

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini mengkaji tentang dua variabel yang diteliti, variabel independen (X1) adalah *discount*, (X2) adalah bonus *pack* dan variabel dependen (Y) adalah keputusan pembelian. Variabel independen adalah variabel bebas yang disebut variabel stimulus atau prediktor menurut Sugiyono (2012: 39). Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Maka dari itu yang menjadi variabel bebas (variabel independen) dalam penelitian ini adalah *discount* (X1) yang terdiri 3 Indikator yaitu mendorong pembelian dalam jumlah besar, mendorong agar pembelian dapat dilakukan dengan kontan atau waktu yang lebih cepat, dan mengikat pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan lain. Sedangkan (X2) bonus *pack* yang terdiri dari 3 indikator memberikan nilai ekstra, strategi bertahan yang efektif, dan menghasilkan penjualan dengan lebih besar.

Variabel dependen adalah variabel terikat yang biasa disebut variabel *output*, kriteria dan konsekuen menurut Sugiyono (2012: 39). Dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Maka dari itu yang menjadi variabel terikat (variabel dependen) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y), yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, penentuan jumlah pembelian, penentuan waktu pembelian, dan penentuan metode pembayaran.

Subjek dalam penelitian ini adalah *member* Indogrosir Bandung yang terdiri dari 3 pemilik kartu member yaitu member biru (regular), merah (khusus), dan hitam (*platinum*) dan penelitian ini dilakukan pada kurun waktu kurang dari satu tahun. Menurut Husein (2008), *Cross sectional method* adalah metode penelitian

dengan cara mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu, tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang.

## **3.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian**

### **3.2.1 Metode Penelitian**

Berdasarkan variabel pada penelitian ini, bahwa jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2014), penelitian deskriptif adalah penelitian yang berfungsi untuk mendeskriptifkan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi yang sebagaimana adanya atau tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Penelitian deskriptif pada penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran *discount* serta bonus *pack* dan gambaran mengenai keputusan pembelian di Indogrosir Bandung.

Menurut Sugiyono (2014), penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran data yang diperoleh dilapangan yang telah dikumpulkan. Penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis, mengenai pengaruh *discount* dan bonus *pack* terhadap keputusan pembelian di Indogrosir Bandung.

### **3.2.2 Desain Penelitian**

Menurut Arikunto (2010), desain penelitian adalah rencana atau rancangan yang dibuat oleh peneliti, sebagai ancar-ancar kegiatan yang akan dilaksanakan. Desain penelitian merupakan perencanaan mengenai penelitian yang akan dijalankan yang merupakan pedoman dari saat memulai penelitian sampai dengan menyimpulkan penelitian.

Desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian kausal. Penelitian kausal merupakan penelitian yang bertujuan untuk membuktikan hubungan sebab dan akibat atau hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang diteliti. Variabel yang mempengaruhi disebut variabel independen sedangkan variabel yang dipengaruhi disebut variabel dependen.

## **3.3 Operasionalisasi Variabel**

Operasional variabel adalah seperangkat alat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus dicermati dan bagaimana mengukur suatu variabel atau konsep.

(Arikunto: 2010). Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel, yaitu variabel independen (X1 dan X2) dan variabel dependen (Y).

1. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen (X1) adalah *discount*. *Discount* pada operasional variabel ini tidak memiliki dimensi sehingga langsung menurunkan pertanyaan langsung melalui indikator.
2. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen (X2) adalah *bonus pack*. *Bonus pack* pada operasional variabel ini tidak memiliki dimensi sehingga langsung menurunkan pertanyaan langsung melalui indikator.
3. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (Y) adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian memiliki 6 dimensi dan ukuran untuk menyusun pertanyaan.

Berdasarkan kesimpulan diatas maka operasionalisasi variabel pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini.

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel

Varibel/Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
<i>Discount</i> (X1), Kotler (2016), <i>discount</i> adalah penyesuaian harga dasar untuk memberikan penghargaan pada pelanggan atas reaksi-reaksi tertentu, seperti pembayaran tagihan lebih awal, volume pembelian, dan pembelian diluar musim	<i>Discount</i> Tidak memiliki dimensi sehingga langsung menurunkan pada Indikator	Mendorong pembelian dalam jumlah besar	-Indogrosir meberikan Harga Murah untuk pembelian jumlah banyak	Ordinal	1,2
		Mendorong agar pembelian dapat dilakukan dengan kontan atau waktu yang lebih pendek	-Indogrosir meberikan Penawaran <i>discount</i> untuk pembelian jumlah banyak -Indogrosir meberikan Keterterikan <i>discount</i> untuk pembelian jumlah	Ordinal	3,4

Varibel/Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
			banyak		
		Mengikat pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan lain	-Indogrosir menerapkan sistem <i>discount</i> untuk pembelian jumlah banyak -Indogrosir memberikan <i>discount</i> untuk pembelian jumlah banyak	Ordinal	5,6
Bonus <i>pack</i> (X2), Belch & Belch (2009), bonus <i>pack</i> menawarkan muatan ekstra dari sebuah produk dengan harga normal	Bonus <i>pack</i> tidak memiliki dimensi sehingga langsung menurunkan pada Indikator	Memberikan penawaran dengan manfaat ekstra	-Indogrosir menawarkan Pilihan produk bonus <i>pack</i> -Indogrosir memberikan manfaat bonus <i>pack</i>	Ordinal	7,8
		Strategi bertahan terhadap promosi produk baru dari pesaing	- Indogrosir membuat pembelian yang tepat adanya bonus <i>pack</i> -Indogrosir membuat	Ordinal	9,10

Varibel/Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
			keterterarikan belanja adanya bonus <i>pack</i>		
		Menghasilkan pesanan penjualan yang lebih besar.	-Indogrosir memberikan kemudahan pembayaran -Indogrosir memberikan Program promo	Ordinal	11,12
Keputusan pembelian (Y), Kotler dan Armstrong (2014), mengemukakan keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui tahapan-tahapan yang dilalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi kebutuhan yang dirasakan,	Pemilihan produk	-Pilihan produk berkualitas - Pencarian produk kebutuhan	- Indogrosir memberikan pilihan produk berkualitas - Indogrosir Bandung memberikan pilihan produk yang dibutuhkan	Ordinal	13,14
	Pemilihan merek	-Pengenalan merek - Keberagaman merek	- Indogrosir Bandung mengenalkan merek yang dijualnya - Indogrosir menawarkan	Ordinal	15,16

Varibel/Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
kegiatan sebelum membeli, perilaku waktu memakai, dan perasaan setelah membeli	Pemilihan saluran pembelian	-Kepercayaan lokasi	beragam merek pada pelanggan	Ordinal	17,21
		- kepercayaan harga	- Indogrosir berada di lokasi yang terjangkau dari pelanggan		
		-kepercayaan Kelengkapan	- Indogrosir memberikan harga yang murah dibandingkan pusat grosir lain		
		-Kepercayaan Kenyamanan	- Indogrosir mempunyai kelengkapan produk yang disediakan.		
		-Kepercayaan luas tempat	-Indogrosir memberikan kenyamanan saat belanja -Indogrosir memiliki luas toko lebih dari 5000m2		

Varibel/Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	Item
	Penentuan jumlah pembelian	-Ketersediaan barang yang dijual -Ketersediaan stock	-Indogrosir menyediakan jumlah barang yang dijual -Indogrosir menyediakan stock barang yang dibutuhkan pelanggan	Ordinal	22,23
	Penentuan waktu pembelian	-Kebutuhan pembelian - Promo pembelian	- Indogrosir menentukan kapan barang akan dijual - Indogrosir menentukan kapan promo akan dikeluarkan	Ordinal	24,25
	Peentuan metode pembayaran	-Sistem pembayaran -Keamanan pembayaran	-Indogrosir menyediakan berbagai cara pembayaran -Indogrosir memberikan keamanan saat proses pembayaran	Ordinal	26,27



### **3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Jenis dan Sumber Data**

Sumber data merupakan sesuatu yang harus dikumpulkan lebih dulu oleh peneliti sebelum mengolahnya menjadi informasi. Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

##### **1. Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti (Sugiyono: 2014). Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh melalui kuesioner dari konsumen atau *member* yang terbagi menjadi 3 kategori member yang di gabungkan Indogrosir Bandung yaitu member biru, member merah, dan member hitam yang mengunjungi toko Indogrosir mengenai program *discount* dan bonus *pack*.

##### **2. Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data terhadap pengumpul data, misalnya melalui dokumen menurut (Sugiyono: 2014). Sumber data sekunder diperoleh dari berbagai literatur, karya-karya ilmiah, *website*, artikel maupun data-data kunjungan pada gerai Indogrosir dengan melihat katalog belanja yang berhubungan dengan *discount* dan bonus *pack* terhadap keputusan pembelian serta data mengenai profil Indogrosir Bandung.

#### **3.4.2 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada *member* Indogrosir Bandung yang sudah melakukan belanja di gerai Indogrosir. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono: 2014). Dalam penelitian ini, kuesioner diberikan kepada *member* yang

sudah berbelanja di Indogrosir yang menyangkut *discount*, *bonus pack*, dan keputusan pembelian.

#### 1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari setiap hal yang berhubungan dengan penelitian ini. Hal yang dipelajari untuk penelitian ini bisa didapatkan dari buku, ataupun internet yang dapat membantu memberi informasi dalam pemahaman, konsep maupun teori yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

#### 2. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada setiap responden yang merupakan *member* Indogrosir Bandung mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu mengenai keputusan pembelian.

#### 3. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian, dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara peneliti dengan manajemen Indogrosir Bandung dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).

#### 4. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan juga pencatatan sistematis atas unsur-unsur yang muncul dalam suatu gejala atau gejala-gejala yang muncul dalam objek penelitian. Hasil dari observasi tersebut akan dilaporkan dalam suatu laporan yang tersusun secara sistematis mengikuti aturan yang berlaku.

Untuk lebih jelas mengenai jenis, sumber, dan teknik pengumpulan data dapat dilihat melalui tabel 3.2.

Tabel 3. 2 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengambilan Data

Sub Research	Data	Analisis	Field Work	Waktu
Bagaimana gambaran mengenai <i>Discount</i>	1. Indikator <i>discount</i> menurut McCarthy	- Pembuatan kuesioner berdasarkan opvar	- <b>Populasi:</b> pelanggan atau <i>Member</i> Indogrosir Bandung.	- Uji validitas & realibilitas selama 6 hari
	- Mendorong dengan pembelian jumlah besar	- Pengumpulan responden	7000 member dari 3 kriteria member	- Sampel untuk responden selama 6 hari.
	-Mendorong agar pembelian dapat dilakukan dengan kontan atau waktu yang lebih pendek	- Pengelompokan berdasarkan kriteria <i>member</i>	- <b>Sample:</b> 100 responden berdasarkan rumus slovin dengan persisi 10% dan penyebaran melalui survei	- Mengolah data <i>likert</i> selama 2 hari
	-Mendorong agar pembelian tidak berpindah keperusahaan lain.	- Peringkat berdasarkan skor tertinggi hingga terendah	- <b>Teknik Sampling:</b> <i>non-probability sampling</i>	- Membuat garis kontinum selama 1 hari
	2. Data Primer menurut persepsi Konsumen dari kuesioner terbuka	- Analisis sebab akibat dari tiap skor	- <b>Metode Sampling :</b> <i>Purposive sampling</i>	- Menjawab rumusan masalah selama 3 hari
	3.Data Sekunder menurut media massa dan perusahaan	- Membuat garis kontinum	- <b>Syarat Responden:</b> <i>Member</i> Indogrosir Bandung yang sudah berbelanja dan melihat promosi <i>discount</i> di Indogrosir Bandung melalui katalog atau iklan lainnya.	- Pengolahan data kembali apabila terdapat kesalahan selama 2 hari. - Analisis hasil regresi selama 2 hari

Bagaimana gambaran mengenai Bonus <i>pack</i>	<p>1. Indikator bonus <i>pack</i> menurut Belch dan Belch (2009)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memberikan nilai ekstra</li> <li>- Strategi bertahan yang efektif</li> <li>- Menghasilkan penjualan lebih besar</li> </ul> <p>2. Data primer menurut persepsi konsumen dari kuesioner terbuka</p> <p>3. Data sekunder menurut media massa Perusahaan</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembuatan kuesioner berdasarkan opvar</li> <li>- Pengumpulan responden</li> <li>- Pengelompokan berdasarkan kriteria <i>member</i></li> <li>- Peringkat berdasarkan skor tertinggi hingga terendah</li> <li>- Analisis sebab akibat dari tiap skor</li> <li>- Membuat garis kontinum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Populasi:</b> pelanggan atau <i>Member</i> Indogrosir Bandung. 7000 member dari 3 kriteria member.</li> <li>- <b>Sample:</b> 100 responden berdasarkan rumus Slovin dengan persisi 10% dan penyebaran melalui survei</li> <li>- <b>Teknik Sampling:</b> <i>Non-probability sampling</i></li> <li>- <b>Metode Sampling :</b> <i>Purposive sampling</i></li> <li>- <b>Syarat Responden:</b> <i>Member</i> Indogrosir Bandung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uji validitas &amp; realibilitas selama 6 hari</li> <li>- Sampel untuk responden selama 6 hari.</li> <li>- Mengolah data likert selama 2 hari</li> <li>- Membuat garis kontinum selama 1 hari</li> <li>- Menjawab rumusan masalah selama 3 hari</li> <li>- Pengolahan data kembali apabila terdapat kesalahan selama 2 hari.</li> <li>- Analisis hasil regresi selama 2 hari</li> </ul>
Bagaimana gambaran mengenai keputusan pembelian menurut persepsi konsumen.	<p>1. Dimensi keputusan pembelian menurut</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Pemilihan produk</li> <li>-Pemilihan merek</li> <li>-Pemilihan saluran pembelian</li> <li>-Penentuan jumlah pembelian</li> <li>-Penentuan waktu pembelian</li> <li>-Penentuan metode</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Olah data deskriptif</li> <li>- Pembuatan kuesioner berdasarkan opvar</li> <li>- Pengumpulan responden</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>yang sudah berbelanja dan melihat promosi bonus <i>pack</i> di Indogrosir Bandung melalui katalog atau iklan lainnya.</li> </ul>	

---

pembayaran

2. Data primer menurut

persepsi konsumen

3. Data sekunder menurut

perusahaan dan target

konsumen

perusahaan.

---

Apakah terdapat pengaruh dari <i>discount</i> dan bonus <i>pack</i> terhadap keputusan pembelian >	- Hasil data melalui kuesioner yang telah diisi oleh responden - Korelasi <i>product moment</i> .	-Mengolah data melalui skala Ordinal - Melakukan uji regresi berganda menggunakan aplikasi <i>SPSS 24.0</i>
--	--	--

---

### 3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

#### 3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014), populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi sasaran pada penelitian ini adalah *member* Indogrosir Bandung yang melihat promosi *discount* dan bonus *pack* saat berbelanja atau melalui katalog. Maka dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah *member* Indogrosir Bandung yang melihat promosi *discount* dan bonus *pack*. Indogrosir Bandung mempunyai *member* sekitar 7000 dimana 5000 dari *member* merah (khusus), 1500 *member* biru (regular), dan 500 *member* hitam (*platinum*).

#### 3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono: 2014). Sampel digunakan untuk mempermudah penelitian, karena dalam penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi dapat diteliti karena keterbatasan waktu, keterbatasan biaya, dan keterbatasan tenaga yang tersedia.

Menentukan jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini dengan cara menggunakan rumus *slovin* dalam Ridwan (2013), dengan rumus:

$$n = \frac{N}{N \cdot d^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel (responden dalam penelitian)

N = Jumlah populasi 7000 dari 3 kategori *member*.

d<sup>2</sup> = Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini, presisi yang ditetapkan sebesar 10 %)

Berikut Hasil dari penghitungan jumlah sampel dari 7000 populasi *member* Indogrosir Bandung:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{7000}{7000 \cdot 0,10^2 + 1} \\
 &= 7000 \cdot (0,01) + 1 \\
 &= 70 + 1 \\
 &= 71 \\
 &= \frac{7000}{71} \\
 &= 98,59 \\
 &= 99 \text{ dibulatkan } 100
 \end{aligned}$$

$$n = \frac{5000}{7000} \times 100 = 71,4 = 71$$

$$n = \frac{1500}{7000} \times 100 = 21,4 = 21$$

$$n = \frac{500}{7000} \times 100 = 7,1 = 7$$

$$n = 71 + 21 + 7 = 99 \text{ dibulatkan } 100$$

### 3.5.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2014), teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling dibagi menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Sedangkan *non probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan peluang pada setiap populasi untuk dijadikan anggota sampel.

Teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling* dengan *proportionate stratified random sampling*. *Proportionate stratified random sampling* menurut Sugiyono (2014), teknik ini umumnya digunakan jika populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional. Misalnya suatu organisasi yang mempunyai pegawai dari berbagai latar belakang pendidikan, maka populasi pegawai itu berstrata. Populasi berjumlah 100 orang diketahui anak lulusan SMA 40 orang, S1 25 orang, S2 20 orang, dan S3 15 orang. Jumlah sampel yang harus diambil meliputi strata pendidikan tersebut dan diambil secara proporsional.

### 3.6 Uji Instrumen Penelitian

Memperoleh data yang sesuai dengan permasalahan dalam penelitian diperlukan instrumen yang tepat agar data yang terkumpul sesuai dengan yang diharapkan. Pengumpulan data untuk suatu penelitian instrumen dilakukan sebagai alat evaluasi. Instrumen penelitian yang sudah disusun nantinya diuji kepada responden diluar sampel penelitian untuk menemukan gambaran validitas dan reliabilitas instrumen. Penggunaan kuesioner sebagai instrument yang dipilih karena peneliti mengetahui dengan tepat hal-hal yang diperlukan dan cara mengukur variabel-variabel dalam model penelitian. Kuesioner yang akan diberikan kepada anggota Indogrosir Bandung dengan tipe pertanyaan tertutup dan terbuka dimana responden memilih jawaban alternatif yang terdapat dalam kuesioner. Kuesioner akan dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama berisi mengenai informasi data responden meliputi nama, usia, pendidikan terakhir, pendapatan per bulan, dan jenis member. Bagian kedua berisi pertanyaan – pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian. Informasi pribadi responden diperlukan untuk membantu menjelaskan karakteristik sampel dalam penelitian. Sedangkan kuesioner terbuka berisi tentang jawaban terkait dari indikator variabel.

#### 3.6.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014), uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan. Uji validitas dilakukan untuk menguji keabsahan instrumen penelitian yang hendak disebarkan. Teknik yang digunakan adalah teknik korelasi melalui koefisien korelasi. Skor ordinal dari setiap item pertanyaan yang diuji validitasnya dikorelasikan dengan skor ordinal keseluruhan item, jika koefisien korelasi tersebut positif, maka item tersebut valid, sedangkan jika negatif maka tidak valid yang kemudian akan digantikan atau dikeluarkan dari kuesioner. Rumus korelasi *product moment* dijabarkan dibawah ini:



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

Keterangan:

- $r_{xy}$  = Koefisien validitas item yang dicari  
 X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item  
 Y = Skor total  
 $\sum x$  = Jumlah skor dalam distribusi X  
 $\sum y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y  
 $\sum x_i^2$  = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi X  
 $\sum y_i^2$  = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi Y  
 n = Jumlah responden

Keputusan pengujian validitas responden jika ditentukan dengan rumus manual sebagai berikut:

1. Item pertanyaan responden dikatakan valid jika r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ).
2. Item pertanyaan responden dikatakan tidak valid jika r hitung lebih kecil dari r tabel ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ).
3. Jika ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ), tapi berganda negatif, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

Selanjutnya uji t dengan rumus

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

Dimana:

- t = Nilai t Hitung  
 r = Koefisien Korelasi hasil r Hitung  
 n = Jumlah responden

Distribusi (tabel t) untuk  $\alpha = 0,05$  dan derajat kebebasan ( $dk = n-2$ ) kaidah keputusan : jika ( $t_{hitung} < t_{tabel}$ ) berarti valid, dan sebaliknya , jika ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) tidak

valid, jika instrumen itu valid, maka dilihat kriterianya penafsiran mengenai indeks korelasinya ( $r$ ) sebagai berikut:

1. Antara 0,000 – 0,199 : Sangat Rendah
2. Antara 0,200 – 0,399 : Rendah
3. Antara 0,400 – 0,599 : Cukup tinggi
4. Antara 0,600 – 0,799 : Tinggi
5. Antara 0,800 – 0,999 : Sangat Tinggi

Uji validitas ini akan menggunakan *Microsoft Excel 2013* atau *software SPSS 24.0* untuk mengetahui hasil dari uji validitasnya.

**Tabel 3. 3 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian Variabel X dan Variabel Y**

*(Discount) (X1)*

No	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
<b>Mendorong Pembelian dalam jumlah besar</b>				
1	Saya membeli produk dalam jumlah banyak jika harga produk lebih murah	0,709	0,374	Valid
2	Saya membeli produk dalam jumlah lebih banyak karena harga produk diberikan potongan sehingga lebih rendah dari harga normal	0,649	0,374	Valid
<b>Mendorong agar pembelian dapat dilakukan dengan kontan atau waktu yang lebih cepat</b>				
3	Saya memiliki produk favorit, tetapi saya lebih sering membeli produk yang menawarkan <i>discount</i>	0,696	0,374	Valid
4	Saya tertarik membeli produk yang menawarkan <i>discount</i>	0,532	0,374	Valid
<b>Mengikat pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan lain</b>				

5	Indogrosir menerapkan sistem <i>discount</i> agar pelanggan ingin membeli dalam jumlah banyak	0,600	0,374	Valid
6	Indogrosir memberikan <i>discount</i> ketika pelanggan membeli produk dengan jumlah yang banyak.	0,524	0,374	Valid

**(Bonus Pack) (X2)**

No	Pernyataan	'hitung	'tabel	Keterangan
<b>Memberikan penawaran ekstra</b>				
1	Saya memiliki produk favorit, tetapi saya lebih sering membeli sebuah produk yang menawarkan bonus <i>pack</i>	0,725	0,374	Valid
2	Saya lebih suka membeli produk yang menawarkan bonus <i>pack</i> karena memiliki muatan ekstra	0,646	0,374	Valid
<b>Strategi bertahan terhadap promosi produk baru dari pesaing</b>				
3	Saya merasa melakukan pembelian yang tepat ketika saya membeli sebuah produk yang menawarkan bonus <i>pack</i>	0,584	0,374	Valid
4	Saya tertarik membeli produk yang menawarkan bonus <i>pack</i> dibandingkan produk lain	0,741	0,374	Valid
<b>Menghasilkan pesanan penjualan yang lebih besar</b>				
5	Indogrosir menetapkan bahwa pembelian produk dapat dilakukan menggunakan kartu kredit untuk memicu pesanan yang lebih banyak dari pelanggan	0,628	0,374	Valid
6	Promo program pembelian <i>online</i> “Klik Indogrosir” dapat memicu	0,660	0,374	Valid

pesanan yang lebih banyak dari pelanggan

**(Keputusan Pembelian) (Y)**

No	Pernyataan	<i>r</i> <sub>hitung</sub>	<i>r</i> <sub>tabel</sub>	Keterangan
<b>Pemilihan produk</b>				
1	Saya ditawarkan pilihan produk berkualitas saat saya berbelanja di Indogrosir	0,668	0,374	Valid
2	Saya diberikan kemudahan untuk mencari produk yang dibutuhkan di Indogrosir	0,539	0,374	Valid
<b>Pemilihan merek</b>				
3	Saya diberikan kemudahan untuk mencari merek yang saya sukai di Indogrosir	0,648	0,374	Valid
4	Saya ditawarkan beragam merek produk lain saat berbelanja	0,462	0,374	Valid
<b>Pemilihan saluran pembelian</b>				
5	Saya merasakan bahwa lokasi Indogrosir lebih mudah di jangkau	0,658	0,374	Valid
6	Saya berbelanja di Indogrosir karena harga di Indogrosir lebih murah di bandingkan pusat grosir lain	0,660	0,374	Valid
7	Saya berbelanja di Indogrosir karena Indogrosir menyediakan barang yang lengkap	0,697	0,374	Valid
8	Saya merasakan kenyamanan saat berbelanja di Indogrosir	0,531	0,374	Valid
9	Saya merasa percaya bahwa Indogrosir	0,635	0,374	Valid

	pusat perkulakan yang bagus karena luas toko lebih dari 5000m <sup>2</sup>			
<b>Penentuan jumlah pembelian</b>				
10	Saya berbelanja di Indogrosir karena tersedia barang yang banyak	0,651	0,374	Valid
11	Saya berbelanja di Indogrosir karena menyediakan stock barang yang dibutuhkan pelanggan	0,617	0,374	Valid
<b>Penentuan waktu pembelian</b>				
12	Saya berbelanja di Indogrosir dengan kurun waktu yang tidak tentu	0,436	0,374	Valid
13	Saya memilih berbelanja di Indogrosir karena adanya program promo setiap hari	0,590	0,374	Valid
<b>Penentuan Metode Pembayaran</b>				
14	Saya berbelanja di Indogrosir karena pembayarannya menggunakan berbagai cara	0,704	0,374	Valid
15	Indogrosir memberikan keamanan saat saya melakukan pembayaran	0,530	0,374	Valid

*Sumber: Hasil pengolahan data 2017 dengan SPSS24.0 for windows*

### 3.6.2 Uji Realibilitas

Instrumen dalam penelitian selain harus valid juga harus dapat dipercaya (reliabel). Menurut Sugiyono (2014), hasil penelitian yang reliabel, apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda.

Uji reliabilitas yang peneliti gunakan adalah rumus *Alpha Cronbach*. Koefisien *Alpha Cronbach* ( $C\alpha$ ) merupakan statistik yang sering dipakai untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai jika koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,700. Rumus untuk mengukur reliabilitas yaitu:

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

r = Nilai reliabilitas

k = Banyaknya item pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_t^2$  = Jumlah varian tiap item

$\sigma_t^2$  = Varian total

Langkah-langkah pengujian dengan menggunakan rumus tersebut adalah sebagai berikut:

1. Membuat daftar distribusi nilai untuk setiap item angket dengan langkah-langkah sebagai berikut:
  - a) Memberikan nomor pada angket yang masuk
  - b) Memberikan nomor pada setiap item sesuai dengan bobot yang telah ditentukan yakni kategori 5 skala ordinal
  - c) Menjumlahkan skor untuk setiap responden dan kemudian jumlah skor tersebut dikuadratkan
  - d) Menjumlahkan skor yang ada pada setiap item dari setiap jawaban yang diberikan responden. Total dari setiap jumlah skor setiap item harus sama dengan total skor dari setiap responden
  - e) Mengkuadratkan skor-skor jawaban dari tiap-tiap responden untuk setiap item, dan kemudian menjumlahkannya

Jumlah varian tiap-tiap skor dapat dicari dengan rumus:

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum X^2 \frac{(\sum X)^2}{N}}{N}$$

Keterangan:

$\sigma_t^2$  = Varian skor tiap item

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat item X

$(\sum X)^2$  = Jumlah item X yang dikuadratkan

N = Jumlah responden

Keputusan pengujian reliabilitas ditentukan sebagai berikut:

1. Item pertanyaan-pertanyaan dikatakan reliabel jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ).
2. Item pertanyaan-pertanyaan dikatakan tidak reliabel jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ).

**Tabel 3. 4 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Discount, Bonus Pack dan Keputusan Pembelian**

No	Variabel	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	<i>Discount</i>	0.895	0.700	Realiabel
2.	<i>Bonus Pack</i>	0.837	0.700	Realiabel
3.	Keputusan Pembelian	0.900	0.700	Realiabel

Sumber: Hasil pengolahan data 2017 dengan SPSS 24.0 for windows

### 3.7 Teknik Analisis Data

Data yang telah terkumpul dari responden kemudian harus dilakukan pengolahan dan penafsiran data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat pengaruh antara variabel kualitas produk, harga, desain produk dan variabel Y keputusan pembelian. Menurut Arikunto (2010:278), secara garis besar, analisis data meliputi tiga langkah yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian sebagai berikut:

1. *Editing*, yaitu pemeriksaan angket yang terkumpul kembali setelah diisi oleh responden seperti mengecek kelengkapan data artinya memeriksa isi instrumen pengumpulan data (termasuk pula kelengkapan lembar instrumen barangkali ada yang terlepas atau sobek).
2. *Coding*, yaitu pemberian skor atau kode untuk setiap pilihan dari item berdasarkan ketentuan yang ada dimana untuk menghitung bobot nilai dari setiap pertanyaan atau pernyataan dalam angket menggunakan skala *likert* kategori lima. Skor atau bobot untuk jawaban positif diberi skor 5-4-3-2-1, sedangkan untuk jawaban negatif diberi skor 1-2-3-4-5.

#### 3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui gambaran dari variabel yang diteliti secara mandiri berdasarkan data hasil kuesioner setelah di analisis. Analisis data dengan menggunakan analisis statistik deskriptif kemudian disajikan

Radi Mochammad Haiqal, 2017

PENGARUH DISCOUNT DAN BONUS PACK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INDOGROSIR BANDUNG

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

dalam tabel dan diinterpretasikan. Menurut Sugiyono (2014), statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul tanpa bermaksud untuk menggeneralisasikan.

Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan skor variabel X dan variabel Y serta kedudukannya, dengan prosedur sebagai berikut:

1. Menentukan jumlah skor kriterium (SK) dengan rumus:

$$\mathbf{SK = ST \times JB \times JR}$$

Keterangan:

SK = Skor kriterium

ST = Skor tertinggi

JB = Jumlah butir

JR = Jumlah responden

2. Membandingkan jumlah skor hasil kuesioner dengan jumlah skor kriterium, untuk mencari jumlah skor hasil kuesioner dengan rumus :

$$\sum xi = x1 + x2 + x3 + \dots + xn$$

Keterangan:

$\sum xi$  = Jumlah skor hasil kuesioner variabel X

$x1 - xn$  = Jumlah skor kuesioner masing-masing responden

3. Membuat daerah kategori kontinum menjadi lima tingkatan, contohnya sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

- Menentukan kontinum tertinggi dan terendah.

Tinggi:  $SK = ST \times JB \times JR$

Rendah:  $SK = SR \times JB \times JR$

Keterangan:

ST = Skor tertinggi

SR = Skor terendah

JB = Jumlah butir

JR = Jumlah responden

- Menentukan selisih skor kontinum dari setiap tingkatan rumus:



$$R = \frac{\text{SkorKontinumTinggi} - \text{SkorKontinumRendah}}{3}$$

- Membuat garis kontinum dan menentukan daerah letak skor hasil penelitian. Menentukan persentase letak skor hasil penelitian (*rating scale*) dalam garis kontinum ( $S/\text{Skor maksimal} \times 100\%$ ).



**Gambar 3. 1 Contoh Garis Kontinum**

Membandingkan skor total tiap variabel dengan *parameter* di atas untuk memperoleh gambaran *discount* (X1) dan bonus *pack* (X2) serta variabel keputusan pembelian (Y).

Dalam analisis deskriptif ini tidak dirumuskan hipotesis kerja, hanya menggambarkan keadaan variabel berdasarkan data kuesioner yang terkumpul. Adapun variabel yang dideskripsikan terdiri dari variabel *discount* (X1) dan bonus *pack* (X2) dan variabel keputusan pembelian (Y). Dalam penafsiran data yang terkumpul, digunakan persentase dari 0% - 100 % yang disajikan dalam tabel dan diagram. Kriteria penafsiran pengolahan data berdasarkan tabel berikut;

**Tabel 3. 5 Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Kuesioner**

No	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1	0 % - 20 %	Sangat Rendah
2	21 % - 40 %	Rendah
3	41 % - 60 %	Cukup Tinggi
4	61 % - 80 %	Tinggi
5	81 % - 100 %	Sangat Tinggi

*Sumber: Sugiyono (2014)*

Pada penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel penelitian sebagai berikut:

- Analisis deskriptif *discount* yang terdiri dari 3 indikator mendorong pembelian dalam jumlah besar, mendorong agar pembelian dilakukan

dengan kontan atau waktu yang lebih pendek, dan mengikat pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan lain.

- b. Analisis deskriptif bonus *pack* yang terdiri dari 3 indikator memberikan nilai ekstra, strategi bertahan yang efektif, dan menghasilkan penjualan lebih besar.
- c. Analisis deskriptif keputusan pembelian yang terdiri dari indikatornya pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan saluran pembelian, peentuan jumlah pembelian, penentuan waktu pembelian, dan penentuan metode pembayaran.

### 3.7.2 Analisis Data Verifikatif

Analisis verifikatif adalah teknik analisis untuk mencari seberapa besar pengaruh *discount* dan bonus *pack* terhadap keputusan pembelian di Indogrosir Bandung. Langkah analisis verifikatif dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI) dengan teknik *likert*. Mengingat data variabel yang digunakan dalam penelitian ini seluruhnya adalah data skala ordinal. Sementara pengolahan data dengan penerapan statistik parametrik mensyaratkan data sekurang-kurangnya harus diukur dalam skala interval. Dengan demikian semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI).

Menurut Sugiyono (2014), Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dalam penelitian ini dapat berupa kata-kata dan diberi skor.

#### 3.7.2.1 Uji Asumsi Normalitas

Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal maka digunakan uji normalitas untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini dapat dilakukan dengan

uji histogram, uji normal P-Plot, uji Chi Square, Skewnes dan Kurtonis atau uji *Kolmogorov Smirnov*.

Analisis regresi merupakan bagian dari analisis data statistik parametris. Menurut Sugiyono (2014), asumsi utama dalam melakukan analisis statistika parametris adalah data yang dianalisis harus berdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah data yang dianalisis dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak, maka dilakukan uji normalitas.

### 3.7.2.2 Analisis Korelasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel X1 dan X2 dan variabel Y dalam penelitian ini, dibuktikan dengan menggunakan analisis korelasi (*Pearson*). Karena dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian skala pengukuran ordinal. Analisis korelasi merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar variabel. Arah dinyatakan dalam positif atau negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi. Koefisien korelasi dapat dinyatakan  $-1 \leq R \leq 1$  jika:

1.  $R = 1$  Maka pengaruh X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1 pengaruh sangat kuat dan positif)
2.  $R = -1$  Maka pengaruh X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1 pengaruh sangat kuat dan negatif)
3.  $R = 0$  Maka pengaruh X dan Y lemah sekali atau bahkan tidak ada pengaruh sama sekali

Selanjutnya untuk mencari koefisien korelasi antara X1 terhadap Y dan X2 terhadap Y adalah sebagai berikut:

1. Menghitung koefisien korelasi antara *discount* (X1) terhadap (Y) keputusan pembelian.

$$r_{X_1Y} = \frac{\sum X_1Y}{\sqrt{\sum X_1^2 \cdot \sum Y^2}}$$

2. Menghitung koefisien korelasi antara bonus *pack* (X2) terhadap (Y) keputusan pembelian.

$$r_{X_2Y} = \frac{\sum X_2Y}{\sqrt{\sum X_2^2 \cdot \sum Y^2}}$$

3. Menghitung koefisien korelasi antara *discount* (X1) terhadap bonus *Pack* (X2)

$$r_{X_1X_2} = \frac{\sum X_1X_2}{\sqrt{\sum X_1^2 \cdot \sum X_2^2}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

X1 = *Discount*

X2 = *Bonus Pack*

Y = Keputusan Pembelian

Rumus diatas digunakan untuk mencari koefisien, dimana koefisien korelasi ini digunakan untuk mencari korelasi secara parsial dan simultan adalah sebagai berikut:

1. Korelasi secara parsial antar X1 dan Y apabila X2 dianggap konstan dengan perhitungan sebagai berikut:

$$r_{X_1Y} = \frac{r_{X_1Y} - r_{X_2Y} \cdot r_{X_1X_2}}{\sqrt{1 - r_{X_2Y}^2 (1 - r_{X_1X_2}^2)}}$$

2. Korelasi secara parsial antara X2 dan Y apabila X1 dianggap konstan dengan perhitungan sebagai berikut

$$r_{X_2Y} = \frac{r_{X_2Y} - r_{X_1Y} \cdot r_{X_1X_2}}{\sqrt{1 - r_{X_1Y}^2 (1 - r_{X_1X_2}^2)}}$$

3. Korelasi secara simultan antara X1 dan X2 terhadap Y dengan perhitungan sebagai berikut :

$$r_{X_1X_2Y} = \sqrt{\frac{r_{X_1Y}^2 + r_{X_2Y}^2 - 2r_{X_1Y} \cdot r_{X_2Y} \cdot r_{X_1X_2}}{(1 - r_{X_1X_2}^2)}}$$

Menurut Sugiyono (2014), untuk mengetahui kuat rendahnya hubungan pengaruh dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 3. 6 Koefisien Korelasi**

<b>Interval Koefisien</b>	<b>Tingkat Hubungan</b>
0,000 - 0,199	Sangat Rendah
0,200 - 0,399	Rendah
0,400 - 0,599	Sedang
0,600 - 0,799	Kuat
0,800 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2014)

### 3.7.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2013:192), analisis regresi linear berganda digunakan untuk melakukan prediksi bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikan atau diturunkan. Bentuk persamaan dari regresi linier berganda ini yaitu:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

Keterangan:

$Y$  = *Deviden Payout ratio*

$a$  = Konstanta, merupakan nilai terikat yang dalam hal ini adalah  $Y$  pada saat variabel bebasnya adalah 0 ( $X_1, X_2=0$ )

$\beta_1$  = Koefisien regresi berganda antara variabel bebas  $X_1$  dan  $Y$ , apabila variabel bebas  $X_2$  konstan.

$\beta_2$  = Koefisien regresi berganda antara variabel  $X_2$  dan  $Y$ , apabila variabel  $X_1$  Konstan

$X$  = Variabel independen, yang terdiri dari *discount* ( $X_1$ ) dan bonus *pack* ( $X_2$ ) terhadap variabel  $Y$ .

Regresi linier berganda dengan dua variabel bebas  $X_1$  dan  $X_2$  metode kuadrat kecil memberikan hasil bahwa koefisien-koefisien  $a$ ,  $b_1$ , dan  $b_2$  dapat dihitung jika menggunakan rumus manual dari Sugiyono (2010:279), sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\sum y &= \partial + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2 \\ \sum X_1 y &= \partial \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2 \\ \sum X_2 y &= \partial \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2\end{aligned}$$

Arti dari koefisien  $\beta$  adalah jika nilai  $\beta$  positif (+), hal tersebut menunjukkan hubungan yang searah antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kata lain peningkatan atau penurunan besarnya variabel bebas akan diikuti oleh peningkatan atau penurunan besarnya variabel terikat. Sedangkan jika nilai  $\beta$  negatif (-), menunjukkan hubungan yang berlawanan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kata lain setiap peningkatan besarnya nilai variabel bebas akan diikuti oleh penurunan besarnya nilai variabel terikat dan sebaliknya.

### 3.8 Pengujian Hipotesis

Langkah terakhir dari analisis data yaitu dengan menguji hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu *discount* ( $X_1$ ) dan *bonus pack* ( $X_2$ ), sedangkan variabel dependen yaitu keputusan pembelian ( $Y$ ). Hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Langkah-langkah pengujian hipotesis terhadap korelasi uji  $r$  adalah sebagai berikut :
  - a. Formulasi Hipotesa
    - Ho:  $b = 0$ , tidak terdapat pengaruh hubungan antara  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$
    - Ha:  $b \neq 0$ , terdapat pengaruh hubungan antara  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Y$
  - b. Menentukan nilai tingkat nyata ( $\alpha$ )
    - $T_{\alpha/2}: (n-2)$

c. Menentukan Uji Statistika

Dalam menggunakan uji statistika menggunakan cara penghitungan *SPSS 24.0*.

d. Asumsi klasik

- a) Y : Nilai variabel dependen (Keputusan Pembelian)
- b) X1 : Variabel independen yang memprediksi nilai dari variabel dependen (*Discount*)
- c) X2 : Variabel independen yang memprediksi nilai dari variabel dependen (*Bonus Pack*)

Untuk mengetahui koefisien determinasi, maka nilai koefisien korelasi ( $r$ ) dikuadratkan akan mendapatkan hasil “Koefisien penentu” ( $r^2$ ) yaitu seberapa kontribusi *discount* dan *bonus pack* mempengaruhi keputusan pembelian.

Koefisien tersebut ditulis  $K_d$ , maka untuk menghitung  $K_d$  adalah sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Pada Akhirnya perhitungan yang akan digunakan adalah dengan menggunakan cara *SPSS 24.0* yang akan menghasilkan persamaan dimana dari hasil *SPSS* akan diketahui apakah perhitungan akan signifikan atau tidak, serta akan menjelaskan hubungan ke 3 variabel tersebut.

2. Uji T

Uji Hipotesis dengan t-test digunakan untuk mengetahui variabel bebas memiliki hubungan signifikan atau tidak dengan variabel terikat secara individual untuk setiap variabel. Uji t yang dilakukan adalah uji 2 arah maka dibaca  $t_{\frac{1}{2}}$  (0,05) atau  $t = 0,025$ .

Rumusnya adalah:

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

Keterangan:

$t$  =  $t$  hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan  $t$  tabel

$r$  = korelasi parsial yang ditentukan

$n$  = Jumlah sampel

Dasar pengambilan keputusan pengujian adalah:

- a. Jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak (tidak ada pengaruh yang signifikan).
- b. Jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima (ada pengaruh yang signifikan)
- c.  $T$  tabel dilihat dengan derajat bebas =  $n-k$

### 3. Uji F

Uji  $f$  digunakan untuk menguji variabel-variabel bebas secara bersamaan terhadap variabel terikat. Selain itu uji  $f$  dapat diketahui pula apakah model regresi linier yang digunakan sudah tepat atau belum. Rumusnya sebagai berikut:

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

Keterangan:

$F$  =  $F$  hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan tabel

$R^2$  = Korelasi *pearson* yang ditemukan

$n$  = Jumlah Sampel

$k$  = Jumlah variabel bebas

### 4. Koefisien Determinasi *R square*

Rancangan uji hipotesis ini disajikan berdasarkan penelitian. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95%, sehingga tingkat presesi atau batas ketidak akuratan sebesar  $\alpha = 5\% = 0,05$ .



