

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **III.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

##### **III.1.1. Definisi Operasional**

Definisi operasional yaitu pengukuran terhadap variabel dengan memberikan suatu operasional yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Definisi operasional variabel penelitian ini sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tindakan konsumen untuk memilih produk Chatime yang dibutuhkan dan diinginkan melalui proses pencarian masalah, mencari informasi, sampai perilaku setelah pembelian. Serta proses penentuan pilihan dari konsumen untuk menentukan pembelian pada produk Chatime.

2. Inovasi

Inovasi yaitu seluruh proses secara umum dalam operasional bisnis minuman Chatime dimana agar produk baru Chatime dapat dimunculkan dan dipasarkan secara luas.

3. Promosi

Promosi adalah kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk Chatime. Serta aktivitas yang secara aktif dilakukan perusahaan Chatime untuk mendorong konsumen membeli produk chatime yang ditawarkan.

4. Kualitas Produk

Kualitas produk yaitu produk minuman Chatime yang ditawarkan perusahaan Chatime yang memiliki kapabilitas nilai yang baik dan berkaitan erat dengan kepuasan pengkonsumsi minuman Chatime tersebut yang bertujuan untuk mempertahankan kualitas produknya.

### III.1.2 Pengukuran Variabel

Variabel dari penelitian ini diukur berdasarkan indikator yang diambil dari landasan teori dari setiap variabel dependen dan independen. Pengukuran dari tiap variabel diperjelas dari indikator-indikator dari setiap variabelnya yaitu diantaranya:

1. Keputusan pembelian (Y)

Keputusan pembelian yaitu variabel dependen atau variabel terikat dimana keputusan pembelian mempunyai pengukuran yang didapat dari jawaban responden terhadap kuisioner yang diukur menggunakan skala likert melalui indikator pemilihan produk, pemilihan merek, dan waktu pembelian.

2. Inovasi (X1)

Inovasi yaitu variabel independen atau variabel bebas dimana inovasi mempunyai pengukuran yang didapat dari jawaban responden terhadap kuisioner yang diukur menggunakan skala likert melalui indikator pembaharuan produk dan pembaharuan teknologi.

3. Promosi (X2)

Promosi yaitu variabel independen atau variabel bebas dimana promosi mempunyai pengukuran yang didapat dari jawaban responden terhadap kuisioner yang diukur menggunakan skala likert melalui indikator periklanan, pameran atau event, dan pemberian potongan harga.

4. Kualitas Produk (X3)

Kualitas Produk yaitu variabel independen atau variabel bebas dimana kualitas produk mempunyai pengukuran yang didapat dari jawaban responden terhadap kuisioner yang diukur menggunakan skala likert melalui indikator daya tahan produk, kinerja produk, dan konsisten produk.

**Tabel 2. Pengukuran Variabel**

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Inovasi (X1)	Pembaruan produk	Likert
	Pembaruan teknologi	Likert
Promosi (X2)	Periklanan	Likert
	Pameran atau Event	Likert
	Pemberian potongan harga	Likert
Kualitas Produk (X3)	Daya tahan produk	Likert
	Kinerja produk	Likert
	Konsisten produk	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Pemilihan produk	Likert
	Pemilihan merek	Likert
	Waktu Pembelian	Likert

*Sumber: data diolah*

## III.2 Populasi dan Sampel

### III.2.1 Populasi

Pendapat Sugiyono (2017) ‘populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: subjek atau objek yang memiliki kuantitas dan ciri eksklusif yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari selanjutnya ditarik kesimpulannya’. Populasi menurut Ferdinand (2014) merupakan ‘gabungan dari semua elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti’. Populasi pada penelitian ini merupakan konsumen yang mengkonsumsi minuman Chatime di kota Depok.

### III.2.2 Sampel

Pendapat Sugiyono (2017) ‘sampel merupakan bagian berdasarkan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jika populasi luas dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang terdapat dalam populasi, contohnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil berdasarkan suatu populasi’.

Muhammad Dzulqarnain, 2021

*PENGARUH INOVASI, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA MINUMAN CHATIME DI KOTA DEPOK JAWA BARAT)*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

Penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel ialah menggunakan teknik Non Probability sampling, dengan jenis Purposive sampling. ‘Metode purposive sampling merupakan pengambilan sampel menggunakan syarat responden mempunyai ciri-ciri dan informasi yang didapat dari pengalaman sebelumnya sesuai kriteria yang sudah ditentukan’ (Riyanto & Hatmawan, 2020 hlm.17). Pengambilan teknik ini berdasarkan pada responden yang menjadi sampel telah pernah membeli produk dari Chatime dan bertempat tinggal di kota Depok untuk mengulas pengalaman mereka tentang inovasi, promosi, dan kualitas produk yang didapatkan dari produk Chatime tersebut. Roscoe dalam Ferdinand (2014) menyampaikan bahwa “ukuran sampel yang lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 sudah memadai bagi kebanyakan penelitian”. Pada penelitian ini memakai rumus perhitungan *Lemeshow*, untuk jumlah sampel dengan total populasi yang tidak diketahui yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Skor Z pada kepercayaan 90% = 1,65

P = Maksimal estimasi

d = Tingkat kesalahan

Oleh karena itu perhitungan jumlah sampel akan menggunakan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 10%, yaitu:

$$n = \frac{1.65^2 \times 0.5 \times (1-0.5)}{(0.1)^2} = 68,06 = 100$$

Hasil perhitungan ini membutuhkan jumlah responden sebanyak 68,05 kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

### III.3 Teknik Pengambilan Data

#### III.3.1 Jenis Data

Data kuantitatif merupakan jenis data yang digunakan pada penelitian ini. ‘Data kuantitatif yaitu data yang bersifat numerik atau angka yang dapat dilakukan

Muhammad Dzulqarnain, 2021

*PENGARUH INOVASI, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA MINUMAN CHATIME DI KOTA DEPOK JAWA BARAT)*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

analisis dengan menggunakan statistik’ (Sugiyono 2017). Dimana penelitian ini dilaksanakan menggunakan cara mengumpulkan data-data yang berbentuk angka. Dimana selanjutnya data berbentuk angka itu diolah dan dilakukan analisis untuk mendapatkan informasi yang ilmiah dibalik angka-angka tersebut. Data angka yang digunakan berdasarkan hasil penelitian ini memakai skala ordinal yaitu menggunakan skala Likert.

### **III.3.2 Sumber Data**

Sumber data yang di gunakan pada penelitian ini merupakan data primer. Data primer menurut Sunyoto (2013) menyatakan ‘bahwa data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung berdasarkan objek penelitian, meliputi karakteristik responden dan persepsi terhadap variabel penelitian’. Pada penelitian ini, untuk mendapatkan informasi dengan menyebarkan kuisisioner kepada responden. Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini data primer yang dibutuhkan merupakan data inovasi, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian minuman Chatime dikota Depok Jawa Barat. Maka metode pengumpulan data primer yang digunakan pada penelitian ini merupakan kuesioner (angket).

Sumber data primer dalam penelitian ini didapat dengan penyebaran kuesioner yang ditujukan langsung kepada responden. ‘Angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi’ (Suntoyo 2013). Kuesioner dibentuk dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan terbuka dan tertutup, pertanyaan terbuka itu terdiri berdasarkan pertanyaan untuk menerangkan identitas responden, sedangkan pertanyaan tertutup itu pertanyaan dengan meminta responden untuk memilih satu dari jawaban yang telah disediakan dari masing-masing pilihan pertanyaan.

### **III.3.3 Pengumpulan Data**

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan memakai kuisisioner yang disebar dan dibagikan pada para konsumen atau yang pernah mengkonsumsi minuman Chatime dengan memakai G-Form melalui media sosial, grup whatsapp, grup line, serta personel chat whatsapp dan line. Kuesioner ini mencakup

pengukuran variabel inovasi, promosi, kualitas produk, dan keputusan pembelian yang diukur melalui skala likert.

Menurut Sugiyono (2017) ‘skala likert di gunakan untuk mengukur pendapat, persepsi, dan sikap seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial sebagai bagian dari penelitian, penelitian secara khusus mendefinisikan fenomena sosial, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian’.

Dalam Skala likert variabel diterangkan jadi indikator variabel. Selain itu, indikator juga dapat digunakan sebagai pedoman perumusan masalah, dan dapat berupa kata-kata. Penelitian ini menggunakan skala likert, dan informasinya yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3. Skala Likert**

<b>Bobot</b>	<b>Penilaian</b>	<b>Keterangan</b>
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	TS	Tidak Setuju
3	RG	Ragu-ragu
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

Sumber: Data diolah

**Tabel 4. Kisi-kisi Instrument**

Variabel	Indikator	Butir	Jumlah Butir
Keputusan Pembelian	Pemilihan produk	1,2	2
	Pemilihan merek	3,4	2
	Waktu pembelian	5,6	2
Inovasi	Pembaruan produk	7,8	2
	Pembaruan teknologi	9,10	2
Promosi	Iklan	11,12	2
	Pameran/event	13,14	2
	Potongan harga/diskon	15,16	2
Kualitas produk	Kinerja produk	17,18	2
	Daya tahan produk	19,20	2
	Konsistensi produk	21,22	2

Muhammad Dzulgarnain, 2021

*PENGARUH INOVASI, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA MINUMAN CHATIME DI KOTA DEPOK JAWA BARAT)*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

Sumber: Data diolah

### **III.4 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis**

#### **III.4.1 Teknik Analisis Data**

##### **III.4.1.1 Teknik Analisis**

Teknik analisis menggunakan metode penelitian kuantitatif, adalah hasil olah data jawaban dari responden yang tersedia di dalam item pertanyaan di kuesioner. Setelah proses pengumpulan data selesai penulis mulai melakukan mengelompokan data menurut variabel masing-masing responden, kemudian menggunakan analisis deskriptif dan logis untuk menghitung dan menjawab pertanyaan-pertanyaan. Analisis inferensial diantaranya pengujian hipotesis serta signifikansi. ‘Pada penelitian ini inferensial digunakan pengujian sebagai berikut: Uji validitas, uji reliabilitas, uji R- *square* dan uji t’ (Riyanto & Hatmawan, 2020 hlm 40). Selain itu, analisis data berfungsi untuk pengujian hipotesis yang ingin diteliti, dan analisis data juga berfungsi untuk mengetahui analisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

##### **III.4.1.2 Analisis Deskriptif**

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode analisis deskriptif yang digunakan untuk mendeskripsikan atau mendeskripsikan secara empiris data yang dihimoun pada penelitian (Ferdinand, 2014).

Pada penelitian ini akan menggunakan analisis deskriptif dengan metode pengolahan data dengan menggunakan PLS (Partial Least Square). Sugiyono (2014, hlm. 199) berpendapat ‘bahwa statistik deskriptif adalah statistik atau analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data yang sudah terkumpul’. Termasuk pada statistik deskriptif diantaranya seperti penyajian data dengan piktogram, diagram lingkaran, grafik, tabel, dan lain-lain.

Dalam penelitian ini, para peneliti mempelajari apa yang dipikirkan orang yang diwawancarai tentang pertanyaan yang diajukan. Pada penelitian ini metode skorsing yang digunakan yaitu dengan mengklasifikasikan jawaban dari satu

**Muhammad Dzulqarnain, 2021**

**PENGARUH INOVASI, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA MINUMAN CHATIME DI KOTA DEPOK JAWA BARAT)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

sampai lima, seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 5. Peringkat jawaban kuesioner

Skala	X1	X2	X3	Y
1	STS	STS	STS	STS
2	TS	TS	TS	TS
3	RG	RG	RG	RG
4	S	S	S	S
5	SS	SS	SS	SS

Sumber: data diolah

Dengan demikian indeks perhitungan jawaban responden dilaksanakan dengan rumus dibawah ini:

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{((F1 \times 1) + (F2 \times 2) + (F3 \times 3) + (F4 \times 4) + (F5 \times 5))}{5}$$

Keterangan: F1 yaitu frekuensi responden yang memilih jawaban 1  
 F2 yaitu frekuensi responden yang memilih jawaban 2  
 F3 yaitu frekuensi responden yang memilih jawaban 3  
 F4 yaitu frekuensi responden yang memilih jawaban 4  
 F5 yaitu frekuensi responden yang memilih jawaban 5

Hasil dari perhitungan indeks dari rumus diatas selanjutnya diinterpretasikan menggunakan *three box method* (metode tiga kotak). Namun untuk mendapatkan rentang interpretasi, dilaksanakan lebih awal perhitungan batas tertinggi dan batas terendah. Setelah itu, dilaksanakan hitunan perolehan rentang. Sehingga diperoleh rentang kategori tinggi, sedang, dan rendah.

Batas nilai indeks terendah didapat melalui rumus ;

$$\frac{\text{Jumlah Responden} \times \text{Rentang Nilai Terendah}}{\text{Total Rentang Nilai}} = \frac{100 \times 1}{5} = 20\%$$

Batas nilai indeks tertinggi didapat melalui rumus:

$$\frac{\text{Jumlah Responden} \times \text{Rentang Nilai Tertinggi}}{\text{Total Rentang Nilai}} = \frac{100 \times 5}{5} = 100\%$$

Sehingga didapat nilai rentang melalui rumus:



Nilai Rentang  $\frac{\text{Batas Nilai Tertinggi} - \text{Batas Nilai Terendah}}{3} = \frac{100 - 20}{3} = 26,6 = 27$   
(dibulatkan).

Setelah nilai rata-rata maka jawaban dapat diketahui, selanjutnya diinterpretasikan dengan alat bantu tabel berikut:

Tabel 6. Interpretasi Nilai Presentase Responden

Nilai Indeks	Interprestasi
20,00 – 47,00	Rendah
47,01 – 74,00	Sedang
74,01 – 100	Tinggi

Sumber: Data diolah

### III.4.2. Analisis Inferensial

Analisis inferensial merupakan teknik analisis data untuk menganalisis data dari sampel dan menerapkan hasilnya ke populasi, Statistik ini sangat berguna jika sampel berasal dari populasi murni. Analisis logis melibatkan pengujian hipotesis serta kepentingan. Dalam penelitian ini analisis inferensial digunakan uji diantaranya: Uji reliabilitas, uji validitas, uji *R-square* serta uji t (Riyanto dan Hatmawan, 2020 hlm 40).

#### III.4.2.1 Partial Least Square (PLS)

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *partial least squares* (PLS). *Parsial least squares* (PLS) adalah teknik analisis yang sangat ampuh karena tidak didasari pada banyak asumsi, dan data tidak perlu memiliki distribusi normal multivariat (indikator yang dicakup oleh skala kategori dan rasio ordinal bisa sama model) Besar, bisa berfungsi untuk menerangkan ada atau tidaknya variabel tersembunyi (*directly incommensurable*) (Ghozali, 2014).

PLS yang termasuk dalam Ghozali (2014) dirancang untuk membantu peneliti menentukan nilai variabel tersembunyi sehingga dapat melakukan prediksi.

Muhammad Dzulgarnain, 2021

*PENGARUH INOVASI, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA MINUMAN CHATIME DI KOTA DEPOK JAWA BARAT)*

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

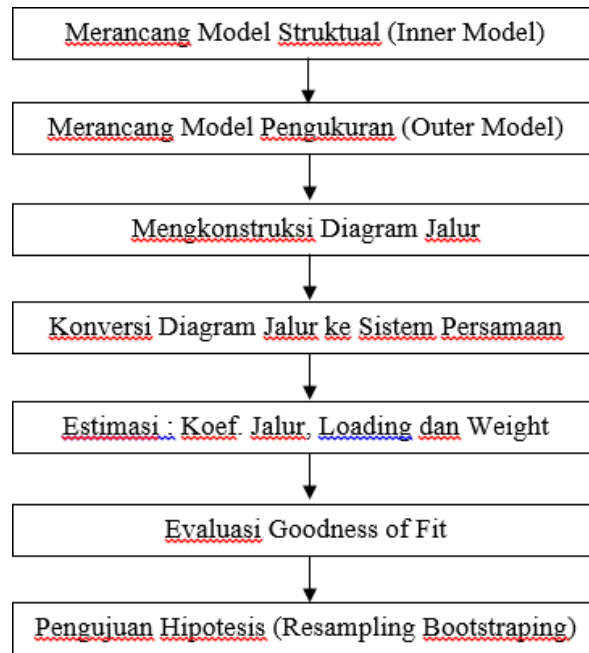
Model tersebut memaparkan variabel laten yaitu linier agregat pada indikator-indikatornya. *Weight estimate* untuk menciptakan bobot skor komponen variabel laten yang diperoleh berdasarkan dengan bagaimana model struktural yang menghubungkan antar variabel laten (*inner model*) dan model pengukuran yang menghubungkan antara indikator dengan konstruksinya (*outer model*) dispesifikasi. Hasilnya adalah *variance residual* dan variabel dependen (variabel laten pada keduanya serta indikator) diminimalkan.

Menurut Ghozal (2014), 'model formalnya mendefinisikan variabel laten sebagai *linear agregat* dari indikator- indikatornya. *Weight estimate* untuk menciptakan komponen skor variabel laten didapat berdasarkan bagaimana *inner model* dan *outer model* dispesifikasi'. Hasilnya yaitu *variance residual* dari variabel dependen diminimumkan.

Perkiraan parameter yang diperoleh dengan PLS dibagi jadi tiga kategori, yaitu:

- a. Kategori pertama yaitu *weight estimate* berfungsi untuk menghasilkan estimasi variabel laten.
- b. Kategori kedua, menggambarkan *path estimate* (perkiraan jalur) yang menghubungkan antar variabel laten, variabel laten serta blok indikatornya (*loading*).
- c. Kategori ketiga, melibatkan nilai konstanta regresi (lokasi parameter) dan *means* untuk indikator serta variabel laten.

Menurut (Noor, 2014) persamaan struktural PLS seperti dibawah ini :



Gambar 4. Langkah-langkah Analisis PLS

Adapun langkah-langkah partial least square dapat dijelaskan lebih lanjut:

1. Membuat Model Struktural / *Inner Model*

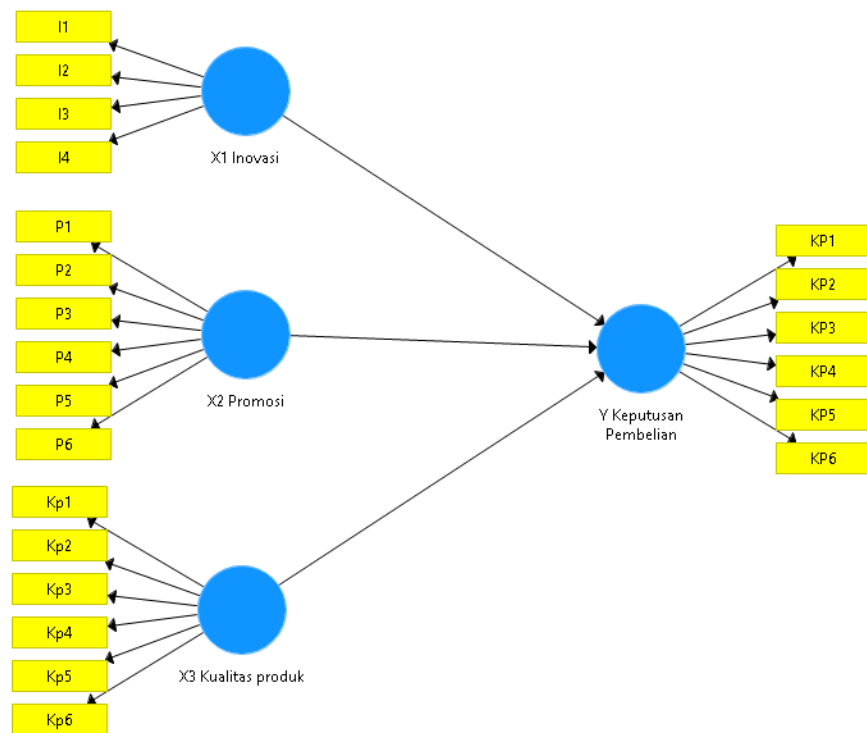
Model structural atau *Inner model* menerangkan hubungan antar variabel laten yang berdasarkan pada substansive teori. Perancangan model structural hubungan antar variabel laten didasari dengan hipotesis penelitian atau rumusan masalah.

2. Membuat Model Pengukuran / *Outer Model*

Model pengukuran atau *Outer model* menjelaskan bagaimana masing-masing blok indikator terkait pada variabel latennya. Desain *outer model* menghasilkan sifat indikator pada tiap variabel laten, apakah itu formatif atau refleksif, tergantung pada definisi kerja variabel.

3. Mengkonstruksi Diagram Jalur

Apabila langkah tahap satu dengan dua sudah dilakukan, selanjutnya rancangan hasil *outer model* juga *inner model* dibentuk menjadi diagram jalur guna pemudahan pemahaman hasil.



Gambar 5. Diagram Jalur

#### 4. Konversi Diagram Jalur ke Sistem Persamaan

- a. Persamaan dasar model dari *outer model*
- b. Persamaan dasar model dari *inner model*

#### 5. Estimasi: Koef. Jalur, *Loading* dan *Weight*

Metode estimasi parameter (dugaan) dalam PLS yaitu least square methods (metode kuadrat terkecil). Proses perhitungan diakhiri dengan iterasi, ketika kondisi konvergen tercapai maka iterasi berhenti. Estimasi parameter pada PLS melibatkan tiga hal, yakni:

- a. Weight estimate yang digunakan untuk perhitungan data variabel laten.
- b. Estimasi jalur (*path estimate*) yang mengkorelasikan antar variabel laten dan perkiraan loading antara variabel indikator dengan variabel laten.
- c. Nilai konstanta regresi, intersep (parameter lokasi) dan *means* untuk variabel laten dan indikatornya.

Muhammad Dzulgarnain, 2021

**PENGARUH INOVASI, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA MINUMAN CHATIME DI KOTA DEPOK JAWA BARAT)**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id) – [www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id) – [www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

## 6. Evaluasi *Goodness of Fit*

Goodness of fit model diukur dengan menggunakan  $R^2$  variabel laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi.  $Q^2$  predictive relevance untuk model structural mengukur seberapa baik nilai observasi ditentukan model dan perkiraan parameternya.

*Outer model* terdiri dari:

### a. Uji validitas

Sugiono (2014, hlm. 202) mengatakan ‘bahwa hasil penelitian dinyatakan dapat valid jika ada kesamaan melalui kumpulan data sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen yang dinyatakan valid artinya penggunaan alat ukur guna perolehan data itu valid’.

Berdasarkan uji validitas dan analisis terhadap *outer model* Ghazali, (2014, hlm. 39) menunjukkan bahwa “nilai indikator valid atau tidaknya bisa dilihat dari *convergent validity*, *discriminant validity*, atau AVE”. Lebih lanjutnya Ghazali (2014, hlm. 39) menyatakan bahwa “skala pengukuran nilai loading 0.5 sampai dengan 0.6 sudah dianggap cukup, dengan kata lain item tersebut dikatakan valid”.

### b. Uji Reabilitas

Tahapan selanjutnya yaitu uji reabilitas sesudah dilakukannya uji validitas dan semua item dikatakan valid, uji reliabilitas dilakukan menggunakan PLS. “Uji reabilitas ialah indeks yang melakukan pengukuran guna menunjukkan seberapa jauh suatu alat ukur bisa diandalkan atau dipercaya” (Noor, 2014 hlm. 130).

Tabel 7. Tingkat Reabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

<i>Alpha</i>	Tingkat Realiabilitas
0,0 – 0,20	Kurang Reliabel
> 0,20 – 0,40	Agak Reliabel
> 0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
> 0,60 – 0,80	Reliabel
> 0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

c. Uji R-Square atau analisis koefisien determinasi ( $R^2$ )

Uji R-Square berfungsi untuk mengukur sejauh mana kemampuan model untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah indikator yang menggambarkan seberapa banyak variasi yang ada pada model. ( $R^2$ ) memiliki ukuran 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi yang kecil memiliki makna kemampuan variabel-variabel bebas untuk menggambarkan variasi variabel terikat terbatas. Semakin nilai mendekati satu memiliki makna variabel-variabel bebas hampir bisa memberikan seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi macam variabel terikat. Apabila nilai  $R^2 = 1$  (satu), maka variabel bebas memiliki pengaruh sempurna terhadap variabel terikat.

d. Uji Q-Square

Selain itu, uji *Q-Square* dilakukan untuk mengukur kualitas nilai observasi yang ditentukan oleh model serta perkiraan parameternya. Nilai *Q-square* lebih besar dari 0 menggambarkan model mempunyai *predictive relevance*, apabila sebaliknya nilai *Q-Square* lebih kecil dari 0 menggambarkan model kurang mempunyai *predictive relevance*. Adapun perhitungan *Q-Square* yang dilaksanakan dengan menggunakan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2) (1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)$$

Yang dimana  $R_1^2, R_2^2 \dots R_p^2$  merupakan *R-square* variabel endogen pada model persamaan. Apabila besaran  $Q^2$  mempunyai rentang nilai

$0 < Q^2 < 1$ , jika nilai mendekati 1 maka model akan semakin baik.

#### 7. Pengujian Hipotesis (*Resampling Bootstrapping*)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan metode *resampling bootstrap*. Statistik uji yang digunakan yaitu statistik t atau uji t. Penerapan metode *resampling*, memungkinkan berlakunya data terdistribusi bebas (*distribution free*) tidak memerlukan sampel yang besar (disarankan minimal 30 sampel).

### III.4.3. Alat Uji Hipotesis

#### III.4.3.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

Pengujian hipotesis melalui uji-t atau uji signifikansi parsial akan menggambarkan sejauh mana pengaruh variabel bebas secara individual dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Pada penelitian ini uji hipotesis dinyatakan dalam pernyataan berikut:

- a. Hipotesis 1 : Diduga inovasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian  
 $H_0 : \gamma_1 = 0$ , Inovasi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian minuman Chatime  
 $H_1 : \gamma_1 \neq 0$ , Inovasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian minuman Chatime
- b. Hipotesis 2 : Diduga promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian  
 $H_0 : \gamma_2 = 0$ , Promosi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian minuman Chatime  
 $H_2 : \gamma_2 \neq 0$ , Promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian minuman Chatime
- c. Hipotesis 3 : Diduga kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian  
 $H_0 : \gamma_3 = 0$ , Kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian minuman Chatime  
 $H_3 : \gamma_3 \neq 0$ , Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian minuman Chatime

Untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini bisa dilaksanakan dasar pengambilan hipotesis dibawah ini:

Apabila pendapat atau tingkat keyakinan peneliti sebesar 90% maka nilai probabilitas ( $0,1 \leq \text{sig.}$ ),  $H_a$  ditolak ( $H_0$  diterima). Yang memiliki arti tidak Signifikan. Apabila nilai probabilitas  $>$  nilai probabilitas Sig. ( $0,1 > \text{sig.}$ ),  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima) yang memiliki arti Signifikan, dengan standar *error* sebesar 0,1 atau 10% sesuai dengan rumus perhitungan *Lemes Show*.