waktu tertentu (misalnya siang hari, akhir pekan, dll).	Ordinal

Yenniraya, 2025

PENGARUH PRICE BUNDLING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOKBEN (SURVEI TERHADAP PENGIKUT INSTAGRAM @HOKBEN_ID)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dimensi	Indikator	Ukuran	Pertanyaan Terbuka	Pertanyaan Tertutup	Skala
			membeli saat ada promo, akhir pekan, atau di waktu-waktu tertentu lainnya? Mengapa demikian?		
Jumlah Pembelian	Banyaknya makanan yang dibeli	Kuantitas pembelian per transaksi	Biasanya berapa menu yang Anda beli dalam satu kali pembelian di HokBen?	Saya biasanya membeli lebih dari satu menu setiap kali membeli HokBen.	Ordinal

Sumber : Data diolah penulis (2025)

Dalam mengukur variabel-variabel tersebut, peneliti menggunakan skala yang menunjukkan adanya perbedaan urutan antar kategori, yaitu skala ordinal. Penyusunan instrumen dilakukan dengan mengacu pada skala Likert, yang umum dipakai dalam penelitian survei untuk menilai persepsi atau sikap responden terhadap suatu pernyataan melalui tingkat persetujuan. Skala ini terdiri dari lima poin. Penggunaan skala ini membantu peneliti dalam memperoleh data kuantitatif yang dapat diolah melalui metode analisis statistik yang relevan. (Creswell & Creswell, 2023).

Tabel 3. 2 Skala Likert

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

Sumber : Creswell & Creswell (2023)

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Dalam studi ini, jenis data yang digunakan yaitu, data kuantitatif. Menurut Creswell & Creswell (2023), data kuantitatif dikumpulkan melalui instrumen terstruktur seperti angket atau kuesioner, yang memungkinkan peneliti

Yenniraya, 2025

PENGARUH PRICE BUNDLING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOKBEN (SURVEI TERHADAP PENGIKUT INSTAGRAM @HOKBEN_ID)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

menganalisis hubungan antar variabel secara statistik. Adapun sumber data yang digunakan meliputi:

1. Data Primer, adalah data yang dikumpulkan langsung dari responden melalui distribusi kuesioner. Data ini dihimpun secara spesifik untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan. Menurut Creswell & Creswell (2023) data primer penting karena memberikan informasi langsung dari partisipan sesuai kebutuhan penelitian.
2. Data Sekunder, merupakan data yang dihimpun dari sumber yang telah tersedia seperti literatur, jurnal, laporan, dan dokumen lainnya yang relevan. Data ini digunakan untuk mendukung, membandingkan, atau memperkaya hasil analisis data primer. Creswell & Creswell (2023) menyebutkan bahwa data sekunder membantu menempatkan hasil penelitian dalam konteks yang lebih luas.

Penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Sumber Data

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1	Statistik Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman 2023	Sekunder	(BPS, 2023)
2	Nilai Industri Makanan Indonesia Tahun 2023	Sekunder	(USDA, 2023)
3	Rumah Makan dengan Penjualan Tertinggi di Indonesia 2023	Sekunder	(GoodStats, 2025)
4	Top Brand Index Restoran Fast Food 2021–2024	Sekunder	(Top Brand Award)
5	Analisis <i>Thematic Map</i> pada Bibliometrix	Primer	(Bibliometrix – RStudio, 2025)
6	Kuesioner Penelitian <i>Price Bundling</i>	Primer	Responden

No	Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
7	Kuesioner Penelitian Kualitas Produk	Primer	Responden
8	Kuesioner Penelitian Keputusan Pembelian	Primer	Responden
9	Literatur dan Penelitian Terdahulu	Sekunder	(Jurnal Ilmiah dan Buku Referensi: Kotler, Keller, Schiffman, dll)
10	Strategi Promosi & <i>Bundling</i> HokBen	Sekunder	(Instagram @hokben_id, 2025)
11	Teknik Pengumpulan Data melalui Google Forms & Wawancara	Primer	Responden
12	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	Primer	(Winsteps Output, 2025)

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Creswell & Creswell (2023), teknik pengumpulan data adalah proses sistematis dalam memperoleh informasi dari responden atau sumber lain guna menjawab pertanyaan penelitian dan mengukur variabel-variabel yang telah ditentukan. Dalam penelitian kuantitatif, pengumpulan data umumnya dilakukan menggunakan instrumen yang terstandarisasi, seperti kuesioner atau survei, untuk memastikan keakuratan, objektivitas, dan konsistensi data. Adapun teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam studi ini, dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Teknik Pengumpulan Data

Instrumen Pengumpulan Data	Proses Pengumpulan Data
Studi Literatur	Data dikumpulkan melalui beragam referensi seperti jurnal ilmiah, artikel, buku, serta sumber digital yang relevan.
Kuesioner	Pernyataan disusun secara sistematis dalam bentuk angket, kemudian disebarakan secara daring menggunakan platform seperti Instagram dan WhatsApp. Respon dikumpulkan melalui Google Forms.
Wawancara	Dilakukan terhadap responden yang telah memenuhi kriteria penelitian. Wawancara bersifat terbuka dan dilakukan baik secara online maupun tatap muka untuk memperkuat temuan dari kuesioner.

3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi dalam studi ini mencakup seluruh individu yang memiliki karakteristik tertentu dan berkaitan langsung dengan topik permasalahan yang diteliti. Menurut Creswell & Creswell (2023) populasi adalah sekumpulan individu atau kelompok yang mempunyai ciri-ciri umum yang dapat diidentifikasi oleh peneliti sebagai subjek yang layak untuk diteliti. Penetapan populasi dilakukan agar penelitian memiliki ruang lingkup yang jelas dan terfokus, sehingga hasilnya dapat digeneralisasikan secara tepat. Populasi dalam penelitian ini mencakup para pengikut akun Instagram resmi HokBen Indonesia yang berpotensi atau pernah melakukan pembelian, karena mereka dianggap memiliki keterkaitan langsung dengan variabel yang diteliti, yaitu *price bundling*, kualitas produk, dan keputusan pembelian.

3.5.2 Sampel

Setelah menetapkan populasi, langkah penting dalam penelitian kuantitatif adalah menentukan sampel, yaitu bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi dalam pengumpulan data. Menurut Creswell & Creswell (2023), sampel adalah sub kelompok dari populasi yang diteliti, dan pemilihannya harus didasarkan pada tujuan penelitian agar hasilnya dapat digeneralisasikan secara tepat.

Penelitian ini menerapkan teknik *purposive sampling* dalam proses pengambilan sampel, yakni metode pemilihan sampel non-probabilitas yang dilakukan berdasarkan kriteria khusus, didasarkan pada keyakinan bahwa responden tersebut memiliki kompetensi yang relevan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan (Creswell & Creswell, 2023). Adapun kriterianya sebagai berikut:

1. Mengikuti akun resmi Instagram (@hokben_id),
2. Telah melakukan pembelian produk HokBen minimal satu kali.

Untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus Slovin. Rumus ini digunakan ketika ukuran populasi telah diketahui, guna menentukan berapa banyak responden yang dibutuhkan secara representatif dengan tingkat kesalahan (*error tolerance*) tertentu. Metode ini dianggap efisien dan praktis, terutama ketika peneliti memiliki jumlah populasi yang pasti dan ingin memperoleh estimasi sampel yang representatif tanpa melakukan sensus secara menyeluruh.

Menurut (Santoso, 2023) rumus Slovin dinyatakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \times e^2}$$

Keterangan:

- **n** adalah besaran sampel yang dicari,
- **N** adalah total populasi,
- **e** adalah *margin of error*.

Berdasarkan pengikut Instagram @hokben_id 2025 populasinya adalah sebanyak 1.200.000 pengikut dan kita menggunakan *margin of error* sebesar 5% (0,05), maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1.200.000}{1 + 1.200.000 \times (0,05)^2} = \frac{1.200.000}{1 + 1.200.000 \times 0,0025} = \frac{1.200.000}{1 + 3000} = \frac{1.200.000}{3.001} = 399,87$$

Yenniraya, 2025

PENGARUH PRICE BUNDLING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOKBEN (SURVEI TERHADAP PENGIKUT INSTAGRAM @HOKBEN_ID)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Jadi, ukuran sampel yang dibutuhkan **minimal 400 responden**. Jumlah ini dianggap cukup representatif untuk mewakili populasi dan memberikan hasil yang akurat dalam penelitian mengenai pengaruh *price bundling* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen HokBen.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Setelah dilakukan penetapan jumlah populasi dan penentuan sampel, langkah berikutnya adalah pengujian validitas serta reliabilitas pada kuesioner yang menjadi instrumen penelitian. Dalam tahap pengujian ini, diperlukan minimal 30 responden sebagai sampel untuk memastikan kelayakan instrumen. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan menggunakan pendekatan Rasch Model dengan bantuan *software Winstep for Windows*.

3.6.1 Uji Validitas

Validitas instrumen dalam studi ini diuji melalui pendekatan Rasch Model. Pendekatan ini digunakan untuk mengevaluasi validitas instrumen berdasarkan tiga dimensi utama, yaitu dimensi personal, perilaku, dan lingkungan. Pengujian dilakukan dengan bantuan perangkat lunak Winsteps, dan didasarkan pada tiga kriteria utama sebagai berikut:

1. *Outfit Mean Square* (MNSQ): Rentang nilai yang ditoleransi adalah $0,5 < \text{MNSQ} < 1,5$, yang berfungsi untuk menilai konsistensi respon yang diberikan oleh partisipan terhadap tingkat kesulitan setiap item pertanyaan.
2. *Outfit Z-Standard* (ZSTD): Rentang nilai yang ditoleransi adalah $-2,0 < \text{ZSTD} < +2,0$, digunakan untuk mengidentifikasi apakah suatu item termasuk outlier, yaitu pertanyaan yang terlalu mudah atau terlalu sulit dan tidak sesuai dalam konteks pengukuran.
3. *Point Measure Correlation* (Pt Mean Corr): Nilai yang dapat diterima berkisar antara $0,4 < x < 0,85$, bertujuan untuk melihat sejauh mana item pertanyaan sesuai dengan keseluruhan pengukuran, serta memastikan tidak adanya item yang membingungkan atau diinterpretasikan berbeda oleh partisipan.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas

ENTRY NUMBER	TOTAL SCORE	TOTAL COUNT	MEASURE	MODEL		INFIT		OUTFIT		PT-MEASURE		EXACT MATCH		Item
				S.E.	MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD	CORR.	EXP.	OBS%	EXP%		
23	102	30	3.07	.37	1.21	.9	1.23	1.0	.26	.46	70.0	67.2	R23	
21	104	30	2.80	.36	1.27	1.2	1.33	1.4	.18	.45	66.7	63.6	R21	
26	104	30	2.80	.36	1.12	.6	1.08	.4	.50	.45	73.3	63.6	R26	
28	110	30	2.03	.36	1.12	.6	1.19	.9	.24	.43	53.3	61.8	R28	
12	113	30	1.63	.37	1.38	1.6	1.39	1.6	.51	.44	53.3	66.6	R12	
3	116	30	1.22	.38	1.01	.1	1.02	.2	.69	.45	63.3	70.8	R3	
25	120	30	.62	.39	1.03	.2	1.01	.2	.18	.46	73.3	75.2	R25	
18	121	30	.47	.40	.63	-1.2	.62	-1.3	.67	.47	83.3	75.8	R18	
24	121	30	.47	.40	.90	-.2	.86	-.3	.17	.47	76.7	75.8	R24	
4	122	30	.31	.40	.54	-1.6	.51	-1.7	.83	.47	83.3	76.2	R4	
5	122	30	.31	.40	.62	-1.3	.60	-1.3	.77	.47	83.3	76.2	R5	
29	122	30	.31	.40	1.50	1.5	1.46	1.3	.26	.47	63.3	76.2	R29	
15	123	30	.15	.40	.94	-.1	.92	-.1	.60	.47	73.3	76.3	R15	
17	124	30	-.01	.40	.56	-1.5	.54	-1.6	.60	.47	83.3	76.2	R17	
19	124	30	-.01	.40	.67	-1.1	.64	-1.2	.69	.47	83.3	76.2	R19	
11	125	30	-.17	.40	1.25	.8	1.21	.7	.27	.47	70.0	75.8	R11	
16	125	30	-.17	.40	.82	-.5	.80	-.6	.64	.47	76.7	75.8	R16	
10	126	30	-.33	.40	.84	-.5	.79	-.6	.46	.47	80.0	75.2	R10	
1	128	30	-.64	.39	.67	-1.3	.64	-1.3	.48	.46	90.0	73.5	R1	
22	128	30	-.64	.39	1.17	.7	1.31	1.1	.00	.46	63.3	73.5	R22	
2	130	30	-.94	.39	.63	-1.7	.60	-1.7	.60	.44	83.3	70.8	R2	
27	131	30	-1.09	.38	.95	-.1	.89	-.3	.53	.43	66.7	69.1	R27	
9	132	30	-1.23	.38	.73	-1.4	.66	-1.4	.55	.42	73.3	67.4	R9	
30	132	30	-1.23	.38	.97	.0	1.04	.3	.31	.42	60.0	67.4	R30	
6	133	30	-1.38	.38	1.51	2.3	1.43	1.6	.48	.41	50.0	65.6	R6	
14	133	30	-1.38	.38	1.31	1.5	1.29	1.1	.28	.41	50.0	65.6	R14	
20	133	30	-1.38	.38	1.29	1.4	1.49	1.8	.24	.41	50.0	65.6	R20	
13	134	30	-1.52	.38	1.16	.9	1.14	.6	.40	.40	46.7	64.1	R13	
8	136	30	-1.81	.38	.84	-1.0	.75	-.9	.48	.38	66.7	62.8	R8	
7	139	30	-2.26	.40	1.02	.2	.92	-.1	.51	.35	76.7	66.2	R7	
MEAN	123.8	30.0	.00	.39	.99	.0	.98	.0			69.6	70.5		
S.D.	9.4	.0	1.38	.01	.28	1.1	.30	1.1			12.0	5.1		

Sumber: Hasil Olah Data Winsteps (2025)

Pada tabel 3.6 hasil uji validitas dengan total 30 item pernyataan yang diuji, seluruh item memenuhi paling tidak dua dari tiga kriteria validitas di atas (MNSQ, ZSTD, dan Pt Mean Corr). Dengan demikian, seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan bantuan *tools software Winstep Rasch Model*. Uji reliabilitas ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui konsistensi instrumen *self-regulated learning* yang digunakan dalam penelitian. Pada pengujian reliabilitas dapat memberikan hasil akurat untuk menunjukkan bahwa instrumen penelitian mampu memberikan hasil yang konsisten meskipun digunakan berulang kali. (Hidayat & Sadewa, 2020).

Melalui *output summary statistics* dari *Winsteps*, diperoleh informasi menyeluruh mengenai kualitas data responden (*person*), kualitas butir pernyataan (*item*), serta hubungan antara keduanya. Kriteria yang digunakan untuk menilai

Yenniraya, 2025

PENGARUH PRICE BUNDLING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOKBEN (SURVEI TERHADAP PENGIKUT INSTAGRAM @HOKBEN_ID)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

reliabilitas instrumen mengacu pada pedoman dari Sumintono dan Widhiarso (2018:85), yang mencakup beberapa indikator berikut:

A. *Person Measure*

Merupakan nilai logit yang menggambarkan rata-rata kemampuan responden dalam menjawab item-item yang diberikan. Rata-rata nilai yang berada di bawah logit 0,0 mengindikasikan bahwa kemampuan responden cenderung lebih rendah dibandingkan dengan tingkat kesulitan dari butir pertanyaan yang diberikan.

B. *Alpha Cronbach*

Merupakan ukuran konsistensi internal antara respon dan item secara keseluruhan. Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:

- < 0,67 : Lemah
- 0,67–0,80 : Cukup
- 0,81–0,90 : Baik
- 0,91–0,94 : Sangat Baik
- 0,94 : Istimewa

C. *Person Reliability* dan *Item Reliability*

Menunjukkan seberapa konsisten responden dalam memberikan jawaban, serta seberapa baik kualitas item dalam mengukur konstruk. Penilaiannya:

- < 0,67 : Lemah
- 0,67–0,80 : Cukup
- 0,81–0,90 : Baik
- 0,91–0,94 : Sangat Baik
- 0,94 : Istimewa

Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas

SUMMARY OF 30 MEASURED Person								
	TOTAL SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL ERROR	INFIT		OUTFIT	
					MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
MEAN	123.8	30.0	2.72	.39	1.00	-.2	.98	-.3
S.D.	7.1	.0	1.06	.02	.47	1.8	.50	1.8
MAX.	141.0	30.0	5.39	.46	2.02	3.8	2.08	3.4
MIN.	108.0	30.0	.40	.37	.34	-3.3	.31	-3.3
REAL RMSE	.42	TRUE SD	.97	SEPARATION	2.30	Person RELIABILITY		.84
MODEL RMSE	.39	TRUE SD	.99	SEPARATION	2.55	Person RELIABILITY		.87
S.E. OF Person MEAN = .20								
Person RAW SCORE-TO-MEASURE CORRELATION = 1.00								
CRONBACH ALPHA (KR-20) Person RAW SCORE "TEST" RELIABILITY = .86								
SUMMARY OF 30 MEASURED Item								
	TOTAL SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL ERROR	INFIT		OUTFIT	
					MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
MEAN	123.8	30.0	.00	.39	.99	.0	.98	.0
S.D.	9.4	.0	1.38	.01	.28	1.1	.30	1.1
MAX.	139.0	30.0	3.07	.40	1.51	2.3	1.49	1.8
MIN.	102.0	30.0	-2.26	.36	.54	-1.7	.51	-1.7
REAL RMSE	.41	TRUE SD	1.32	SEPARATION	3.24	Item RELIABILITY		.91
MODEL RMSE	.39	TRUE SD	1.32	SEPARATION	3.42	Item RELIABILITY		.92
S.E. OF Item MEAN = .26								

Sumber: Hasil Olah Data Winsteps (2025)

Berdasarkan tabel 3.7 hasil perhitungan data berdasarkan model Rasch menghasilkan simpulan sebagai berikut:

- Nilai Person Measure sebesar 2,72 logit, menunjukkan bahwa secara rata-rata, kemampuan responden dalam menjawab item berada di atas tingkat kesulitan item. Artinya, responden cenderung memilih jawaban dengan tingkat keyakinan atau kejelasan tinggi terhadap pernyataan yang diajukan.
- Nilai Alpha Cronbach sebesar 0,86, yang berarti konsistensi antara respon dan item masuk dalam kategori baik, sehingga instrumen dapat dianggap cukup stabil secara internal.
- Nilai Person Reliability diperoleh sebesar 0,84, yang menunjukkan bahwa responden menunjukkan konsistensi dalam menjawab dan masuk dalam kategori baik.
- Nilai Item Reliability sebesar 0,91, menandakan bahwa kualitas butir pernyataan dalam instrumen termasuk dalam kategori sangat baik. Ini dapat

Yenniraya, 2025

PENGARUH PRICE BUNDLING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOKBEN (SURVEI TERHADAP PENGIKUT INSTAGRAM @HOKBEN_ID)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

diartikan bahwa item dalam kuesioner mampu merepresentasikan konstruk dari masing-masing variabel dengan cukup akurat.

Dengan demikian, berdasarkan indikator yang telah dijelaskan, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi kriteria standar reliabilitas dan layak digunakan untuk pengumpulan data lebih lanjut.

3.7 Rancangan Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menyajikan data apa adanya sesuai hasil yang diperoleh dari responden, tanpa melakukan penarikan kesimpulan secara umum terhadap populasi (Creswell & Creswell, 2023). Tujuan dari analisis ini adalah untuk menggambarkan ciri-ciri atau karakteristik masing-masing variabel penelitian secara objektif. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner diberi skor berdasarkan bobot masing-masing pernyataan, lalu diolah untuk menghitung total skor aktual dan skor ideal.

Penetapan skor ideal digunakan untuk mengevaluasi performa masing-masing variabel dalam kuesioner. Langkah ini dilakukan dengan membandingkan nilai yang diperoleh responden dengan nilai tertinggi yang bisa dicapai. Karena setiap pernyataan memiliki bobot tertentu, proses pemberian skor menjadi sangat penting agar peneliti dapat melakukan analisis yang lebih rinci dan mendapatkan informasi yang relevan terhadap tujuan penelitian. Skor ideal dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Skor Ideal} = \text{Skor Tertinggi} \times \text{Jumlah Responden}$$

Langkah selanjutnya adalah menyusun garis kontinum, yaitu rentang penilaian yang dibagi ke dalam lima tingkat: sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju. Kontinum ini digunakan untuk menginterpretasikan posisi skor hasil responden terhadap total skor ideal agar peneliti dapat memahami seberapa tinggi atau rendah persepsi terhadap variabel yang diteliti.

Adapun langkah-langkah pembuatan garis kontinum meliputi:

- a. Menentukan nilai kontinum maksimum dan minimum

$$\text{Skor Kontinum Tertinggi} = \text{SA} \times \text{TB} \times \text{TR}$$

$$\text{Skor Kontinum Terendah} = \text{SI} \times \text{TB} \times \text{TR}$$

Yenniraya, 2025

PENGARUH PRICE BUNDLING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOKBEN (SURVEI TERHADAP PENGIKUT INSTAGRAM @HOKBEN_ID)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Keterangan:

SA = Skor Maksimum

SI = Skor Minimum

TB = Total Bulir Pernyataan

TR = Total Responden

b. Menghitung jarak antar kategori dalam garis kontinum, dengan menggunakan rumus:

$$R = \frac{\text{Skor Kontinum Tertinggi} - \text{Skor Kontinum Terendah}}{\text{Jumlah Interval}}$$

c. Menentukan letak atau posisi skor pada garis kontinum serta mengidentifikasi kategori hasil, kemudian menghitung persentase posisi skor penelitian tersebut pada garis kontinum dengan perhitungan: $\text{Skor} / \text{Skor Maksimum} \times 100\%$

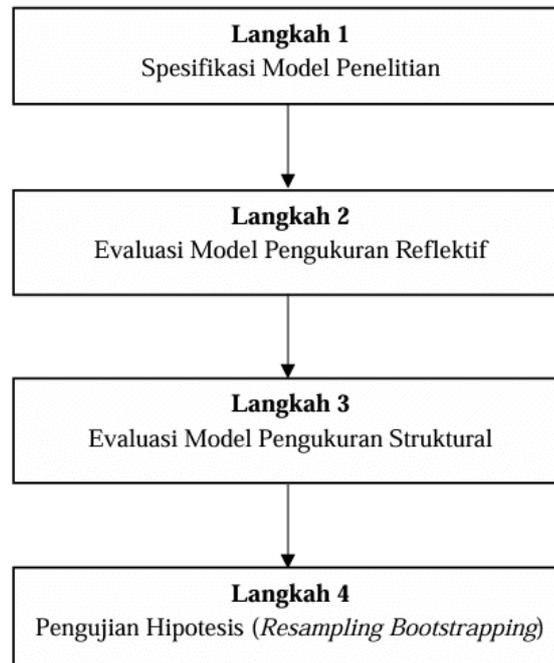
d. Melakukan analisis perbandingan terhadap skor total masing-masing variabel berdasarkan kategori yang telah ditentukan, guna memperoleh gambaran umum mengenai perbedaan antar variabel.

3.7.2 Analisis PLS-SEM

Sesudah seluruh data berhasil diperoleh, tahap berikutnya adalah melakukan analisis terhadap data tersebut. Analisis data bertujuan untuk menemukan fakta-fakta yang dapat mendukung hipotesis yang telah diajukan. Metode analisis yang diterapkan dalam studi ini adalah *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan salah satu jenis analisis yang dapat digunakan untuk menguji model secara komprehensif, termasuk mengukur variabel-variabel dan hubungan antar variabel.

Metode PLS dipilih karena tidak hanya berguna dalam menguji model teoritis, tetapi juga sangat efektif dalam konteks prediktif. PLS-SEM merupakan pendekatan analisis berbasis varian yang dapat digunakan secara bersamaan untuk menguji hubungan struktural antar variabel (model struktural) dan menilai kualitas indikator terhadap konstruk laten (model pengukuran). Pendekatan ini cocok digunakan dalam penelitian dengan jumlah sampel terbatas dan tidak bergantung pada asumsi distribusi normal (Hair et al., 2021).

Analisis ini dilakukan dengan memanfaatkan *software* SmartPLS versi 4 yang kompatibel dengan sistem operasi Windows, yang dirancang khusus untuk mendukung penerapan PLS-SEM. Pengolahan data melalui PLS dalam penelitian ini mengikuti pada tahapan-tahapan yang dikembangkan oleh Hair et al. (2021), yang akan dijelaskan lebih lanjut pada bagian berikutnya.



Gambar 3. 1 Tahapan Pengujian PLS-SEM

1. Spesifikasi Model Penelitian

Langkah awal dalam penerapan *Structural Equation Modeling* (SEM), khususnya dengan pendekatan PLS, adalah merancang model penelitian yang secara visual menggambarkan hubungan antar variabel serta hipotesis yang akan diuji. Representasi visual ini dikenal sebagai *path model* atau model jalur, yang terdiri atas dua elemen inti: model struktur hubungan antar variabel (*inner model*) serta model yang merepresentasikan indikator pengukuran (*outer model*).

a. Model Struktural (*Inner Model*)

Model struktural menjelaskan hubungan antara konstruk laten, yakni variabel-variabel yang tidak diukur secara langsung namun direpresentasikan oleh sejumlah indikator. Penempatan konstruk dalam model ini diatur dari kiri ke kanan, di mana konstruk eksogen (sebagai

Yenniraya, 2025

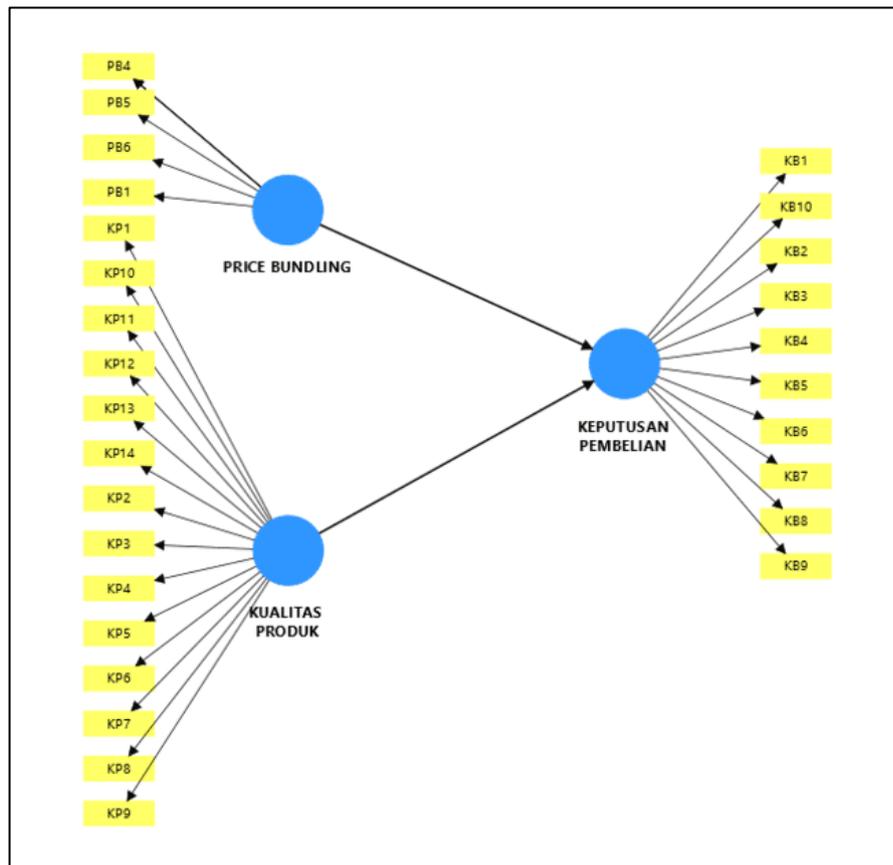
PENGARUH PRICE BUNDLING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOKBEN (SURVEI TERHADAP PENGIKUT INSTAGRAM @HOKBEN_ID)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

prediktor) diletakkan di sebelah kiri, dan konstruk endogen (sebagai variabel yang dipengaruhi) berada di sebelah kanan. Hubungan antar konstruk digambarkan melalui panah satu arah yang menunjukkan pengaruh kausal. Dalam penelitian ini, selain hubungan langsung antara variabel independen dan dependen, juga dianalisis pengaruh mediasi, yang berfungsi untuk menjelaskan bagaimana atau mengapa pengaruh tersebut terjadi, sesuai dengan kerangka teori yang digunakan.

b. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran menunjukkan hubungan antara variabel laten dan indikator-indikator yang mewakilinya. Model ini dibangun berdasarkan teori pengukuran yang telah ada, dan merupakan hal krusial untuk menjamin bahwa setiap indikator merepresentasikan konstruk yang dituju. Kualitas model pengukuran yang baik akan memberikan hasil pengujian yang lebih valid dan reliabel dalam model struktural. Oleh karena itu, pemahaman yang kuat mengenai teori pengukuran sangat diperlukan agar hasil analisis PLS-SEM dapat diinterpretasikan dengan tepat.



Gambar 3. 2 Model Penelitian pada SmartPLS

Sumber : Hasil Olah Data SmartPLS (2025)

Representasi visual dari keterkaitan antar variabel dalam studi ini dibangun berdasarkan kerangka teori dan dituangkan dalam Gambar 3.2.

2. Evaluasi Model Pengukuran Reflektif

PLS (*Partial Least Squares*) merupakan metode yang cukup fleksibel dalam mengestimasi parameter karena tidak mengharuskan data mengikuti distribusi tertentu. Saat mengevaluasi model pengukuran dalam PLS, kita perlu menilai *outer loading* untuk melihat reliabilitas tiap item, konsistensi internal dari alat ukur, serta validitas konvergen dan diskriminan guna memastikan bahwa indikator memang tepat dalam mengukur konstruk yang dimaksud dan bisa membedakan antar konstruk yang berbeda (Hair et al., 2021). Evaluasi ini dilakukan agar model yang digunakan bisa memberikan gambaran yang akurat mengenai hubungan antar variabel dalam penelitian. Beberapa indikator yang digunakan untuk menilai model

Yenniraya, 2025

PENGARUH PRICE BUNDLING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOKBEN (SURVEI TERHADAP PENGIKUT INSTAGRAM @HOKBEN_ID)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ini mencakup nilai R-square, uji Q-square dari Stone-Geisser, dan uji signifikansi parameter melalui uji-t. Penjelasanannya adalah sebagai berikut:

a. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Langkah awal dalam evaluasi model pengukuran reflektif adalah memeriksa *outer loading* atau korelasi antara indikator dengan konstraknya. Ini bertujuan untuk melihat seberapa valid suatu indikator dalam mewakili konstraknya. PLS-SEM akan menunjukkan nilai *standardized outer loading* dan idealnya, nilainya minimal berada di angka 0,708 agar dianggap valid (Hair et al., 2021).

b. Konsistensi Reliabilitas (*Consistency Reliability*)

Untuk mengukur reliabilitas secara tradisional, digunakan Cronbach's Alpha yang rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Cronbach's alpha} = \left(\frac{M}{M-1} \right) \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^M S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Dalam rumus ini varians indikator variabel I dari konstruk tertentu diwakili oleh S_i , yang akan diukur dengan indikator M ($i = 1, \dots, M$), lalu varians dari jumlah seluruh indikator M dari konstruk tersebut diwakili oleh S_t . Kelemahan yang identifikasi dari Cronbach's alpha ini yaitu asumsinya bahwa seluruh indikator memiliki tingkatan reliabilitas yang sama dimana seluruh indikator bobotnya akan sama terhadap konstruk. Pada PLS-SEM masing-masing dari indikator akan memiliki prioritas berdasarkan nilai reliabilitas individu yang berbeda. Maka dari itu, melihat adanya keterbatasan Cronbach's alpha maka secara teknis untuk dapat menggunakan ukuran reliabilitas konsistensi internalnya yang berbeda agar lebih tepat, dimana ukuran tersebut dikenal dengan reliabilitas komposit, dengan rumusnya sebagai berikut :

$$\rho_c = \frac{(\sum_{i=1}^M l_i)^2}{(\sum_{i=1}^M l_i)^2 + \sum_{i=1}^M \text{var}(e_i)}$$

Dari rumus diatas diuraikan bahwa l_i melambangkan *standardized outer loading* dari indikator variabel i pada konstruk tertentu dengan pengukuran melalui indikator M , lalu untuk e_i yaitu nilai error pengukuran indikator variabel I , dan $\text{var}(e_i)$ menunjukkan varians dari nilai error pengukuran yang didefinisikan melalui $1 - l_i$. Rentang nilai secara khususnya ada pada nilai antara 0,60 – 0,70 yang dapat

Yenniraya, 2025

PENGARUH PRICE BUNDLING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HOKBEN (SURVEI TERHADAP PENGIKUT INSTAGRAM @HOKBEN_ID)

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

diterima pada studi eksploratif, Sementara itu, pada penelitian lanjutan atau konfirmatori, nilai antara 0,70 hingga 0,95 dianggap sudah memadai dan mencerminkan reliabilitas yang baik. (Hair et al., 2021).

c. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Menurut (Hair et al., 2021) pada validitas diskriminan ini dinilai melalui tiga pengujian didalamnya yaitu pengujian Fornell-Lacker Criteria, Crossloading serta HTMT (*Heterotrait Monotrait Ratio*). Pengukuran evaluasi ini dilakukan dengan memastikan hubungan antara konstruk laten dengan blok indikatornya, sehingga validitas dapat dianggap dalam kategori baik jika nilai *square root* dari *Average Variance Extracted* (AVE) untuk masing-masing konstruk laten melebihi nilai korelasi antar konstruk tersebut.

3. Evaluasi Model Struktural

Setelah tahap evaluasi model pengukuran dilakukan, tahap berikutnya adalah menilai model struktural (*inner model*) guna menegaskan bahwa model tersebut memiliki keandalan. Berdasarkan pendapat Hair et al. (2021), terdapat sejumlah indikator yang dapat digunakan dalam proses penilaian ini, diantaranya:

a. Analisis Multikolinearitas

Nilai toleransi dan faktor penginflasian variasi (VIF) dapat digunakan untuk mengidentifikasi multikolinearitas. Multikolinearitas terjadi apabila nilai toleransi $< 0,20$ atau $VIF > 5$. Kondisi ini menunjukkan bahwa antar indikator saling memengaruhi secara kuat dan bisa menurunkan kualitas model. Jika VIF tinggi, maka disarankan untuk mempertimbangkan penghapusan salah satu indikator (Hair et al., 2021).

b. Nilai R-Square Konstruk Endogen

Besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat diukur melalui nilai R-Square. Kemampuan model untuk menjelaskan varians dalam konstruk endogen ditunjukkan oleh nilainya. Semakin akurat model menjelaskan pengaruhnya, semakin tinggi skor R-Square.

c. Analisis F-Square

Analisis F-Square bertujuan untuk melihat dampak dari tiap variabel bebas terhadap konstruk yang dipengaruhi dalam model. Nilai F-Square menggambarkan besar pengaruh: 0,02, 0,15, dan 0,35 (Hair et al., 2021). Rumusnya:

$$F^2 = \frac{R_{included}^2 - R_{excluded}^2}{1 - R_{included}^2}$$

$R_{included}^2$ dan $R_{excluded}^2$ merupakan nilai R-square dari variabel laten endogen pada saat variabel laten eksogen yang dipilih diinput atau dikeluarkan dari model. Lalu, untuk mengetahui nilai besaran dari pengaruh variabel atau *effect size* untuk mediasi belum diketahui nilai besarnya melalui software SmartPLS 4. Oleh karena itu menurut Ogbeibu et al. (2021) mencari besaran pengaruh mediasi menggunakan *effect size* mediasi upilon yang interpretasi nilainya jika 0,175 maka pengaruh mediasi tinggi, 0,075 maka pengaruh mediasi medium, dan 0,01 maka pengaruh mediasi rendah, yang dihitung melalui rumus berikut :

$$v = \beta^2 MX \beta^2 YM.X$$

Ditunjukkan bahwa $\beta^2 MX$ dan $\beta^2 YM.X$ merupakan kuadrat dari nilai *path coefficient*.

d. Analisis Q-Square Predictive Relevance (Q²)

Analisis yang bertujuan untuk mengevaluasi seberapa baik nilai yang dihasilkan oleh model dan juga parameter-parameter prediktifnya. Statistik Q² diperoleh dari PLS *Predict* yang diukur menggunakan nilai Q-Square Predict ($Q_{predict}^2$) cara ini merupakan cara terbaru menggantikan stone geisser ataupun prosedur *blindfolding* menurut buku Hair et al. (2021). Apabila nilai Q-Square lebih besar dari nol, maka model dinilai memiliki relevansi prediktif yang baik. Sebaliknya, apabila nilai Q-Square bernilai negatif, maka kemampuan prediktif model tersebut dianggap kurang memadai.

e. Analisis *Goodness of Fit* (GoF)

Ini akan menjadi analisis SEM dengan basis kovarian dimana didalamnya terdapat perbedaan dengan analisis *Goodness of Fit* (GoF). Karena pengujian GoF ini tidak dibarengi dalam output PLS-SEM dan dilakukan dengan cara manual.

Menurut Tenenhaus kategori nilai GoF kecil, sedang, dan tinggi masing-masing nilainya adalah 0,1, 0,25 dan 0,38. Berikut cara perhitungan melalui analisis GoF :

$$GoF = \sqrt{AVE} \times \sqrt{R^2}$$

3.7.3 Uji Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Tahapan akhir dalam penerapan metode PLS-SEM adalah pengujian hipotesis secara statistik, yang dilakukan dengan teknik *bootstrapping* atau dikenal juga sebagai analisis *path coefficient*. Pengujian ini bertujuan untuk membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Suatu hipotesis dapat terealisasi atau terbukti jika nilai ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Selain itu, pengujian juga mempertimbangkan nilai *p-value*. Jika *p-value* memiliki angka di bawah 0,05, maka hasil pengujian tersebut dianggap signifikan, yang berarti hipotesis alternatif diterima. Berikut ini merupakan rancangan pengujian hipotesis pada penelitian ini:

a. Hipotesis Pertama

- $H_0 : \beta = 0 \rightarrow$ *Price bundling* tidak mempengaruhi keputusan pembelian.
- $H_a : \beta > 0 \rightarrow$ *Price bundling* mempengaruhi keputusan pembelian.

b. Hipotesis Kedua

- $H_0 : \beta = 0 \rightarrow$ Kualitas produk tidak mempengaruhi keputusan pembelian.
- $H_1 : \beta > 0 \rightarrow$ Kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian.