

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Data

Pada penelitian ini menggunakan jenis metode kuantitatif, dimana dijelaskan menurut Sugiyono (2020:16) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan filsafat positivisme, metode ini dianggap sebagai metode ilmiah lantaran telah mencakup kaidah ilmiah secara konkret, objektif, terukur, rasional, dan tersistematis. Selanjutnya Sugiyono (2020:16-17) juga menjelaskan bahwasannya metode penelitian kuantitatif yang berlandaskan filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, selanjutnya dianalisis data dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditentukan.

3.1.2 Sumber Data

Sumber data merupakan asal dari mana data yang digunakan sebagai sumber informasi dalam sebuah penelitian yang dilakukan. Dalam hal ini sumber data diperoleh dan dikumpulkan sendiri oleh peneliti. Sumbernya data dibedakan menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder dengan penjelasan sebagai berikut.

1. Sumber Data Primer

Sugiyono (2020:194) menuliskan dalam bukunya bahwasannya sumber data primer adalah sumber data langsung yang memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti tanpa melalui perantara. Contoh dalam hal ini adalah hasil wawancara dan hasil penyebaran kuesioner baik secara individu maupun kelompok, lisan maupun tulis. Namun pada penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Tanggapan yang diberikan responden terhadap hasil survei dalam penyebaran kuesioner.

2. Sumber Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2020:194) Data sekunder adalah data yang tidak diberikan secara langsung oleh sumber data kepada pengumpul data atau peneliti. Contoh dalam hal ini adalah dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media yang bersumber dari buku-buku, makalah, Jurnal maupun hasil publish website. Data sekunder dari jurnal, website, dan buku sebagai referensi digunakan dalam penelitian ini.

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan kepada pengguna Bukalapak yang berdomisili di Kota Medan. Menurut data kependudukan Direktorat Jendral Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, penduduk Kota Medan yang tersebar dalam 21 Kecamatan. Namun pada penelitian ini penulis memilih 5 kecamatan hal ini dikarenakan tidak memungkinkan untuk dilakukan dengan mengambil seluruh kecamatan yang ada di Kota Medan mengingat adanya keterbatasan, seperti: biaya dan waktu. Adapun kecamatan yang dipilih meliputi: Kecamatan Medan Helvetia, Kecamatan Medan Marelan, Kecamatan Medan Deli, Kecamatan Medan Labuhan, dan Kecamatan Medan Belawan. Alasan peneliti mengambil hanya 5 Kecamatan, karena hal itu tidak memungkinkan untuk dilakukan dengan

mengambil seluruh kecamatan yang ada di Kota Medan mengingat ada keterbatasan, misalnya biaya dan waktu.

3.2.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yang dilakukan penulis dijabarkan melalui tabel yang telah disusun sedemikian rupa, di bawah ini:

Tabel 3. 1
Waktu Penelitian

No	Uraian Pekerjaan	Mar 2024				Apr 2024				Mei 2024				Jun 2024				Jul 2024				Ags 2024				Sep 2024			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengumpulan data	■	■	■	■																								
2	Pengajuan judul					■	■	■	■	■	■	■	■																
3	Penyusunan proposal													■	■	■	■												
4	Bimbingan proposal													■	■	■	■												
5	Seminar proposal dan perbaikan																	■	■	■	■								
6	Pengolahan data																					■	■	■	■				
7	Bimbingan skripsi																									■	■	■	■
8	Siding meja hijau																												■

Sumber: Data Diolah 2024

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2020:126) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Medan, khususnya pengguna yang berada di Kecamatan Medan Helvetia, Kecamatan Medan Labuhan, Kecamatan Medan Marelan, Kecamatan Medan Deli, dan Kecamatan Medan Belawan yang pernah melakukan transaksi pembelian di Bukalapak. Jumlah populasi pengguna tidak diketahui secara pasti.

3.3.1 Sampel

Menurut Sugiyono (2020:127) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi yang ada dalam skala besar, maka tidak memungkinkan bagi peneliti mempelajari semua yang ada pada populasi, hal ini dipicu lantaran adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Pada penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* karena populasi tidak diketahui jumlah anggotanya dengan pasti, dan dengan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan dalam pengambilan sampel.

Purposive sampling memiliki arti sebagai teknik penentuan sampel secara acak dengan pertimbangan kriteria tertentu sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Maka dari itu karena populasi tidak diketahui atau tidak terhingga jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lameshow, seperti yang dikemukakan Riyanto dan Hatmawan (2020:13-14), perhitungan sampel dengan menggunakan pendekatan rumus Lemeshow digunakan untuk menghitung total sampel yang jumlah penduduknya tidak pasti atau diketahui. Berikut rumus Lameshow:

Dengan keterangan:

n = jumlah sampel

z^2 = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = sampling error = 10%

Melalui rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

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

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil diatas 96,04 merupakan pecahan dan menurut Sugiyono (2019:143) pada perhitungan yang menghasilkan pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan ke atas. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini diulatkan menjadi 100 orang responden. Untuk lebih memberikan arahan atau lebih memfokuskan pemilihan sampai yang dapat mewakili jumlah populasi, Adapun kriteria sampel adalah :

1. Pengguna berdomisili Kecamatan Medan Helvetia, Kecamatan Medan Labuhan, Kecamatan Medan Marelan, Kecamatan Medan Deli, dan Kecamatan Medan Belawan.
2. Pengguna pernah atau sedang menggunakan *marketplace* Bukalapak

3. Pengguna sudah melakukan transaksi pembelian minimal 1 kali

3.4 Definisi Operasional Dan Aspek Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono (2020:68) mengemukakan bahwasannya variabel penelitian adalah karakteristik, sifat, atau nilai individu, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk didalami kemudian dipelajari sehingga dapat ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini digunakan variabel independen dan variabel dependen, dimana Citra Merek (X1), Kualitas Pelayanan Elektronik (X2), dan Promosi (X3) sebagai variabel independen, sedangkan Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel dependen.

3.4.1 Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2020:69) menyatakan bahwa variabel independen adalah variabel bebas yang menyebabkan variabel terikat muncul maupun berubah, serta dapat berpotensi mempengaruhi atau tidak mempengaruhi hasil terhadap variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini, penulis dapat memilih aneka variabel yang berpotensi berdampak terhadap variabel dependen. Adapun variabel independen yang dipilih penulis yaitu Citra Merek (X1), Kualitas Pelayanan Elektronik (X2), dan Promosi (X3)

3.4.2 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2020:69) menyatakan bahwa variabel dependen adalah variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Atau sederhananya ada hubungan antara variabel independen dan dependen, kemudian peneliti melakukan pengukuran sebagai bentuk untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, variabel dependen adalah faktor yang dievaluasi karena bergantung pada variabel independen. Dalam penelitian ini, penulis menetapkan Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel yang dipengaruhi dari variabel independen.

Adapun definisi operasional variabel dan indikator variabel dengan skala pengukuran, akan diketahui dari tabel dibawah ini:

Tabel 3. 2
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen mengenali suatu masalah, mencari informasi mengenai suatu produk atau merek tertentu, dan mengevaluasi sejauh mana setiap alternatif dapat menyelesaikan masalah tersebut, kemudian mengarah pada keputusan pembelian (Tjiptono dalam Warni, 2020)	1. Kemantapan produk 2. Kebiasaan membeli 3. Rekomendasi oleh orang lain 4. Pembelian berulang (Kotler Phillp dalam Devi dan Fadli, 2023)	<i>Likert</i>
2	Citra Merek (X1)	<i>brand image</i> atau citra merek adalah representasi dari semua persepsi terhadap merek dan dibangun dari informasi dan pengalaman masa lalu (Nurhalim, 2020)	1. Atribut merek 2. Manfaat merek 3. Preferensi merek 4. Keunikan merek (Kotler dan Keller dalam E. R. Runtulalo, I. W. J. Ogi, & M. Ch. Raintung, 2023)	<i>Likert</i>
3	Kualitas Pelayanan Elektronik (X2)	kualitas pelayanan elektronik didefinisikan sebagai layanan, aktivitas bisnis, atau tindakan yang dilakukan melalui sarana teknologi digital (Aminatul, dkk, 2021)	1. Efesien 2. Pemenuhan 3. Ketersediaan sistem 4. Privasi (Zeithaml dalam Budiawan & Mustikasari, 2023)	<i>Likert</i>
4	Promosi (X3)	Promosi merupakan suatu alat insentif beraneka ragam dilakukan untuk memenuhi target dalam waktu jangka pendek dan dirancang untuk memunculkan rasa minat beli terhadap produk tertentu dengan skema lebih cepat atau lebih kuat oleh konsumen atau pedagang dimanapun berada. (Efrianto & Suwitho dalam Syahputra	1. Pesan promosi 2. Media promosi 3. Waktu promosi 4. Frekuensi promosi (Kotler dan Keller dalam Syahputra & Herman, 2020)	<i>Likert</i>

		& Herman, 2020)		
--	--	-----------------	--	--

Sumber: Data diolah 2024

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2020:119) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah Skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan skala yang didasarkan atas penjumlahan sikap responden dalam merespon pernyataan yang berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel (Sanusi, 2019).

Tabel 3. 3
Skala Likert

Alternatife Jawaban	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral (ragu-ragu)	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur dari data yang telah dikumpulkan. Dalam bukunya

Sugiyono (2020:175) menuliskan bahwasannya uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, adapun uji validitas dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 23, untuk menilai kevalidan butir pernyataan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total* dari masing-masing butir pernyataan. Dengan menggunakan *correlation product moment* yaitu dengan cara mengkorelasikan skor pernyataan kuesioner dengan skor total. Kriteria dasar pengambilan keputusan untuk melihat data valid menurut Sugiyono (2020:246) adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai $r_{hitung} \geq$ nilai r_{tabel} , maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
2. Jika nilai $r_{hitung} \leq$ nilai r_{tabel} , maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Uji validitas dalam penelitian ini menguji 4 variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, Citra Merek (X1), Kualitas Pelayanan Elektronik (X2), Promosi (X3) dan Keputusan Pembelian (Y). Dalam melakukan uji validitas penelitian ini, peneliti melakukan Pre-Test kepada 30 responden untuk melihat suatu alat ukur yang digunakan layak atau tidaknya untuk di sebarakan kepada sampel. Uji validitas dilakukan dengan melihat kriteria $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan taraf signifikan 5% maka butiran pernyataan disebut valid. Berdasarkan hasil pengolahan data 30 responden yang digunakan, N = 30 adalah 0,361 berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari variabel-variabel yang dipakai dalam penelitian ini.

Tabel 3. 4
Hasil Uji Validitas Citra Merek

No	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Atribut Merek				
1	Bukalapak menyediakan banyak pilihan produk sesuai kebutuhan saya	0,721	0,361	Valid
2	Bukalapak menawarkan berbagai produk sesuai kategori produk	0,546	0,361	Valid
Manfaat Merek				
3	Bukalapak membantu dalam mencari produk yang saya inginkan	0,637	0,361	Valid
4	Bukalapak mudah ketika saya gunakan	0,708	0,361	Valid
Prefrensi Merek				
5	Bukalapak telah dikenal banyak orang	0,845	0,361	Valid
6	Bukalapak memiliki reputasi yang baik dipasar	0,627	0,361	Valid
Keunikan Merek				
7	Bukalapak menawarkan produk yang tidak dimiliki <i>marketplace</i> lain	0,477	0,361	Valid
8	Produk Bukalapak memiliki nilai tambah dan unik menurut saya	0,623	0,361	Valid

Sumber : Data diolah SPSS versi 23, tahun 2024

Berdasarkan Tabel 3.4 diatas menunjukkan hasil pengujian validitas pada variabel citra merek (X1) dengan menguji seluruh item, diperoleh hasil nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada seluruh pernyataan sehingga dapat disimpulkan semua butir pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 3. 5
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan Elektronik

No	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Efisiensi				
1	Bukalapak berfungsi dengan baik ketika sedang saya gunakan	0,525	0,361	Valid
2	Penggunaan waktu berbelanja pada Bukalapak terasa lebih praktis	0,575	0,361	Valid
Pemenuhan				
3	Sebagian besar produk yang saya cari ada di Bukalapak	0,635	0,361	Valid
4	Bukalapak mampu memenuhi kebutuhan saya	0,760	0,361	Valid
Ketersediaan Sistem				
5	Bukalapak menyediakan banyak pilih menu pembayaran yang mudah untuk digunakan	0,792	0,361	Valid
6	Bukalapak memberikan saya pilihan terkait jasa pengiriman	0,662	0,361	Valid
Privasi				
7	Bukalapak memiliki jaringan keamanan yang tidak mudah diretas pihak lain	0,677	0,361	Valid
8	saya merasa aman ketika menggunakan Bukalapak	0,719	0,361	Valid

Sumber : Data diolah SPSS versi 23, tahun 2024

Berdasarkan Tabel 3.5 diatas menunjukkan hasil pengujian validitas pada variabel kualitas pelayanan elektronik (X2) dengan menguji seluruh item, diperoleh hasil nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada seluruh pernyataan sehingga dapat disimpulkan semua butir pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 3. 6
Hasil Uji Validitas Promosi

No	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Pesan Promosi				
1	Peyebaran informasi promosi Bukalapak mudah diketahui	0,604	0,361	Valid
2	Saya memilih Bukalapak karena ada promo menariknya	0,688	0,361	Valid
Media Promosi				
3	Saya melihat promosi yang ditawarkan Bukalapak melalui penayangan iklan di youtube	0,720	0,361	Valid
4	Saya membandingkan promo yang ditawarkan Bukalapak dengan <i>marketplace</i> lain setelah melihat iklan promosinya di instagram	0,760	0,361	Valid
Waktu Promosi				
5	Saya memeriksa <i>marketplace</i> Bukalapak selama periode promosi	0,760	0,361	Valid
6	Bukalapak memberikan program diskon pada event tertentu	0,710	0,361	Valid
Frekuensi Promosi				
7	Bukalapak memberikan promo menarik dua kali sehari	0,640	0,361	Valid
8	Bukalapak melakukan promo besar-besaran setiap satu bulan sekali	0,721	0,361	Valid

Sumber : Data diolah SPSS versi 23, tahun 2024

Berdasarkan Tabel 3.6 diatas menunjukkan hasil pengujian validitas pada variabel promosi (X3) dengan menguji seluruh item, diperoleh hasil nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada seluruh pernyataan sehingga dapat disimpulkan semua butir pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 3. 7
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Kemantapan Produk				
1	Saya memilih Bukalapak sebagai tempat untuk melakukan perbelanjaan <i>online</i>	0,619	0,361	Valid
2	Saya melakukan pembelian di Bukalapak karena adanya kebutuhan	0,574	0,361	Valid
Kebiasaan Membeli				
3	Saya beberapa kali memelakukan pembelian di Bukalapak	0,837	0,361	Valid
4	Saya biasa melakukan pencarian di Bukalapak ketika ingin berbelanja <i>online</i>	0,604	0,361	Valid
Rekomendasi Oleh Orang Lain				
5	Saya melakukan transaksi di Bukalapak karena rekomendasi dari keluarga	0,748	0,361	Valid
6	Saya tertarik menggunakan Bukalapak karena informasi teman	0,753	0,361	Valid
Pembelian Berulang				
7	Saya memiliki keinginan melanjutkan pembelian kembali di Bukalapak	0,751	0,361	Valid
8	Saya lebih memilih melakukan pembelian kembali di Bukalapak dari pada <i>Marketplace</i> lain	0,538	0,361	Valid

Sumber : Data diolah SPSS versi 23, tahun 2024

Berdasarkan Tabel 3.7 diatas menunjukkan hasil pengujian validitas pada variabel keputusan pembelian (Y) dengan menguji seluruh item, diperoleh hasil nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada seluruh pernyataan sehingga dapat disimpulkan semua butir pernyataan dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2020:176) uji reliabilitas adalah uji jika digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama dengan asumsi tidak terdapat perubahan pada aspek yang diukur (ketepatan). Pada penelitian ini uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 23. Berikut kriteria untuk menentukan reliabilitas dengan melihat nilai *Cronbach Alpha* :

1. Jika nilai Cronbach Alpha $\geq 0,60$ maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel dinilai reliabel.
2. Jika nilai Cronbach Alpha $\leq 0,60$ maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel dinilai tidak reliabel.

Maka berikut ini hasil pengujian yang disebarakan kepada 30 responden dalam penelitian ini.

Tabel 3. 8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbach's</i>	Batas Kritis	Keterangan
Citra Merek (X1)	0,799	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan Elektronik (X2)	0,823		
Promosi (X3)	0,838		
Keputusan Pembelian (Y)	0,818		

Sumber : Data diolah SPSS versi 23, tahun 2024

Berdasarkan Tabel 3.8 diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel adalah lebih dari 0,60 Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bersifat reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2020:206) pada metode penelitian kuantitatif, teknik analisis data adalah proses setelah data dari seluruh responden atau dari sumber data yang lain sudah terkumpul, kemudian mengelompokan data berdasarkan variabel, menyajikan setiap data yang akan diteliti, dan untuk selanjutnya mulai melakukan perhitungan untuk uji hipotesis.

3.7.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah uji statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum Sugiyono (2020:206-207). Secara teknis dalam uji statistik deskriptif tidak terdapat uji signifikansi, kemudian tidak terdapat taraf kesalahan. Pada penelitian ini digunakan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 23 dalam mengolah datanya guna mengetahui nilai maksimum, minimum, nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi dari masing-masing variabel.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Pada uji asumsi klasik diartikan sebagai tahap awal yang dilakukan sebelum analisis regresi linear. Adapun menurut Ghazali (dalam Masiaga, Worang, dan Mandagie, 2022) menjelaskan ada beberapa asumsi klasik yang cepat terjadi dalam penggunaan model regresi, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Atau sederhannya pada uji ini sebagai acuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan layak untuk dianalisis, karena tidak semua data dapat dianalisis dengan regresi.

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas dalam suatu regresi linier berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Adapun menurut Gunawan (dalam Hendra Lesmana, 2021) menjelaskan uji

normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui dan mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal atau tidak, dan apakah data yang diperoleh berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov* (K-S). Uji *Kolmogorov-smirnov* dilakukan dengan menggunakan ketentuan:

- a. Jika nilai signifikansi > 0.05 maka data tersebut berdistribusi secara normal.
- b. Jika nilai signifikansi < 0.05 maka data tersebut berdistribusi secara tidak normal

Pengujian normalitas dilakukan dengan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 23 dengan melihat *Asymp. Sig. (2-tailed)*.

3.7.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengandung multikolinieritas. Gunawan (dalam Hendra Lesmana, 2021) menjelaskan bahwasannya uji multikolinieritas adalah uji model regresi yang digunakan untuk menentukan apakah ada korelasi antar variabel. Untuk mengetahui terjadi atau tidaknya multikolinieritas dengan ini pengujian dilakukan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 23 dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Dengan ketentuan:

1. Nilai *tolerance* > 0.10 maka tidak terjadi multikolinieritas
2. Nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Duli (dalam Nafiudin, dkk, 2021) menjelaskan bahwasannya uji heteroskedastisitas adalah uji untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengukuran uji

heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Glejser* dengan menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 23.

Dengan ketentuan :

1. nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas
2. jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas

3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Duli (dalam Nafiudin, dkk, 2021) menjelaskan bahwasannya analisis regresi linear berganda bermaksud mencari hubungan dari dua variabel atau lebih di mana variabel yang satu tergantung pada variabel yang lain. Pada penelitian ini terdapat tiga variabel bebas, yaitu Citra Merek, Kualitas Layanan Elektronik dan Promosi. Adapun model persamaan regresi linier berganda yang digunakan, yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

X1 = Citra Merek

X2 = Kualitas Layanan Elektronik

X3 = Promosi

$\beta_{1,2,3}$ = Koefisien Regresi Berganda

e = Standard Error

Jika koefisien nilai β adalah positif (+), menunjukkan adanya pengaruh searah dengan variabel bebas dan variabel terikat. Namun sebaliknya, jika koefisien nilai β adalah negatif (-), maka menunjukkan adanya pengaruh tidak searah dengan variabel bebas dan variabel terikat.

3.7.4 Uji Hipotesis

3.7.4.1 Uji Secara Parsial (Uji t)

menurut Ghozali (dalam Haningkas, Dewi, dan Fitriani, 2021) uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Pengukuran uji Secara Parsial dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 23. Dengan ketentuan dasar pengambilan keputusan :

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan $>$ nilai alpha 0,05 maka variabel bebas terhadap variabel terikat tidak berpengaruh dan tidak signifikan.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $<$ nilai alpha 0,05 maka variabel bebas terhadap variabel terikat berpengaruh dan signifikan.

3.7.4.2 Uji Secara Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (dalam Haningkas, Dewi, dan Fitriani, 2021) menyebutkan bahwasannya uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang digunakan dalam model penelitian memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pengambilan keputusan menurut Mushon (dalam Haningkas, Dewi, dan Fitriani, 2021) diantaranya:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan $<$ 0,05 maka dinyatakan variabel independen secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$ maka dinyatakan variabel independen secara bersama-sama atau simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.7.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (dalam Ani, Lumanauw dan Tampenawas, 2021) koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Atau sederhananya uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.