

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian di laksanakan di Indomaret Arco Tajurhalang di Kabupaten Bogor pada bulan Maret 2023 sampai Agustus 2023, sesuai jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian**

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		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	Observasi Awal																								
2	Pengajuan izin																								
3	Persiapan penelitian																								
4	Pengumpulan data																								
5	Pengolahan data																								
6	Analisis & evaluasi																								
7	Penulisan laporan																								
8	Seminar hasil																								

Sumber: Rencana Penelitian (2023)

### 3.2. Jenis dan Metode Penelitian

Jenis yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif menurut Sugiyono (2019:16) yaitu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi suatu sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Creswell dalam Kusumastuti, Khoiron dan Achmadi (2020:2) metode penelitian kuantitatif merupakan metode-metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel biasanya diukur dengan instrument penelitian sehingga data

yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik. Penelitian mengaju pada terikatnya hubungan variabel berupa terikat dan bebas dengan variabel bebas Promosi (X) dan variabel terikat Keputusan Pembelian (Y).

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi**

Menurut Arifin dalam Kusumastuti, Khoiron dan Achmadi (2020:33) menyatakan populasi adalah keseluruhan objek yang diteliti baik berupa orang, benda, kejadian, nilai maupun hal-hal yang terjadi. Menurut Sugiyono (2019:126), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Selain itu ada pula populasi dari penelitian ini ialah para pelanggan dari Indomaret Arco Tajurhalang dalam pembeli Lemonilo.

#### **3.3.2. Sampel**

Menurut Sugiyono (2019:127) dalam penelitin kuantitatif, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi.

Untuk itu populasi yang diambil harus betul-betul representif (mewakili). Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh rumus Supramono dan Haryanto yaitu :

$$n = \frac{(Z\alpha)^2(P)(Q)}{\delta^2}$$

Diketahui :

N : Jumlah sampel

Z : Nilai tabel  $Z\alpha$  berdasarkan tingkat signifikansi tertentu  
bila  $\alpha = 0,05$   $Z = 1,67$  bila  $\alpha = 0,01$   $Z = 1,96$

P : Estimasi proporsi populasi yang sesuai dengan kriteria sampel

Q : Proporsi populasi yang tidak sesuai sampel (1-p)

$\delta$  : penyimpangan yang ditolerir (10%)

Penulis memperoleh n (jumlah sampel) yang besar dan nilai p yang belum diketahui maka dapat digunakan  $p = 0.5$ . Dengan demikian jumlah sampel yang mewakili populasi dalam penelitian ini adalah ;

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5) (0,5)}{(0,1)^2} = 0,98$$

= 98 (artinya 98 jika di bulatkan maka 100 orang yang akan menjadi responden)

Metode pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan cara *Purposive sampling* yang merupakan bagian dari teknik *nonprobability sampling*. Dalam *purposive sampling*, penunjukan sampel didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang di pandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Kata *purposive* menunjukkan, bahwa teknik ini digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Menurut Kasiram dalam Kusumastuti, Khoiron dan Achmadi (2020:34). Oleh sebab itu penelitian ini akan mendeskripsikan responden dari sampel yang mewakili. Dengan kriteria responden sebagai berikut :

1. Responden merupakan konsumen yang pernah membeli lemonilo di tahun 2022.
2. Responden ialah orang yang membeli lemonilo atas kemauan diri sendiri.
3. Responden ialah orang yang tertarik dengan promosi lemonilo colaborasi boygrup internasional.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2019:296), teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Menurut Mukadis, Dasna dan Ibnu dalam Kusumastuti, Khoiron dan Achmadi (2020:61) menjelaskan, data yang diperoleh melalui suatu penelitian harus valid (sahih) dan terpercaya (reliabel). Data penelitian merupakan informasi yang diperlukan penelitian untuk memecahkan masalah dalam penelitiannya.

Adapun pengumpulan data melalui metode kusioner menurut Sugiyono (2019:199) Kusioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kusioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan variabel yang akan di ukur dan tahu apa yang bisa di harapkan dari responden. Menurut Sujarweni (2020:73) data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kusioner, kelompok fokus, dan panel atau juga data hasil wawancara penelitian dengan nara sumber. Sedangkan penelitian ini menggunakan data primer sebagai bentuk dari sumber langsung dan melalui kusioner untuk tercapainya kevaliditas data.

### **3.5. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis. Menurut Sujarweni (2020:87). Yaitu mendefinisikan variabel secara operasional adalah mendeskripsikan dan mengidentifikasi variabel penelitian sehingga variabel tersebut signifikan dan terukur. Menurut Sugiyono dalam Sujarweni (2020:86) variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel *independen* atau variabel mempengaruhi dan variabel *dependen* atau variabel dipengaruhi.

### 3.5.1. Variabel Bebas

Menurut Sujarweni (2020:86) Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas promosi yang penulis definisikan sebagai berikut:

Menurut Uluwiyah (2022:17-19) menjelaskan indikator promosi diantaranya sebagai berikut:

1. **Periklanan (Adservating)**, merupakan komunikasi ke banyak orang, yang tujuannya untuk memberikan informasi dengan mempengaruhi konsumen agar menciptakan kesan ingin membeli supaya memuaskan keinginan konsumen untuk menyampaikan komunikasi kepada konsumen.
2. **Promosi penjualan (Personal Selling)**, bertujuan untuk mendorong pembelian produk atau jasa dengan cara meningkatkan nilai dalam pandangan pembeli.
3. **Hubungan masyarakat (Public Relation)**, publik dapat mendukung atau menghalangi kemampuan perusahaan mencapai tujuannya. Perusahaan yang bijaksana mengambil langkah konkret untuk mengelola hubungan yang berhasil dengan publik utamanya.

### 3.5.2. Variabel Terikat

Menurut Sujarweni (2020:86) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat ialah keputusan pembelian. Yakni hasil dari keputusan pelanggan dalam membeli suatu produk/jasa yang berada dalam proses pengambilan keputusannya melibatkan beberapa pilihan. Menurut Setiadi (2019:12-15) mengemukakan bahwa indikator pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

1. **Pengenalan Masalah.** Proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal dan eksternal.
2. **Pencarian Informasi.** Seseorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Dengan sumber informasi yang

dapat dikelompokkan menjadi 4 kelompok : sumber pribadi, sumber komersial, sumber umum, sumber pengalaman.

3. **Evaluasi Alternatif.** Konsep dasar akan membantu memahami proses evaluasi konsumen. Konsumen dengan cermat memahami kebutuhan, Konsumen mencari *benefit* dari solusi produk, Konsumen memperhatikan produk sebagai karakter yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat guna tujuan kebutuhan.
4. **Keputusan Pembelian.** Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi terhadap merk-merk yang terdapat pada perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk tujuan membeli untuk merk yang paling disukai. Walaupun dua factor yang dapat mempengaruhi tujuan membeli dan keputusan membeli. yaitu *sikap orang lain* dan *motivasi konsumen*.
5. **Perilaku Setelah membeli.** Sesudah membeli terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkatan kepuasan atau ketidakpuasan.

**Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel**

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Promosi (X)	Menurut Uluwiyah (2022:17-19)	1. Periklanan, 2. Promosi penjualan, 3. Public Relation,	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Schiffman dan Kanuk dalam, Sumarwan (2020:361)	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Evaluasi setelah pembelian	Skala Likert

Sumber: Penulis(2023)

### 3.6. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019:206), dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan

variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Teknik analisis data digunakan untuk memecahkan masalah pembentukan dan hipotesis penelitian yang telah terbentuk sebelumnya. Data yang terkumpul selanjutnya akan diolah untuk menarik kesimpulan berdasarkan jenis tes yang akan digunakan. Untuk tercapainya hasil penelitian dengan pengaruh variabel *independen* dan *dependen*.

### **3.6.1. Skala Angka dan Penafsiran**

Dalam penelitian kuantitatif, penelitian perlu menggunakan instrument untuk pengumpulan data, melalui metode kusioner bentuk dari kuantitatif. Selain itu adapun skala linkert guna meneliti tentang sikap, pendapat dari konsumen. Menurut Sugiyono (2019:93) skala linkert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. variabel yang akan interprestasikan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut akan digunakan sebagai penyusunan item alat berupa pernyataan, yakni setiap responden diubah menjadi skala 5 (lima) dari penilaian sangat positif sampai penilaian sangat negatif, seperti di bawah ini:

1. SS = Sangat Setuju (Skor 5)
2. S = Setuju (Skor 4)
3. N = Netral (Skor 3)
4. TS = Tidak Setuju (Skor 2)
5. STS = Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

Untuk mendapatkan tanggapan dari responden perlu diberikan peringkat dalam kusioner dengan beberapa interprestasi diperlukan. Banyak interprestasi yang digunakan untuk mengolah data mentah akan di kelompokkan agar dapat mengamati hasil akhir dari tanggapan responden. Berupa skala peringkat sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju.

Penentuan rentang interval melalui dari mengurangi skala tertinggi hingga skala terendah dan menjad skala total, diperoleh interval interprestasi pada table 3.3. di bawah ini:

$$\begin{aligned} \text{Interval Angka Penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\ &= (5 - 1) / 5 = 0,80 \end{aligned}$$

**Tabel 3.3. Skala Linkert**

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti (2023)

Adapun rumus penafsiran sebagai berikut:

$$\frac{\sum f(X)}{n}$$

Keterangan:

- M = Angka penafsiran
- f = Frekuensi jawaban
- x = Skala nilai
- n = Jumlah seluruh jawaban

### 3.6.2. Persamaan Regresi

Persamaan regresi adalah cara untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun penelitian ini menggunakan regresi berganda. Analisis regresi sederhana adalah bentuk suatu analisis dengan menguji nilai kepengaruhannya variabel bebas terhadap variabel terikat, dapat digunakan model matematika sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

- Y = Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)  
a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)  
b = Koefisien regresi (Konstanta)  $X_1$   
X = Promosi  
e = Standar error

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda melalui *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Dengan melakukan teknik analisis data terlebih dahulu sebagai berikut:

1. Uji Kualitas Data
  - a. Uji Validitas
  - b. Uji Reabilitas
2. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Normalitas
  - b. Uji Multikolinierlitas
  - c. Uji Heteorskedastisitas
3. Uji Hipotesis
  - a. Uji Serempak atau Simultant (Uji F)
  - b. Uji Determinasi ( $R^2$ )

### **3.6.3. Uji Kualitas Data**

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kusioner harus dilakukan pengujian kualitas terhadap data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui instrumen yang digunakan valid dan reliabel guna tercapainya kebenaran data yang diolah berpengaruh penentuan kualitas hasil penelitian.

#### **1. Uji Validitas**

Uji ini ialah langkah pertama dalam pengolahan data menurut Priyastama (2020:166) dilakukan uji validitas untuk mengetahui apakah setiap item valid atau tidak dan uji reabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur. Validitas penelitian mengemukan derajat ketepatan antara data yang terjadi dan objek penelitian. Dengan data yang diperoleh peneliti. Semakin data yang terjad pada objek

maka akan semakin valid yang di peroleh. Adapula rumus yang digunakan dalam uji validitas, menggunakan teknik korelasi *product moment* adalah:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

$r_{hitung}$  = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

$\sum X_i$  = Jumlah skor item

$\sum Y_i$  = Jumlah skor total (sebuah item)

N = Jumlah responden

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Guna mengamati instrument dalam kuesioner tentang valid atau tidak yang dapat dilihat pada kolom *Item-Total Statistics, Corelation*. Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada tabel *Item-Total Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika  $r_{hitung} > 0,3$ .

## 2. Uji Reabilitas

Setelah melewati uji kevaliditasan data selanjutnya data harus *reliable* dengan itu perlu ada tahap uji reabilitas. Uji reabilitas adalah tahap pengujian untuk pengukur konsistensi penggunaan kusioner. Pernyataan kusioner akan dikategorikan real apabila pernyataan digunakan berkali-kali dalam rentan waktu yang berbeda walaupun hasilnya sama. Dalam uji reliabilitas menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, suatu instrumen dikatakan handal (*reliabel*), bila memiliki koefisien keandalan atau alpha minimal 0,6. Berikut ini rumus Alpha Cronbach:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Nilai reliabilitas

$\sum Si$  = Jumlah variabel skor setiap item

$St$  = Varians total

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

Penelitian ini melakukan uji reliabel menggunakan *Statistical Program for Social Science*). Instrument akan dikatakan handal (*reliabel*) jika nilai *Cronbach's Alpha* nya lebih besar dari 0,6 dan dapat digunakan untuk tahap pengujian selanjutnya.

#### **3.6.4. Uji Asumsi Klasik**

Langkah selanjutnya yang perlu dilakukan ialah uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik ini merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi linier berganda yang berbasis Ordinary Least Square (OLS) bertujuan memberikan ketegasan bahwa persamaan linier berganda mempunyai ketepatan dalam penilaian dan konsistensi. Pada tahap ini terdapat tiga tahapan uji, diantaranya Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, dengan penjelasan lengkap sebagai berikut:

##### **1. Uji Normalitas**

Uji ini ialah uji yang digunakan oleh variabel bebas (X) dan variabel (Y) bertujuan untuk mengetahui kuesioner yang di sebarakan layak atau tidak maupun normal atau tidak. Dalam penelitian ini akan digunakan program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS), dengan menggunakan pendekatan histogram. Data variabel bebas dan terikat dikatakan berdistribusi normal jika gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri.

##### **2. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas ini dalam analisis regresi linear berganda yang akan menggunakan satu variabel bebas ataupun lebih (X1) yang diukur tingkat keeratan (asosiasi) pengaruh antar variabel bebas melalui besaran koefisien korelasi (r). Menurut Priyastama (2020:122) multikolinieritas adalah ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen pada model

regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (korelasi 1 atau mendekati).

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ialah bertujuan untuk mengetahui dalam penelitian terjadi keraguan atau tidak dalam analisis regresi. Uji heteroskedastisitas ini dilakukan dengan uji korelasi ranking untuk mendiagnosa adanya masalah heteroskedastisitas di dalamnya. Pengujian menggunakan distribusi "t" dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  maka menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , artinya model regresi mengandung masalah heteroskedastisitas. Menurut Priyastama (2020:125) heteroskedastisitas adalah keadaan yang mana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

#### 3.6.5. Uji Hipotesis

Setelah melewati dua pengujian uji kualitas data dan asumsi klasik selanjutnya yang perlu dilakukan yaitu uji hipotesis. Pada dasarnya uji hipotesis ialah tahap pengujian yang bersifat sementara berupa pernyataan atau teori seperti pemahaman dalam bahasa Yunani. "hypo" dibawah dan "thesis" pendirian, pendapat yang ditegakkan, kepastian. Dapat disimpulkan bahwa uji hipotesis ini merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini akan dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji t (uji parsial).

#### 1. Uji Serempak atau Simultan (Uji F)

Uji F atau simultan ialah tahapan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara positif dan signifikan variabel-variabel bebas dengan menyeluruh terhadap variabel terikat. Oleh sebab itu pengujian simultan (Uji F) memiliki kegunaan untuk mengukur secara bersamaan pengaruh variabel (X) dengan variabel (Y). Dalam hal ini untuk mengetahui hasil terpengaruhnya variabel terikat atas variabel bebas perlu menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

$F_{hitung}$  = Nilai F yang dihitung

$R^2$  = Nilai koefisien korelasi ganda

$k$  = Jumlah Variabel bebas

$n$  = Jumlah Sampel

Dalam hal ini penelitian menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) sebagai bentuk dari uji hipotesis. Dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel *Anova* melalui rumus hipotesis, sebagai berikut:

$H_0$  :  $\beta_i = 0$  ; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

$H_a$  :  $\beta_i \neq 0$  ; artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada taraf  $\alpha = 0,05$  dengan ketentuan:

a.  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  di tolak

Artinya menjelaskan variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa promosi yang dilakukan secara bersamaan (simultant) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Lemonilo di Indomaret (Arco Tajurhalang).

b.  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa promosi yang dilakukan secara bersamaan (simultant) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Lemonilo di Indomaret (Arco Tajurhalang).

## 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) ialah angka yang digunakan untuk mengidentifikasi kontribusi atau sumbangan yang diperoleh dari variabel bebas (*variable independen*) terhadap variabel terikat (*variable dependen*) dalam bentuk persentase angka.

Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ) yang berarti bahwa bila  $R^2 = 0$  berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila  $R^2$  mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* pada tabel *Model Summary*. Dan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Sumber: Siregar dalam Herlambang (2019:65)