

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu survei kuesioner. Survei merupakan instrument untuk meminta tanggapan dari responden tentang sampel yang akan diteliti menggunakan metode pengumpulan data. Ciri-cirinya yaitu:

1. Digunakan dalam sampel untuk mewakili populasi.
2. Responden secara langsung memberikan tanggapan.
3. Survei digunakan pada sampel untuk mewakili populasi. Pengguna survei melibatkan banyak responden, dan mencakup area lebih luas dibandingkan metode lainya.
4. Survei dilakukan dalam situasi ilmiah.

Survei pada dasarnya terdiri dari wawancara dan kuesioner. Bentuk survey paling umum adalah kuesioner. Kuesioner tertulis dikirim langug kepada responden yang didalamnya terdapat bimbingan pedoman untuk responden agar memberikan tanggapanya. Kuesioner disusun dengan memberikan pertanyaan kepada responden dalam bentuk kalimat tanya. Kuesioner dapat digunakan untuk informasi dan data dari responden yang menjadi sampel penelitian. Data yang dikumpulkan lebih mudah diolah dan dianalisis karena pertanyaan yang diberikan kepada setiap responden sama.¹

Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif adalah memecahkan sebuah hipotesis atau persoalan untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum melalui kegiatan, pengumpulan, pengolahan, analisis data, dan penyajian data sesuai dengan jumlah banyaknya yang dilakukan secara objektif.²

B. Setting Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kudus yang pernah berbelanja di TikTok Shop. Pelaksanaan waktu penelitian dilaksanakan pada Januari 2023. Peneliti akan membagikan kuesioner kepada masyarakat kudus melalui *google form* yang kriteriannya sesuai dengan syarat peneliti yaitu yang pernah belanja melalui TikTok Shop.

¹ W.Gulo, *Metodologi Penelitian* (Grasindo, n.d.).

² Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019).

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari objek yang menjadi perhatian dan dijadikan sebagai sumber data penelitian. Populasi yang berada disuatu wilayah yang memenuhi syarat tertentu berkaitan dengan masalah dan objek penelitian. Objek penelitian bisa berupa manusia, hewan tumbuh-tumbuhan dan sebagainya.³ Populasi adalah memiliki ciri yang sama dari semua komponen, sehingga menjadi suatu kelompok. Karakteristik kelompok ditentukan oleh peneliti dimana hasil penelitian akan dijadikan kesimpulan umum.⁴ Sehingga populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kudus tetapi disini peneliti tidak mengetahui dengan pasti berapa jumlah masyarakat yang pernah berbelanja di TikTok Shop.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi. Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi, sehingga hasilnya mewakili keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika populasi besar maka peneliti tidak dapat untuk mempelajari keseluruhan populasi yang ada, dikarenakan terdapat keterbatasan. Yang dipelajari selanjutnya dari sampel maka akan dapat kesimpulan yang diberlakukan untuk populasi.⁵ Metode penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang khusus.⁶ Dalam penelitian ini peneliti memberikan syarat khusus untuk setiap anggota populasi. Kategori atau syarat yang digunakan dari penelitian ini yaitu:

- a. Sudah pernah melakukan pembelian di TikTok Shop secara berulang.
- b. Masyarakat Kudus.
- c. Usia 17 tahun- 54 tahun.

³ Arfatin Nurahmah, *Pengantar Statistika 1*, ed. Suci Haryanti (Media Sains Indonesia, 2021).

⁴ I Ketut Swarjana, *Populasi-Sampel Teknik Sampling & Bias Dalam Penelitian* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2022).

⁵ Eko Sudarmanto, *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*, ed. Janner Simarmata, Pertama (Yayasan Kita Menulis, 2021).

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Penentuan jumlah sampel dengan jumlah populasi yang tidak diketahui mengacu pada rumus Lameshow, karena hal ini disebabkan dengan jumlah populasi yang tidak diketahui dan tak terhitung. Rumus Lameshow sebagai berikut⁷:

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

Keterangan:

n: Jumlah Sampel

z: Nilai standart = 1,96

p: Proporsi populasi yang tidak diketahui = 0,5

d: Alpha atau sampling eror = 10% = 0,1

Perhitungan rumus diatas untuk jumlah sampel yang akan diambil adalah:

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

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5(0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Perhitungan rumus diatas menunjukkan jumlah sampel minimal yang diambil sebesar 96 responden. Jika semakin besar jumlah sampel yang diambil, maka semakin kecil peluang kesalahan generalisasi.⁸ Maka dari itu, dalam penelitian ini peneliti membulatkan jumlah sampel menjadi 100 responden untuk mewakili populasi yang ada.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah komponen utama yang sudah ditentukan oleh peneliti untuk mendapat jawaban yang sudah dirumuskan. Menentukan variabel harus didukung oleh teoritis dan diperjelas

⁷ Stanley Lameshow Dkk, Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1997).

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

melalui hipotesis penelitian.⁹ Dalam penelitian ini terdiri dari tujuh variabel yaitu:

- a. Variabel Independen (bebas) ialah jenis variabel yang mempengaruhi variabel lainnya, atau kata lain merupakan variabel penyebab.¹⁰ Variabel dalam penelitian ini ada enam yaitu Gratis Ongkos Kirim (X_1), Diskon (X_2), *Cashback* (X_3), *Customer Rating* (X_4), *Review* (X_5) dan COD (X_6)
- b. Variabel Dependen (terikat) ialah variabel yang muncul disebabkan oleh variabel bebas, yang telah dipengaruhi variabel bebas.¹¹ Variabel dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah bahasan atau konstruk dari peneliti untuk variabel yang diteliti agar variabel yang awal hanya berupa konsep abstrak dan menjadi spesifik tidak punya banyak makna mudah dipahami dan variabel tersebut mudah diukur dengan menggunakan skala *likert* 1-5, berdasarkan kriteria sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.¹² Agar penelitian ini mudah dipahami dan dapat dilaksanakan sesuai rencana terdapat bebagai aspek yang telah tergadung di dalam operasional variabel. Berikut penjelasan operasional variabel penelitian ini:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Pengiriman gratis ongkos kirim dianggap taktik pemasaran yang paling efektif dalam penjualan online. Pembelian online akan menambah biaya pengiriman, biaya pengiriman salah satu alasan mengapa	a) Pemakaian pengiriman gratis untuk semua produk. b) Promosi ditawarkan dalam waktu yang ditentukan setiap minggu. c) Penerapan terhadap konsumen pengiriman	<i>likert</i> 1-5.

⁹ Syafrida Sahir Hafni, *Metodologi Penelitian*, ed. Try Koryati, Pertama (Jogjakarta: KBM Indonesia, 2021).

¹⁰ Megasari Gusandra Saragih dkk, *Metode Penelitian Kuantitatif Dasar-Dasar Memulai Penelitian*, Pertama (Yayasan Kita Menulis, 2021).

¹¹ Megasari Gusandra Saragih dkk.

¹² Bambang Sugeng, *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*, Pertama (Cv Budi Utama, 2020).

No	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	<p>beberapa konsumen putus asa melakukan pembelian online. Pengiriman gratis merupakan tawaran promosi paling banyak diminati konsumen.¹³</p>	<p>gratis untuk semua wilayah.</p>	
<p>2</p>	<p>Harga merupakan salah satu faktor yang paling penting untuk mempengaruhi dan menarik pertimbangan dan niat konsumen untuk membeli produk. Diskon tidak berarti jika produk memiliki harga rendah harga tetapi juga menentukan kualitas pelayanan suatu produk, hanya dengan membedakan harga untuk produk yang sama adalah suatu pengurangan harga tertentu dari harga total untuk jangka pendek periode waktu untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan konsumen.¹⁴</p>	<p>a) Diskon merupakan salah satu faktor penting dalam pembelian. b) Menarik konsumen dengan penawaran diskon sangat tinggi. c) Potongan harga berlaku untuk semua produk yang ditawarkan.</p>	<p>likert 1-5.</p>
<p>3</p>	<p><i>Cashback</i> teknik promosi berguna untuk memahami efek dari</p>	<p>a) Teknik promosi penjualan hemat untuk konsumen.</p>	<p>likert 1-5.</p>

¹³ Astuti and Susila

¹⁴ Astuti and Susila.

No	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	<p>berbagai teknik promosi yang ditawarkan. Konsumen terkesan hemat saat belanja dan menarik minat konsumen. Dengan minimum pembelanjaan konsumen akan mendapatkan cashback, konsumen tertarik belanja online karena ada promosi cashback ditawarkan.¹⁵</p>	<p>b) Menarik konsumen dengan banyak manfaat dan lebih hemat. c) Syarat dan ketentuan dengan minimum pembelian produk.</p>	
4	<p><i>Customer Rating</i> pendapat dari konsumen dengan menggunakan skala tertentu yang sudah ditentukan dengan memberi bintang. Semakin banyak yang memberikan bintang menunjukkan peringkat penjual lebih baik dan kualitas produk yang baik. Rating guna untuk menjelaskan kualitas produk dan pembeli bisa memberikan nilai produk melalui rating.¹⁶</p>	<p>a) Pendapat konsumen menggunakan skala tertentu. c) Kegunaan symbol bintang bermanfaat untuk konsumen. d) Konsumen memanfaatkan Rating digunakan untuk menilai produk.</p>	likert 1-5.
5	<p><i>Review</i> sebuah komentar pengalaman dari konsumen untuk kualitas produk dan dapat membantu konsumen lain agar membeli produk yang</p>	<p>a) Kualiatas produk bisa dilihat dengan online review. b) Menjadi perhatian konsumen saat pembelian online. c) Konsumen</p>	likert 1-5.

¹⁵ Vishwakarma, Mukherjee, and Datta

¹⁶ Astuti and Susila

No	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	<p>sedang ditawarkan sehingga bisa mempengaruhi tujuan pembelian produk. Konsumen selalu memperhatikan online review karena menjelaskan kualitas produk.</p>	<p>merasakan ulasan dan manfaatnya yang bermanfaat.</p>	
<p>6</p>	<p>COD fitur layanan yang disediakan di e-commerce biasanya menggunakan pembayaran elektronik. Aktivitas pembayaran menggunakan elektronik phone banking mempersulit proses pembayaran jika ada konsumen yang tidak mempunyai phone banking. Untuk menghindari resiko penipuan COD dianggap transaksi aman saat belanja online. Konsumen merasa puas jika belanja online menggunakan pembayaran COD.¹⁷</p>	<p>a) Sistem memudahkan pembayaran konsumen. b) Pembayaran nyaman aman menghindari penipuan. c) COD diterapkan untuk semua penjual online.</p>	<p>likert 1-5.</p>
<p>7</p>	<p>Keputusan pembelian proses membutuhkan dan menerima informasi produk mana yang akan dibeli. Jika konsumen merasa puas akan melakukan</p>	<p>a) Keputusan pembelian terjadi karena adanya informasi kejelasan produk dan promosi. b) Terjadi karena adanya kepuasan</p>	<p>likert 1-5.</p>

¹⁷ Anjum and Chai

No	Definisi Operasional	Indikator	Skala
	keputusan pembelian kembali. ¹⁸	konsumen membuat pembelian berulang dalam waktu dekat. c) Kejelasan informasi produk dan banyak penawaran akan menjadikan konsumen merasa puas saat membeli produk.	

Sumber: Astuti dan Susila (2022)¹⁹, Vishwakarma, Sarabanti Mukherje dan Biplab Datta (2019)²⁰, Safia Anjum dan Junwu Chai (2020)²¹

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data dan Jenis Data

Sumber data merupakan dari mana data tersebut diperoleh yang berhubungan dengan jenis data.²² Berdasarkan sumbernya data penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data awal yang diambil peneliti sendiri untuk kepentingan penelitian, yang sebelumnya data tersebut tidak ada. Data primer merupakan data yang dikumpulkan melalui instrument seperti wawancara, angket, kuesioner, observasi.²³ Dalam penelitian ini menggunakan data primer dari responden di Kabupaten Kudus yang menggunakan atau berbelanja di TikTok Shop, yang diberikan oleh penelitian melalui *google form* kuesioner online.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikutip peneliti untuk kepentingan penelitian, yang diambil dari sumber kedua atau tidak langsung.²⁴ Data sekunder penelitian ini adalah jurnal,

¹⁸ Astuti and Susila
¹⁹ Astuti and Susila.
²⁰ Vishwakarma
²¹ Anjum and Chai
²² Bambang Sugeng, *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*.
²³ Azuar Juliandi dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep & Aplikasi*, ed. Fahrizal Zulkarnain, Pertama (Medan: UMSU PRESS, 2014).
²⁴ Azuar Juliandi dkk.

buku-buku, dan internet. Berfungsi untuk data pendukung dan menyempurnakan data.

2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu komponen penting penelitian, untuk mendapatkan informasi agar tercapai tujuan penelitian.²⁵ Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu:

a. Kuesioner

Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang berupa pertanyaan untuk responden kemudian dijawab oleh responden itu sendiri. Dalam penyusunan kuesioner peneliti menggunakan turunan variabel yang akan diteliti, kemudian dimensi indikator, indikator tersebutlah yang akan menjadi sumber disusunnya item pertanyaan di kuesioner.²⁶ Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini melalui google form bertujuan untuk memudahkan responden yang tidak bertemu dan data kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert agar bisa mengukur sikap dan persepsi responden.

Tabel 3.2
Skala Instrument

Skor	Keterangan	Simbol
5	Sangat Setuju	SS
4	Setuju	S
3	Netral	N
2	Tidak Setuju	TS
1	Sangat Tidak Setuju	STS

Sumber: Sugiyono (2017)²⁷

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, Analisis deskriptif merupakan bentuk analisis data yang digunakan untuk menguji generalisasi dari hasil penelitian berdasarkan sampel, analisis deskriptif menggunakan satu variabel atau lebih tapi bersifat mandiri. Selain itu analisis deskriptif juga

²⁵ Mukhtazar, *Prosedur Penelitian Pendidikan* (Yogyakarta: Absolute Media, 2020).

²⁶ Ach Nur Fuad, *Aptikom Statistik Berbasis SPSS, Pertama* (Kediri: Lembaga Chakra Brahmanda Lentera, 2021).

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

dilakukan untuk pengujian hipotesis deskriptif yang hasilnya apakah hipotesis penelitian dapat digeneralisasikan atau tidak.²⁸ Penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, dan uji hipotesis dengan bantuan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) for windows 26.0. SPSS.

Penggunaan SPSS pada penelitian ini karena mudah dipahami untuk cara pengoperasiannya, SPSS merupakan sebuah program aplikasi yang digunakan untuk menganalisis data, memodifikasi data bahkan melakukan transformasi data. SPSS menyajikan data dalam bentuk tabel, pembuatan tabel (tabulasi) merupakan bagian dari data-data yang dimasukkan berdasarkan kategori-kategori tertentu. SPSS banyak digunakan untuk penelitian-penelitian sosial dan riset.²⁹

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

1. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan *Confirmatory Faktor Analysis* (CFA), analisis faktor merupakan analisis yang digunakan untuk mereduksi data yang banyak diubah menjadi variabel yang sedikit. Misalnya jika ada 10 variabel yang bersifat independen satu sama lain, dengan menggunakan analisis faktor ke 10 variabel tersebut dapat diringkas menjadi 3 variabel baru, variabel tersebut disebut faktor, tetapi faktor tetap mencerminkan variabel-variabel lainnya. Pengambilan keputusan dikatakan valid jika nilai Measures of sampling adequacy (MSA) setiap variabel lebih besar dari 0.5 maka dikatakan jumlah sampel cukup untuk digunakan di dalam analisis faktor. Nilai MSA bisa dilihat dari Anti Image Correlation, kriteriannya jika nilai MSA kurang dari 0.5 maka item tersebut harus dikeluarkan dan diuji ulang.³⁰

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi pada suatu alat ukur dengan gejala yang sama meskipun telah diuji beberapa kali. Reabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60, untuk menguji reabilitas suatu konstruk variabel sama

²⁸ Iqbal Hasan Misbahuddin, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Kedua (Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2022).

²⁹ Wardana, *Pengantar Aplikasi SPSS Versi 20* (Baubau: LPPM Universitas Muhammadiyah Buton Press, 2022).

³⁰ Duwi Priyatno, *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa Dan Umum* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2018).

dengan saat seperti pengujian validitas masing-masing pertanyaan.³¹ Semakin kecil kesalahan pengukuran maka semakin reliable alat ukur, begitu sebaliknya jika semakin besar kesalahan maka akan mempengaruhi tidak reliabilitasnya alat pengukur.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik jika tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi pengambilan keputusan jika ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi sebagai berikut:

- 1) Jika nilai tolerance < 0.10 maka tidak terjadi multikolonieritas begitu juga sebaliknya.
- 2) Jika nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolonieritas begitu juga sebaliknya.³²

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk menguji model regresi linier terdapat korelasi apa tidak, jika terjadi autokorelasi maka dinamakan problem autokorelasi. Untuk pengambilan keputusan mendeteksi ada atau tidaknya korelasi adalah jika $dU < d < 4 - dU$ maka tidak terjadi autokorelasi.³³

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas adalah untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik jika homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengambilan keputusan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah:

- 1) Melihat grafik plot, jika ada pola tertentu seperti titik-titik dan membentuk pola tertentu seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

³¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, 9th ed. (Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis UNDIP, 2018).

³² Imam Ghozali.

³³ Imam Ghozali.

- 2) Melihat grafik plot, jika tidak pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.³⁴

d. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk menguji model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dengan melihat grafik histogram atau grafik normal plot dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal tidak mengikuti arah garis diagonal, tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumi normalitas.³⁵

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk hubungan yang dinyatakan dalam persamaan yang menyatakan hubungan fungsional antar variabel yang diamati. Variabel tersebut dibagi menjadi 2 yaitu variabel terikat/ dependent variabel (Y) dan variabel bebas/ independent variabel (X), adapun hubungan fungsional antara satu variabel terikat dengan satu variabel bebas. Rumus persamaan dari regresi linier berganda yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + u$$

Keterangan:

- Y : Keputusan Pembelian
- a : Konstanta
- b₁ : Koefisien regresi berganda variabel X₁
- b₂ : Koefisien regresi berganda variabel X₂
- b₃ : Koefisien regresi berganda variabel X₃
- b₄ : Koefisien regresi berganda variabel X₄
- b₅ : Koefisien regresi berganda variabel X₅
- b₆ : Koefisien regresi berganda variabel X₆
- X₁ : Gratis Ongkir
- X₂ : Diskon
- X₃ : *Chasback*

³⁴ Imam Ghozali.

³⁵ Imam Ghozali.

X_4 : *Customer Rating*

X_5 : *Review*

X_6 : COD

u : Tingkat eror³⁶

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan besarnya dari kontribusi variabel bebas (X) terhadap variabel tidak bebas (Y), semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin tinggi kemampuan variabel bebas (X) dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tidak bebas (Y). Untuk nilai koefisien determinasi berkisar antara nol sampai satu.³⁷

c. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji signifikan simultan digunakan untuk mempengaruhi variabel independen (X) secara bersama atau simultan mempengaruhi variabel dependen (Y). Penelitian ini meneliti pengaruh promosi dan fitur layanan terhadap keputusan pembelian. Dengan dasar hipotesisnya dirumuskan sebagai berikut:

- 1) H_0 : $b_1, b_2 = 0$, artinya tidak ada pengaruh signifikan secara simultan dari semua variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).
- 2) H_0 : tidak semua b_2 , artinya belum ada pengaruh signifikan secara simultan dari semua variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistic kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:
 - a) Jika nilai F lebih besar dari 4 maka H_0 ditolak, dengan derajat 5%.
 - b) Membandingkan nilai F dari hasil perhitungan dengan nilai F hasil tabel. Jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_A .³⁸

d. Uji Statistik Parsial (Uji T)

Pengujian hipotesis mengenai hipotesis yang signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) secara sendiri-sendiri atau parsial. Pengujian untuk pengambilan keputusan atas hubungan variabel secara parsial

³⁶ Priyono, *Analisis Regresi Dan Korelasi Untuk Penelitian Survei (Panduan Praktis Olah Data Dan Interpretasi*: D (Guepedia, 2021).

³⁷ Sri Wahyuni, *Kinerja Sharia Conformity And Profitability Index Dan Faktor Determinan* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020).

³⁸ Suryani, *Customer Relationship Management (Crm) Dalam Riset Pemasaran* (Tangerang Selatan: Pascal Books, 2022).

dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai kritis, yang memperhatikan level signifikan dan derajat kebebasan. Dengan tingkat probabilitas signifikan sebesar 5% (0,05).

Kriteria penilaian sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ artinya H_0 diterima H_A ditolak.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya H_0 ditolak H_A diterima.³⁹



³⁹ Raden Andi Sularso Dkk, Statistika Ekonomi Dan Bisnis (Teori Dan Aplikasi), Pertama (Sidoarjo: Zifatama, 2017).