

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2023). Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Proses penelitian bersifat deduktif, di mana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis. Hipotesis tersebut selanjutnya diuji melalui pengumpulan data lapangan. Untuk mengumpulkan data digunakan instrumen penelitian. Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistik deskriptif atau inferensial sehingga dapat disimpulkan hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak.

Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat *positivisme*. Metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode *discovery*, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Sugiyono, (2023).

#### **3.2 Objek Penelitian**

Menurut Sugiyono (2023), objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data konkrit yang berbentuk angka (*numerik*) pada populasi atau sampel tertentu. Objek ini berlandaskan filsafat *positivisme*, diteliti menggunakan metode *survei/eksperimen*, dan dianalisis secara statistik.

Objek dalam penelitian ini adalah iklan berbayar sebagai variabel *independen* dan keputusan pembelian sebagai variabel *dependen*. Dalam penelitian ini akan meneliti mengenai pengaruh iklan berbayar terhadap keputusan pembelian di *platform* shopee pada toko Almeera *official store*.

### 3.3 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini di mulai pada bulan Febuari 2026 hingga mei 2026. Terhitung dari bulan Febuari penentuan topik yaitu fokus terhadap riset & seminar manajemen pemasaran.pada bulan Maret penentuan judul yaitu : “Pengaruh Efektivitas Iklan Berbayar Terhadap Keputusan Pembelian Produk Almeera *Official Store* Di Shopee”. Pada bulan Maret hingga bulan April menyelesaikan penyusunan laporan proposal.dan pada bulan mei mengumpulkan pemberkasan untuk persyaratan proposal dan melaksanakan sidang proposal di universitas Sali Al-aitam Bandung.

Penelitian ini dilakukan di *platform* shopee pada toko Almeera *official store*.Pemilihan tempat penelitian ini karna peneliti menggunakan pembeli atau konsumen pada toko Almeera *officiall* di *platform* shopee sebagai objek penelitian.Penelitian ini dilakukan secara online dengan menyebarkan kuesioner melalui Google *Form* untuk efisiensi waktu dikarenakan saat ini tidak mungkin untuk mendistribusikan kuisisioner secara langsung.

**Tabel 3. 1 Waktu Penelitian**

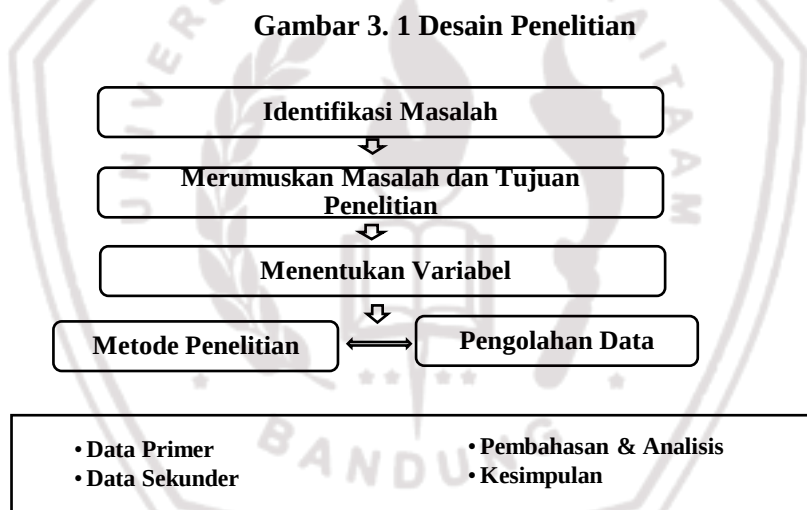
| No | Tahap Kegiatan                                          | Feb 2026 | Mar 2026 | April 2026 | Mei 2026 | Juni 2026 | Juli 2026 | Agustus 2026 |
|----|---------------------------------------------------------|----------|----------|------------|----------|-----------|-----------|--------------|
| 1  | Penentuan topik (Riset dan seminar manajemen pemasaran) | ✓        |          |            |          |           |           |              |
| 2  | Observasi awal dan penentuan judul penelitian           |          | ✓        |            |          |           |           |              |
| 3  | Penyusunan laporan proposal BAB I-BAB III               |          | ✓        | ✓          |          |           |           |              |
| 4  | Pengumpulan pemberkasan persyaratan sidang              |          |          |            | ✓        |           |           |              |
| 5  | Pelaksanaan sidang proposal                             |          |          |            | ✓        |           |           |              |
| 6  | Revisi dan ACC Proposal                                 |          |          |            | ✓        | ✓         |           |              |
| 7  | Penyusunan Skripsi BAB IV dan V                         |          |          |            |          | ✓         | ✓         |              |

|    |                                        |  |  |  |  |  |   |  |
|----|----------------------------------------|--|--|--|--|--|---|--|
| 8  | Wawancara dengan informan              |  |  |  |  |  | ✓ |  |
| 9  | Pengumpulan pemberkasan sidang Skripsi |  |  |  |  |  | ✓ |  |
| 10 | Sidang Skripsi                         |  |  |  |  |  | ✓ |  |

Sumber: Dokumentasi Peneliti 2026

### 3.4 Desain Penelitian

Sugiyono (2023) menyebutkan bahwa desain penelitian adalah suatu rencana yang disusun secara teratur dan berfungsi sebagai pedoman dalam merancang serta melaksanakan sebuah studi. Desain ini mencakup penetapan cara yang digunakan dalam proses pengumpulan dan analisis data, serta rencana untuk memastikan keakuratan hasil penelitian. Rancangan penelitian dalam studi ini diuraikan melalui ilustrasi desain berikut:



Sumber: Peneliti

### 3.5 Variabel dan operasional variabel

#### 3.5.1 Variabel

Menurut Sugiyono (2023) variable penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga mendapatkan informasi tentang hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini ada 2 yaitu variable *independen* dan variabel *dependen* yakni sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independen Variabel*) : Menurut Sugiyono (2023) variabel yang sering disebut sebagai *variable stimulus*, *prediktor*, *antecedent* Variabel *independen* atau disebut dengan *varabel* bebas yang dapat mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel dependen. Variabel bebas atau *independen* dari penelitian ini adalah Iklan berbayar (X).
2. Variabel Terikat (*Dependen Variabel*) : Menurut Sugiyono (2023) variabel yang sering disebut sebagai *variable output*, kriteria, *konsekuensi*. Variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *dependen* adalah Keputusan pembelian (Y).

### 3.5.2 Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan segala bentuk aspek yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti, dengan tujuan memperoleh informasi mengenai hal tersebut sehingga dapat diambil suatu kesimpulan (Sugiyono, 2023). Sehingga variabel didalam penelitian ini ada 2 variabel, yaitu satu variabel bebas antara lain iklan berbayar dan Keputusan pembelian (Y), Berikut adalah penjelasan dari variabel-variabel tersebut:

**Tabel 3. 2 Operasional Variabel**

| Variabel               | Definisi                                                                                                                                                                                                                                                                              | Indikator                                                                                                              | Sumber                                   | Skala  |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|--------|
| X: Iklan berbayar      | Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2022) , mendefinisikan iklan sebagai segala bentuk presentasi <i>non-personal</i> dan promosi ide, barang, atau jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu yang teridentifikasi                                                               | -Misi<br>-Jangkauan<br>-Pesan<br>-Dampak                                                                               | Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2022) | Likert |
| Y: Keputusan Pembelian | Menurut Tjiptono dan Chandra (2022) , keputusan pembelian adalah sebuah proses di mana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu, dan mengevaluasi secara baik seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya. | -Pengenalan masalah<br>-Pencarian Informasi<br>-Evaluasi alternatif<br>-Keputusan membeli<br>-Evaluasi pasca pembelian | Andrian. (2022)                          | Likert |

### 3.6 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

#### 3.6.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2023), populasi dalam penelitian meliputi seluruh individu atau objek yang memiliki ciri-ciri tertentu dan relevan dengan isu yang diteliti. Berdasarkan pengertian tersebut, populasi tidak hanya mencakup jumlah objek atau subjek yang diamati, tetapi juga mencakup seluruh sifat atau karakteristik yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut. Sementara itu, populasi target merujuk pada sebagian dari populasi yang dipilih secara khusus oleh peneliti untuk menjadi fokus penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan transaksi pada Toko Almeera *Official Store* di *platform* Shopee. Mengingat transaksi terus berjalan dan jumlah konsumen terus bertambah setiap waktunya, maka populasi dalam penelitian ini bersifat tidak terhingga (*infinite population*) atau tidak diketahui jumlah pastinya.

#### 3.6.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2023), 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 dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* (mewakili).

Agar sampel yang diambil dapat mewakili populasi dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka ditetapkan kriteria atau karakteristik responden sebagai berikut:

1. Konsumen perempuan (mengingat mayoritas produk dan penjualan Toko Almeera *Official Store* berfokus pada *fashion* muslim perempuan).
2. Konsumen yang pernah melihat iklan berbayar Almeera *Official Store* di *platform* Shopee.
3. Konsumen yang pernah melakukan minimal satu kali transaksi pembelian di Almeera *Official Store* di Shopee.

4. Berusia minimal 17 tahun (responden dianggap sudah memiliki kemampuan mengambil keputusan pembelian secara mandiri dan mampu mengisi kuesioner dengan baik).

### 3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel

Sugiyono (2023) mengemukakan teknik *sampling* merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan, teknik *sampling* pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*.

Pada penelitian ini, teknik *sampling* yang digunakan adalah *nonprobability* sampling. Menurut Sugiyono, (2023). *Nonprobability* sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik ini meliputi, *sampling* sistematis, kuota *aksidental*, *purposive*, jenuh, *snowball*.

Karena jumlah populasi tidak diketahui maka jumlah sampel dicari dengan rumus Cochran (Sugiyono, 2023) :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah sampel yang diperlukan
- z = Harga dalam kurve normal untuk simpanan 5% dengan nilai=1,96
- p = Peluang benar 50% = 0,5
- q = Peluang salah 50% = 0.5
- e = Tingkat kesalahan sampel (*Sampling error*), dalam penelitian ini menggunakan 10%

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan digunakan adalah:

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

$$n = 96,04$$

Atas dasar perhitungan diatas, maka sampel yang diambil adalah berjumlah 96 responden. Untuk lebih memberikan arahan atau lebih memfokuskan pemilihan sampai yang dapat mewakili jumlah populasi, maka digunakan teknik pengambilan sampel dengan *Purposive Sampling*.

### **3.7 Teknik pengumpulan data**

Menurut Sugiyono (2023), teknik pengumpulan data adalah langkah strategis untuk mendapatkan data yang memenuhi standar. Teknik utamanya meliputi wawancara (terstruktur/tidak terstruktur), observasi (*partisipan/non-partisipan*), kuesioner/angket (tertulis), dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode angket (kuisisioner) dan Studi Pustaka.

#### **3.7.1 Kuesioner**

Menurut Sugiyono,(2023).teknik pengumpulan data yang dilaksanakan melalui pemberian serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden agar dapat dijawab oleh mereka. Metode angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui penyediaan lembaran berisi pertanyaan-pertanyaan tertulis yang disebarkan kepada responden, yakni karyawan Griya Arjuna Semarang. Instrumen angket atau kuesioner ini dimanfaatkan untuk memperoleh data terkait Pengaruh Disiplin dan Motivasi terhadap Kinerja Karyawan. Kuesioner ini menggunakan metode Likert dimana terdapat interval 1-5 yaitu:

1. STS = Sangat tidak setuju = skor 1
2. TS = Tidak setuju= skor 2
3. CS = Cukup setuju = skor 3
4. S = Setuju = skor 4
5. SS = Sangat Setuju = skor 5

#### **3.7.2 Studi Pustaka**

Studi pustaka merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan mencari beberapa informasi dari literatur-literatur yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian. Menurut (Sugiyono, 2023), peneliti harus membaca dan

menelaah sumber-sumber bacaan yang baik agar peneliti dapat menegakkan landasan yang kokoh untuk langkah-langkah berikutnya. Dalam penelitian, peneliti berupaya mencari, mempelajari, meneliti, mengkaji, dan menelaah sumber-sumber bacaan yang baik berupa literatur dari buku, laporan, hasil-hasil penelitian, dan jurnal ilmiah yang memiliki relevansi dengan permasalahan yang diteliti.

### 3.8 Transformasi Data

Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data *ordinal*. Agar memudahkan dalam pengolahan data maka data harus diubah terlebih dahulu menjadi data berskala *interval*.

#### 3.8.1 Method of Succesive Interval (MSI)

Untuk mengubah data berskala ordinal menjadi data berskala interval, digunakan teknik *Method of Succesive Interval*. Langkah-langkah yang harus dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Ambil data ordinal hasil kuesioner.
2. Untuk setiap pernyataan, hitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya.
3. Menghitung nilai z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data > 30 dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal.
4. Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukkan nilai z pada rumus distribusi normal.
5. Menghitung nilai skala menggunakan rumus *Method of Succesive Interval*:

$$SV = \frac{(density\ lower\ limit) - (density\ at\ upper\ limit)}{(density\ at\ upper\ limit) - (area\ under\ lower\ limit)}$$

Keterangan :

1. SV (skla value) : rata – rata *interval*.
2. *Density at lower limit* : kepaduan batas bawah.
3. *Density at upper limit*: kepaduan batas atas.
4. *Area under upper limit* : Daerah dibawah batas atas.
5. *Area under lower limit* : daerah di bawah batas bawah.

Menggunakan nilai *transformasi* (Nilai untuk skala *interval*) menggunakan rumus:  $Y = SV + (\text{Nilai skala} + 1)$

### 3.9 Uji Instrumen Penelitian

Sugiyono (2023) mengemukakan bahwa pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian. Jadi instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati. Secara spesifik, semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen pada penelitian ini yaitu berupa kuesioner dengan beberapa daftar pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada responden penelitian. Untuk menguji instrumen penelitian terdiri dari uji validitas (*test of validity*) dan uji reliabilitas (*test of reliability*) yang berfungsi untuk mengetahui apakah instrumen penelitian layak dipakai atau tidak.

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrument penelitian. Kuesioner disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah dijabarkan dalam operasionalisasi variabel sehingga masing-masing pertanyaan yang diajukan kepada responden lebih jelas dan terstruktur. Untuk bisa menetapkan indikator-indikator dari setiap variabel yang diteliti maka diperlukan wawasan yang luas dan mendalam tentang variabel yang diteliti dan teori-teori yang mendukungnya. Penggunaan teori untuk menyusun instrumen harus secermat mungkin agar diperoleh indikator yang valid. Caranya dapat dilakukan dengan membaca berbagai referensi seperti buku, jurnal dan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis, dan konsultasi pada orang yang dipandang ahli.

**Tabel 3. 3 Intrumen Penelitian**

| Variabel                | Definisi Operasional                                                                                                                                                                                          | Indikator           | Item Pernyataan | Skala             |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----------------|-------------------|
| Iklan Berbayar (X)      | Iklan berbayar (advertising) didefinisikan sebagai segala bentuk presentasi non-personal dan promosi ide, barang, atau jasa oleh sponsor yang teridentifikasi menggunakan media berbayar. (Kotler dkk., 2022) | Misi                |                 | likert<br>(1 - 5) |
|                         |                                                                                                                                                                                                               | Pesan               |                 |                   |
|                         |                                                                                                                                                                                                               | Jangkauan           |                 |                   |
|                         |                                                                                                                                                                                                               | Dampak              |                 |                   |
| Keputusan Pembelian (Y) | Proses keputusan pembelian dimulai apabila konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan terhadap suatu                                                                                                     | Pengenalan Masalah  |                 | likert<br>(1 - 5) |
|                         |                                                                                                                                                                                                               | Pencarian Informasi |                 |                   |

|  |                                         |                          |  |  |
|--|-----------------------------------------|--------------------------|--|--|
|  | produk yang diinginkan. (Andrian, 2022) | Evaluasi Alternatif      |  |  |
|  |                                         | Keputusan Membeli        |  |  |
|  |                                         | Evaluasi pasca pembelian |  |  |

### 3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian ketepatan suatu alat ukur yang digunakan untuk mengetahui apakah setiap butir dalam instrumen itu *valid* atau tidak. Dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor setiap pertanyaan dengan skor total seluruh pertanyaan. Jika koefisien antar item dengan total item positif dan besarnya 0,3 atau diatas 0,3 ( $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ ) maka item tersebut dinyatakan *valid*, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0,3 ( $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ ) maka item tersebut dinyatakan tidak *valid*. Dan harus diperbaiki.

Untuk mencari nilai koefisien atau nilai korelasinya, maka peneliti menggunakan rumus *pearson product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - \sum x \sum y}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$ : Koefisien r *product moment*

r ; Koefesien *validitas* item yang dicari

x : Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

y : Skor total instrumen

n : Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum x$  : Jumlah hasil pengamatan variabel X

$\sum y$  : Jumlah hasil pengamatan variabel Y

$\sum xy$  : Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

$\sum x^2$  : Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

$\sum y^2$  : Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dengan ketentuan:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan *valid*).
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak *valid*).

### 3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya (dapat diandalkan) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pernyataan-pernyataan yang sudah memenuhi uji validitas, reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau ketepatan data dalam *interval* waktu tertentu. Pada dasarnya reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya dan jika hasil pengukuran yang dilakukan relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Untuk uji reliabilitas digunakan metode *alpha cronbach*, yang hasilnya bisa dilihat dari nilai *Cronbach-alpha*, hasil penelitian *reliabel* terjadi apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Berikut rumus Cronbach Alpha:

$$r_1 = S \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( \frac{\sum \sigma^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_1$  : Reliabilitas instrumen

$k$  : Jumlah item pernyataan

$\sum \sigma^2$  : Jumlah *varians* butir

$\sigma_t^2$  : Jumlah *varians* total

Setiap instrument dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,60 ( $\text{Alpha} > r_{tabel}$ ) sedangkan apabila nilai korelasinya kurang dari 0,60 ( $\text{Alpha} < r_{tabel}$ ) maka akan dinyatakan tidak reliabel.

### **3.10 Teknik Analisi Data**

#### **3.10.1 Analisis Deskriptif**

Sugiyono (2023) menyatakan analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, serta melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah menguji hipotesis yang telah diajukan.

Dalam penelitian ini, melakukan pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner dan setiap jawaban responden diberi nilai dengan menggunakan skala likert. Berdasarkan Sugiyono (2023), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Pada penelitian ini, skala likert digunakan untuk mengukur variabel bebas yaitu iklan berbayar (X) keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat.

#### **3.10.2 Uji Asumsi Klasik**

Setelah memperoleh model regresi, hasilnya tidak dapat langsung diinterpretasikan. Ini disebabkan oleh fakta bahwa model regresi perlu diuji terlebih dahulu untuk memastikan bahwa ia memenuhi asumsi-asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik mencakup uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas (Ghozali, 2021)

##### **3.10.2.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah residual (variabel pengganggu) dalam model regresi memiliki distribusi yang normal atau

mendekati normal. Distribusi data yang normal menunjukkan efektivitas model regresi. Pada penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* melalui program SPSS.

Namun, mengingat data dalam penelitian ini bersumber dari kuesioner dengan skala Likert yang memiliki banyak angka kembar (*tied values*), maka uji asimtotik konvensional rentan menjadi tidak akurat. Oleh karena itu, menurut (Ghozali, 2021), pengujian dilanjutkan dengan menggunakan pendekatan metode Monte Carlo (*Exact Test*) untuk mengoreksi bias. Data dianggap berdistribusi normal apabila nilai signifikansi Monte Carlo Sig. (2-tailed)  $> 0,05$ , sementara jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , data dinyatakan tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### **3.10.2.2 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan *varians residual* antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Ketika varians residual bersifat tetap, kondisi ini disebut homoskedastisitas (model yang baik).

Keberadaan heteroskedastisitas awalnya diamati melalui grafik Scatterplot. Homoskedastisitas tercapai jika titik-titik pada grafik tersebar secara acak di sekitar titik nol pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu. Selain menggunakan grafik, penelitian ini juga menggunakan Uji Glejser untuk memberikan hasil yang lebih objektif. Menurut (Ghozali, 2021), Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika nilai signifikansi (Sig.)  $> 0,05$ , maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### **3.10.2.3 Uji Linearitas**

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Menurut Sugiyono (2023), pengujian ini penting untuk memastikan bahwa spesifikasi model regresi yang digunakan (linear) sudah tepat.

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Hubungan antar variabel dinyatakan linear apabila nilai signifikansi pada baris *Linearity* < 0,05, atau nilai signifikansi pada baris *Deviation from Linearity* > 0,05.

### 3.10.3 Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2023), Analisis Regresi Linier Sederhana merupakan regresi sederhana yang didasarkan pada hubungan fungsional maupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen apabila nilai variabel independen dimanipulasi/dirubah atau dinaik-turunkan. Persamaan umum Regresi Linier Sederhana sebagai berikut:  $Y = \alpha + bX$  Keterangan: Y = Subjek dalam variabel dependen yang diprediksi (Keputusan Pembelian)  $\alpha$  = Nilai konstan (nilai Y apabila X = 0) b = Angka arah koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan pada variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka arahnya naik/searah, dan jika b (-) maka terjadi penurunan X = Subjek pada variabel independen (Iklan Berbayar)

### 3.10.4 Uji Hipotesis

Menurut Sugiono (2023) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban *empirik*. Pada penelitian ini hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran dari hipotesis yang telah dirumuskan yaitu antara variabel X (Iklan berbayar), dan Y (Keputusan Pembelian).

### 3.10.4.1 Uji Hipotesis *Parsial* (Uji T)

Pengujian hipotesis secara *parsial* adalah suatu pengujian pengukuran keeratan hubungan antara variabel *independen* dan variabel *dependen* dengan mengontrol salah satu variabel bebas untuk melihat korelasi natural antara variabel yang tidak terkontrol. Menurut Sugiyono (2023) uji signifikansi t dapat dilakukan dengan rumus statistik sebagai berikut:

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

Keterangan:

t = Nilai Uji

r = Koefisien Korelasi

$r^2$  = Koefisien Determinasi

n = Jumlah Data Sampel

1.  $H_0$  ditolak jika,  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau jika,  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  atau jika  $\alpha < 0,05$
2.  $H_0$  diterima jika,  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau jika,  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$  atau jika  $\alpha > 0,05$

### 3.10.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas, Iklan berbayar (X) dalam menjelaskan atau memengaruhi variasi variabel terikat, Keputusan pembelian (Y). Menurut Sugiyono (2023), untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh tersebut, digunakan rumus berikut:

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

Keterangan:

KD = Nilai Koefisien Determinasi

$R^2$  = Nilai Koefisien Korelasi

Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan. Nilai KD yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel

independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Adapun Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah:

- a. Jika KD mendekati nol (0), berarti pengaruh *independen* terhadap variabel *dependen* lemah.
- b. Jika KD mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* kuat.

Nilai KD yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sisa dari persentase tersebut ( $100\% - KD$ ) dijelaskan oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam model regresi ini,

