

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).⁵¹ Pendapat lain mengatakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan suatu pendekatan yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan dari hasilnya.⁵²

Menurut Tauzeh pada bukunya pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, dan membangun fakta, menunjukkan gabungan antar variabel, memberikan deskripsi statistic, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal, dan dirancang sematang mungkin sebelumnya.⁵³

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan

⁵¹ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hal. 11.

⁵² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal. 12.

⁵³ Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hal. 99.

kuantitatif yang terfokus pada promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk dengan media sosial sebagai variabel moderating pada Klinik Primasari Health and Beauty Tulungagung.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian asosiatif mempunyai tingkatan yang tertinggi apabila dibandingkan dengan penelitian deskriptif komperatif. Dengan penelitian asosiatif ini maka akan dapat dibangun teori yang dapat berfungsi untuk mnejelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.⁵⁴ Dalam judul penelitian ini, penelitian menjelaskan apakah ada pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk dengan media sosial sebagai variabel moderating pada Klinik Primasari Health and Beauty Tulungagung.

B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan atau himpunan dari seluruh karakteristik yang dimiliki oleh obyek ataupun subyek yang akan diteliti. Jadi, populasi itu bukan hanya orang tetapi juga objek dan benda-benda alam lainnya. Populasi bukan hanya sekedar jumlah orang yang ada pada obyek atau

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 11.

subyek yang dipelajari tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek ataupun obyek tersebut.⁵⁵ Populasi dalam penelitian ini yaitu sebagian konsumen yang melakukan pembelian produk skincare dan juga melakukan treatment di klinik kecantikan Primasari Health and Beauty Tulungagung.

2. Sampling Penelitian

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Menurut Sugiyono, *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁵⁶

3. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Hal ini dapat diartikan bahwa sampel tidak ada, apabila populasi tidak ada. Jadi penentuan sampel berdasarkan atas pertimbangan masalah, hipotesis, tujuan, serta instrument penelitian dan teknik *sampling* yang ditetapkan.

⁵⁵ Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*, (Jakarta: Alim's Publishing, 2017), hal. 62.

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal. 85.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lameshow yaitu:⁵⁷

$$n = \frac{Za^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Za = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$

P = Prevelensi outcome, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

Q = $1 - P$

L = Tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus, maka $n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2} = 96,04$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden

C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukurannya

1. Sumber Data

Pengertian data adalah sekumpulan informasi atau nilai yang diperoleh dari pengamatan atau observasi suatu objek, data dapat berupa

⁵⁷ Hening Rahmadina, *Skripsi: Perbedaan Perilaku Agresi Remaja Berdasarkan Gender Yang Ditinggal Dengan Orangtua Tunggal Di Kota Sukabumi*, (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia), hal. 32.

angka dan dapat pula merupakan lambang atau sifat. Pada dasarnya kegunaan data (setelah diolah dan dianalisis) ialah sebagai dasar yang objektif di dalam proses pembuatan keputusan-keputusan atau kebijaksanaan-kebijaksanaan dalam rangka untuk memecahkan persoalan oleh pengambilan keputusan.⁵⁸

Untuk mendapatkan data yang akurat peneliti menggunakan data primer dan data sekunder sebagai berikut:

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang bersumber dari hasil wawancara terstruktur terhadap responden dengan menggunakan kuisisioner (daftar pertanyaan terstruktur).⁵⁹ Dalam penelitian ini data diperoleh secara langsung dengan memberikan kuisisioner atau daftar pertanyaan kepada pembeli produk Primasari Health and Beauty.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi lain, biasanya sumber data tidak langsung berupa data dokumentasi dan arsip-arsip resmi.⁶⁰

⁵⁸ Situmorang Syafrizal Helmi, *Analisis Data: Untuk riset manajemen dan bisnis*, (Medan: USU Press, 2010), hal. 1.

⁵⁹ Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta: 2010), hal. 162.

⁶⁰ Situmorang Syafrizal Helmi, *Analisis Data*, hal. 2.

2. Variabel Penelitian

Didalam suatu penelitian terdapat beberapa variabel yang harus ditetapkan dengan jelas oleh seorang peneliti sebelum melakukan pengumpulan data. Variabel adalah fenomena yang bervariasi dalam bentuk, kualitas, mutu standart dan sebagainya. Dari definisi ini maka variabel adalah sebuah fenomena (yang berubah-ubah) dengan demikian maka bisa jadi tidak ada satu peristiwa dalam ini yang disebut variabel, tinggal tergantung bagaiman kualitas variabelnya. Variabel dalam penelitian ini dibedakan menjadi tiga macam, yaitu sebagai berikut:⁶¹

a. Variabel Independen

Variabel independen, merupakan variabel yang mempengaruhi atau penyebab terjadi yang penyebab terjadi perubahan pada variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen yaitu harga dan promosi.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen, adalah variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat. Atau variabel ini biasa juga disebut variabel terikat, variabel tidak bebas atau variabel endogen. Dalam penelitian ini variabel dependen yaitu keputusan pembelian pada Primasari Health and Beauty.

⁶¹ Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian.....*, hal. 34.

c. Variabel Moderasi

Variabel moderasi, ialah variabel yang bisa mempengaruhi baik memperkuat atau memperlemah pada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel moderasi yaitu media sosial.

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁶² Dimana fenomena ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Skala likert disebut juga *summated rating scale*. Skala ini banyak digunakan karena skala ini memperbanyak peluang kepada responden untuk mengekspresikan perasaan mereka dalam bentuk persetujuan atau *agreement* terhadap suatu pertanyaan. Pertanyaan diberikan berjenjang mulai dari tingkat terendah sampai tertinggi. Untuk mengukur skor skala *likert* ini sebagai berikut:

- a. SS = sangat setuju diberi skor 5
- b. ST = setuju diberi skor 4
- c. N = netral diberi skor 3
- d. TS = tidak setuju diberi skor 2

⁶² Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian.....*, hal. 114.

- e. STS = sangat tidak setuju diberi skor 1

D. Teknis Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang akurat, teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah dengan menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut :

a. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah faktor yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sifat utama dari data ini tidak terbatas pada ruang dan waktu, sehingga memberi peluang kepada peneliti untuk hal-hal yang telah silam. Dokumen ini dibagi menjadi dua yaitu dokumen resmi dan dokumen pribadi. Dalam penelitian ini dokumen yang digunakan adalah dokumen yang dikelola oleh pemilik Klinik Primasari Health and Beauty dimana berupa data-data mengenai omset dan data konsumen.

b. Kuisisioner/angket

Kuisisioner/angket adalah daftar pernyataan atau pertanyaan yang dikirimkan kepada responden baik secara langsung atau tidak langsung, (melalui pos atau perantara). Sebagian besar riset pemasaran menggunakan bentuk-bentuk kuisisioner, baik melalui pos, wawancara langsung, via telepon maupun via email dan mesin faximile. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuisisioner tertutup. Sehingga pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam

bentuk pilihan ganda. Jadi kuisioner jenis ini responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat.

c. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis.⁶³ Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk pengumpulan data yang dibutuhkan oleh peneliti, disini alat yang digunakan adalah angket. Supaya instrumen penelitian ini dapat berfungsi secara efektif, maka syarat validitas dan reabilitas harus diperhatikan sungguh-sungguh.⁶⁴ Jumlah instrumen penelitian ini tergantung pada jumlah variabel penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti. Selanjutnya dari variabel-variabel tersebut ditentukan indikator yang akan diukur. Dari indikator ini kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Pada penelitian

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal. 138-139.

⁶⁴ W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Grasindo, 2000), hal. 123.

ini, peneliti menggunakan instrument berupa kuesioner/angket yang menggunakan likert dengan 5 opsi jawaban. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.⁶⁵

Untuk memudahkan peneliti dalam proses pembentukan kuisioner, maka peneliti terlebih dahulu merumuskan kisi-kisi instrumen penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.1
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

No.	Variabel Penelitian	Indikator	Skala
1.	Promosi (X ₁) (Philip Kotler: 2009)	a. Periklanan	Likert
		b. Penjualan Pribadi	
		c. Promosi Penjualan	
		d. Publisitas	
2.	Harga (X ₂) (Thomas S. Kaihatu: 2007)	a. Keadaan Perekonomian	Likert
		b. Penawaran dan Permintaan	
		c. Persaingan	
		d. Biaya	
		e. Tujuan Perusahaan	
3.	Keputusan Pembelian (Y) (Bilson Simamora: 2001)	a. Pengenalan Kebutuhan	Likert
		b. Pencarian Informasi	
		c. Evaluasi Berbagai Alternatif	
		d. Keputusan Pembelian	
		e. Perilaku Pasca Pembelian	
4.	Media Sosial Instagram (Z) (Syafira Putri: 2017)	a. Context	Likert
		b. Communication	
		c. Collaboration	
		d. Connection	

⁶⁵ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal. 25.

E. Analisis Data

Pada tahap ini data diolah dan dianalisis terlebih dahulu sedemikian rupa sehingga berhasil menarik kesimpulan untuk menjawab persoalan-persoalan yang diajukan dalam penelitian. Menurut Sujarweni, teknik analisis data adalah sebuah proses yang berhubungan dengan prosedur penelitian.⁶⁶ Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*), dengan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS versi 20.0.

1. Uji Keabsahan Data

a. Uji Validitas

Validitas pada dasarnya kata “*valid*” mengandung makna yang sinonim dengan kata “*good*”, validitas dimaksudkan sebagai pengukur kemampuan atribut-atribut dalam variabel.⁶⁷ Dan menurut Ghozali, uji validitas digunakan untuk sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.⁶⁸

Suatu kuesioner dikatakan valid jika kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat dihitung menggunakan aplikasi SPSS. Dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. untuk menguji apakah masing-masing indikator valid atau tidak, dapat dilihat pada tampilan

⁶⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru, 2015), hal. 157.

⁶⁷ A. Ferdinand, *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*, (Seri pustaka 03/BPUNDIP, 2014), hal. 217.

⁶⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate Dengan Program IMB SPSS 19*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), hal. 45.

output *cronbach alpha* pada kolom *correlated item – total correlation*.

Jika r hitung lebih besar dari pada r tabel dan nilai positif maka indikator tersebut dinyatakan valid.⁶⁹

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dilakukan untuk mengukur data-data yang dihasilkan disebut *reliabel* atau terpercaya, apabila instrumen itu secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran.⁷⁰

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji reabilitas dapat hitung menggunakan aplikasi SPSS. Untuk mengukur realibilitas dilakukan dengan menghitung uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan $\text{cronbach Alpha} > 0.70$.⁷¹

2. Uji Normalitas

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametric. Dalam melakukan uji normalitas data dapat menggunakan 10

⁶⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate*....., hal. 46.

⁷⁰ A. Ferdinand, *Structural Equation*....., hal. 217.

⁷¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate*....., hal. 52-53.

pendekatan Kolmogorow-Smirnov. Kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan Kolmogorow-Smirnov adalah sebagai berikut :

- 1) Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ distribusi data adalah tidak normal.
- 2) Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi data adalah normal.⁷²

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya keterkaitan atau hubungan yang tinggi antara variabel – variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Alat statistik untuk menguji gangguan multikolinearitas adalah Variance Inflation Factor (VIF). Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data cross section dari pada time series. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data time series bebas dari heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya

⁷² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009), hal 77-78.

heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar scatterplot model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

“Analisis regresi berganda digunakan untuk mencari hubungan fungsional dua variabel prediktor atau lebih dengan variabel kriteriumnya”.⁷³ Analisis regresi linier berganda sebenarnya sama dengan analisis regresi linier sederhana, hanya berbeda pada jumlah variabel bebas yang digunakan (lebih dari satu). Rumus regresi linier berganda yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dengan Y adalah variabel terikat dan X adalah variabel-variabel bebas. Sedangkan a adalah konstanta (*intersept*) dan b adalah koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas. Interpretasi terhadap persamaan juga relatif sama, sebagai ilustrasi, pengaruh antara promosi (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) menghasilkan persamaan.

5. *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Selain menggunakan analisis regresi berganda, dalam penelitian ini juga menggunakan metode *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menganalisis pengaruh variabel moderating pada hubungan antara variabel

⁷³ Husaini Usman, *Pengantar Statistika*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hal. 241.

independen terhadap variabel dependen. Metode *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan suatu model regresi yang menggunakan variabel moderator. “Variabel *moderating* adalah variabel yang akan mempekuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen”.⁷⁴ Guna mengetahui ada tidaknya variabel moderator, terdapat 2 metode yang sering digunakan, yaitu analisis *sub-groups* (sub kelompok) dan *Moderated Regression Analysis* (MRA).

“Analisis sub-kelompok digunakan untuk mengidentifikasi ada tidaknya jenis moderator *Homologizer*”.⁷⁵ Analisis dilakukan dengan membagi sampel menjadi dua berdasarkan variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel moderator. Pengelompokan dapat dilakukan sesuai jenis kelamin, keyakinan, kepentingan, *median*, atau *mean*. Setelah itu, masing-masing sub-kelompok dilakukan uji regresi dan dibandingkan nilai koefisien determinasinya (R^2). Apabila nilai koefisien masing-masing kelompok berbeda, maka variabel yang dijadikan dasar pembagian sub-kelompok adalah variabel moderator.

Moderated Regression Analysis (MRA) digunakan untuk mengidentifikasi ada tidaknya variabel moderator sekaligus jenis variabel moderator tersebut. Persamaan yang digunakan untuk pengujian, yaitu:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + e \quad (1)$$

⁷⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), hal. 213.

⁷⁵ *Ibid.*, hal. 215.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z + e \quad (2)$$

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z + \beta_3 X_1 * Z + e \quad (3)$$

Jika persamaan (2) dan (3) tidak berbeda secara signifikan atau ($\beta_3 = 0$; $\beta_2 \neq 0$) maka Z bukanlah variabel moderator, tetapi sebagai variabel prediktor (independen). Variabel Z merupakan variabel *pure moderator*, maka persamaan (1) dan (2) tidak berbeda, tetapi harus berbeda dengan persamaan (3) atau ($\beta_2 = 0$; $\beta_3 \neq 0$). Variabel Z merupakan variabel *quasi moderator* jika persamaan (1), (2) dan (3) harus berbeda satu dengan lainnya ($\beta_2 = 0$; $\beta_3 \neq 0$).⁷⁶

Berdasarkan hubungannya dengan variabel dependen (Y), variabel moderator dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu variabel *homologizer*, variabel moderator semu (*quasi moderator*), dan variabel moderator asli (*pure moderator*). Disebut sebagai variabel *homologizer* apabila variabel tersebut “mempengaruhi kekuatan hubungan, tetapi tidak berinteraksi dengan variabel *predictor* (X) dan tidak berhubungan secara signifikan baik dengan *predictor* (X) maupun dengan variabel *criterion* (Y)”.⁷⁷

Jenis variabel moderator semu (*pure moderator*) terjadi apabila “variabel moderator berhubungan dengan variabel *criterion* (Y) dan/atau variabel *predictor* (X) serta berinteraksi dengan variabel *predictor* (X)”.⁷⁸ Jadi variabel moderator dalam jenis ini memiliki 2 fungsi, yaitu sebagai

⁷⁶ *Ibid.*, hal. 219.

⁷⁷ *Ibid.*, hal. 214.

⁷⁸ *Ibid.*, hal. 215.

variabel independen dan sekaligus berinteraksi dengan variabel independen lainnya sebagai variabel moderator.

Jenis variabel moderator asli (*pure moderator*) terjadi apabila variabel tersebut memenuhi kriteria, yaitu “variabel moderator tidak berhubungan dengan variabel *criterion* (Y) dan predictor (X), tetapi berinteraksi dengan variabel *predictor* (X)”. Jadi, variabel moderator pada jenis ini langsung berinteraksi dengan variabel independen lain tanpa berfungsi sebagai variabel independen.

Berdasarkan pengujian awal yang telah dilakukan diperoleh kesimpulan bahwa variabel moderator yang dihipotesiskan dalam penelitian ini berinteraksi secara signifikan terhadap variabel dependen. Jadi, dalam penelitian ini menggunakan jenis variabel *quasi moderator* (moderator semu). Terdapat tiga cara dalam pengujian regresi dengan variabel moderator, yaitu menggunakan uji interaksi, uji nilai selisih mutlak, dan uji residual. Penelitian ini akan menggunakan metode uji interaksi dengan persamaan, yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1X_2 + \dots + e$$

Keterangan :

Y = variabel dependent (keputusan pembelian)

a = bilangan konstanta

b₁ = koefisien variabel

e = error

X_1 = variabel independent 1 (promosi)

X_2 = variabel independent 2 (harga)

X_1X_2 = variabel moderating (interaksi antara variabel X_1 dan X_2)

6. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga menuntun atau mengarahkan penyelidikan selanjutnya⁷⁹. Dalam penelitian ini Pembuktian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji statistik sebagai berikut :

a. Uji T (T-test)

Uji t ini digunakan untuk membuktikan pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen, dimana apabila nilai t hitung lebih besar dari t table menunjukkan diterimanya hipotesis yang diajukan. Nilai t hitung dapat dilihat pada hasil regresi dan nilai t tabel didapat melalui sig. $\alpha = 0,05$ dengan $df = n - k$. Kesimpulan :

- 1) Apabila t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh secara simultan.
- 2) Apabila t hitung $>$ t tabel, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya ada pengaruh secara simultan.

⁷⁹ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 104.

b. Uji F (F -test)

Uji simultan ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama yakni dalam penelitian ini menguji pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk dengan media sosial sebagai variabel moderating pada Klinik Primasari Health and Beauty. Adapun yang menjadi kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- 1) H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

7. Uji Koefisien Determinan

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁸⁰

Atau dapat dikatakan bila nilai koefisien determinasi (R^2) = 0 berarti diantara variabel independen dengan variabel dependen tidak ada hubungan,

⁸⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate.....*, hal. 97.

sedangkan bila nilai koefisien determinasi (R^2) = 1 berarti antara variabel independen dengan variabel terikat mempunyai hubungan kuat.