

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang diteliti, metode yang dipakai oleh peneliti adalah metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah teknik untuk mendapatkan informasi dari pengumpulan data dalam bentuk angka sebagai cara untuk meneliti apa yang ingin diteliti.⁴⁰ Penelitian ini menggunakan pendekatan kausalitas yang merupakan pendekatan dalam penelitian yang meneliti sebab akibat.⁴¹ Diketahui sebab akibat pada penelitian ini adalah pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan berkunjung wisata pantai Karanggongso Kabupaten Trenggalek.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di pantai Karanggongso yang beralamat di desa Tasikmadu, Kecamatan Watulimo, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur 66382.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dapat didefinisikan sebagai seluruh anggota maupun subjek pada penelitian.⁴² Penelitian saat ini dilakukan pada populasi terbatas dan menggunakan sebagian kecil individu. Objek populasi diperiksa, dilanjutkan dengan analisis data, yang mengarah pada temuan yang berlaku untuk seluruh

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Cetakan Ke-19 (Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung, 2013).

⁴¹ Prasetya I, *Metode Penelitian Pendekatan Teori dan Pratik* (Medan: Penerbit UMSU PRESS, 2022).

⁴² Hermawan, I., & Pd, M. *Metodologi penelitian pendidikan (kualitatif, kuantitatif dan mixed method)*. Hidayatul Quran. 2019.

populasi. Dalam penelitian, populasi yang digunakan yakni pengunjung pantai Karanggongso, mencakup seluruh pengunjung pantai Karanggongso yang berada di kabupaten Trenggalek. Peneliti mengambil dari jumlah populasi dari pengunjung pantai Karanggongso di Kabupaten Trenggalek yaitu tak terhingga.

2. Sampel

Persentase karakteristik dan ukuran populasi tergambar dalam sampel. Sampel dari populasi dapat digunakan jika populasi sangat besar dan peneliti tidak dapat memeriksa setiap orang karena kurangnya dana, waktu, atau tenaga. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang termasuk dalam populasi yang dipilih menggunakan prosedur tertentu untuk mewakili keseluruhan populasi. Menurut Arikunto, sampel merupakan bagian kecil dari populasi yang mewakili keseluruhan populasi dalam suatu penelitian.⁴³ Penelitian ini menerapkan teknik *simple random sampling* dimana sampel dipilih secara acak tanpa melihat karakteristik tertentu. Untuk perhitungan jumlah sampel memakai tabel Isaac dan Michael, dengan populasi tak terhingga. Dengan tingkat kesalahan sebesar 5%, sehingga memperoleh sampel yang berjumlah 349 responden.⁴⁴

D. Variabel Penelitian

1. Variabel *Independent*

Variabel *independent*, yang juga dikenal sebagai variabel prediktor, anteseden, atau stimulus, dalam bahasa Indonesia disebut variabel bebas.

⁴³Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, Edisi 1. (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 63

⁴⁴ Setyo Tri Wahyudi, *Statistika ekonomi: Konsep, teori, dan penerapan* (Universitas Brawijaya Press, 2017).

Variabel bebas adalah variabel yang memberikan pengaruh atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel dependen atau terikat. Pada penelitian ini terdapat dua variabel bebas, yaitu:

X 1= Variabel produk

X2 = Variabel promosi

2. Variabel *Dependent*

Variabel *dependen* sering disebut juga sebagai variabel output, kriteria, atau konsekuen, dan dalam bahasa Indonesia dikenal sebagai variabel terikat.

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel terikat adalah:

Y = Variabel keputusan wisata pantai Karanggongso

E. Definisi Operasional Variabel

Sebelum melakukan analisis, sumber, dan alat ukur yang digunakan, perlu dipahami terlebih dahulu definisi dari variabel-variabel penelitian yang tertuang dalam definisi operasional. Diantara faktor-faktor yang ada pada penelitian ini yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas yaitu variabel yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan dalam variabel terikat dikenal sebagai variabel bebas atau independen. Variabel bebas pada penelitian ini terdapat 2 variabel yaitu produk dan promosi.

a. Produk

Penelitian ini menggunakan variabel bebas produk (X1). Sedangkan menurut Suwanto berpendapat bahwa produk wisata adalah keseluruhan

pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan. Berikut indikator produk wisata menurut Yoeti yang akan digunakan dalam penelitian ini :

Tabel 3.1
Variabel Produk

| Variabel | Konsep Variabel | Indikator Variabel |
|-----------------------------------|---|--|
| Produk (variabel bebas) (X) | Apabila keseluruhan pelayanan dapat dirasakan oleh konsumen, maka bisa dikatakan bahwa perusahaan berada pada tingkat memuaskan | 1. Wahana yang menarik dan beraneka ragam 2. Fasilitas penunjang wisata yang memadai. 3. Aksesibilitas jalan yang baik |

Sumber: data diolah pada tanggal 2 Maret 2025⁴⁵

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa indikator produk dari pantai Karanggongso meliputi: wahana yang menarik dan beraneka ragam karena wisatawan berkunjung ke pantai bisa menikmati beberapa wahana yang ada di pantai karanggongso seperti perahu wisata dan banan boats. Fasilitas penunjang wisata yang memadai di Pantai Karanggongso karena Pantai ini dilengkapi dengan area parkir yang luas, kamar mandi dan toilet umum, gazebo atau tempat istirahat, serta warung-warung makan yang menyajikan hidangan laut segar. Selain itu, terdapat juga penyewaan perahu untuk wisata keliling pantai, mushola untuk beribadah, dan pos penjaga pantai yang siap memberikan bantuan jika diperlukan, Aksesibilitas jalan yang baik

⁴⁵ Helda Chylia Sianturi and Salman Paludi, "Signifikasi Produk Wisata, Persepsi Harga Dan Lokasi Dalam Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Snowbay Waterpark TMII," *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 13, no. 1 (2022): 38–46.

karena di pantai karanggongso memiliki akses jalan yang mudah dilalui kendaraan seperti jalan yang sudah di aspal dan dekat dengan jalan lintas selatan.

b. Promosi

Penelitian ini menggunakan variabel bebas promosi (X2) sebagai variabel tidak terikat. Menurut Kotler & Keller, promosi adalah kegiatan yang bertujuan untuk menyampaikan keunggulan suatu produk serta meyakinkan konsumen sasaran agar tertarik untuk membelinya. Berikut indikator variabel promosi menurut Kotler dan Keller yang akan digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.2
Variabel Promosi

| Variabel | Konsep Variabel | Indikator Variabel |
|------------------------------|---|--|
| Promosi (variabel bebas) (X) | Apabila promosi yang dilakukan oleh perusahaan dalam membujuk pelanggan maka promosi dipersepsikan baik. Jika promosi tidak dapat membujuk pelanggan maka promosi dikatakan buruk | 1. Promosi Penjualan 2. Periklanan 3. Hubungan Masyarakat 4. Pemasaran Langsung |

Sumber: data diolah pada tanggal 2 Maret 2025⁴⁶

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa indikator promosi yang ada di pantai karanggongso meliputi: Promosi Penjualan Promosi penjualan di Pantai Karanggongso dapat berupa potongan harga tiket masuk, paket bundling wahana seperti banana boat dan perahu wisata, atau pemberian souvenir gratis bagi wisatawan dalam jumlah tertentu. Periklanan Periklanan mencakup segala bentuk komunikasi berbayar yang digunakan

⁴⁶Yudiana, I. M., & Indiani, N. L. P. Peran Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Kembali di Bale Ayu Denpasar. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 21(1), 2022. 55-63.

untuk menyebarluaskan daya tarik Pantai Karanggongso kepada khalayak luas. Contohnya adalah pemasangan baliho di pusat kota Trenggalek, iklan di radio lokal, atau promosi berbayar di media sosial seperti Instagram dan Facebook. Hubungan masyarakat Kegiatan hubungan masyarakat bertujuan membangun citra positif Pantai Karanggongso melalui kegiatan yang menjalin kedekatan dengan masyarakat dan media. Pemasaran Langsung Pemasaran langsung melibatkan interaksi langsung antara pengelola dengan calon pengunjung, seperti melalui email, WhatsApp broadcast, atau booth informasi di event pariwisata seperti Dinas Pariwisata atau pengelola Pantai Karanggongso membuka stand di pameran pariwisata provinsi dan membagikan brosur, serta menjelaskan langsung keunggulan pantai kepada pengunjung pameran.

2. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat maupun dependen sebagai variabel yang memberi pengaruh. Dalam penelitian ini menggunakan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat. Menurut Kotler dan Armstrong, keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan di mana konsumen akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian secara nyata. Adapun indikator dari keputusan pembelian menurut Kotler dan Armstrong yang akan dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.3
Variabel Keputusan Pembelian

| Variabel | Konsep Variabel | Indikator Variabel |
|--|--|---|
| Keputusan pembelian (Variabel Terikat) (Y) | Dalam proses pembelian memutuskan untuk membeli suatu produk atau tidaknya tergantung dari faktor yang dialami | Pengenalan kebutuhan Pencarian informasi Evaluasi alternatif Keputusan pembelian Perilaku pasca pembelian |

Sumber: data diolah pada tanggal 2 Maret 2025.⁴⁷

Dalam penelitian ini menggunakan indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Amstrong yaitu Pengenalan kebutuhan wisata pantai mencakup penyediaan fasilitas yang nyaman, akses yang mudah, keamanan, kebersihan, serta pengalaman alam yang menarik agar wisatawan dapat menikmati liburan dengan maksimal. Kemudian pencarian informasi bagi wisatawan dilakukan melalui berbagai media seperti internet, media sosial, brosur, atau rekomendasi dari teman dan agen perjalanan untuk memperoleh gambaran lengkap tentang destinasi yang akan dikunjungi.

Evaluasi alternatif bagi wisatawan dilakukan dengan membandingkan berbagai destinasi berdasarkan faktor seperti harga, produk wisata, fasilitas, dan ulasan pengunjung sebelum menentukan pilihan terbaik untuk dikunjungi. Keputusan pembelian bagi wisatawan terjadi saat mereka memilih dan memutuskan untuk mengunjungi destinasi tertentu berdasarkan pertimbangan pribadi dan informasi yang telah di kumpulkan. Perilaku pasca pembelian tercermin dari kepuasan atau kekecewaan wisatawan setelah berkunjung, yang memengaruhi kemungkinan mereka untuk merekomendasikan atau kembali ke destinasi tersebut.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan peneliti untuk memperoleh informasi atau data yang diperlukan. Menurut Sugiyono, teknik ini menjadi langkah penting dalam penelitian guna mendapatkan data yang valid,

⁴⁷ Puput Yunita and Lies Indriyatni, "Pengaruh Brand Image , Daya Tarik Iklan , Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian MS Glow (Studi Kasus Pada Pelanggan MS Glow Kota Semarang)," *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS 5* (2022): 279–87.

akurat, serta dapat dipercaya kebenarannya.⁴⁸ Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan cara menyerahkan kuesioner secara langsung kepada responden yang sudah disiapkan sebagai sampel penelitian menggunakan media cetak, sehingga responden dapat menjawab kuesioner tersebut dengan hasil berupa tulisan atau penilaian.

G. Instrumen Penelitian

Alat untuk pengumpulan data dikenal sebagai instrumen penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah serangkaian kuesioner tertulis yang dikenal sebagai pedoman kuesioner digunakan untuk mengumpulkan informasi dari pengunjung pantai Karanggongso kabupaten Trenggalek mengenai pengaruh produk dan promosi terhadap keputusan memilih wisata.

H. Analisis Data

Analisis data adalah suatu prosedur atau tindakan yang mengubah data menjadi pengetahuan baru, meningkatkan daya penafsiran dan kegunaan karakteristik data untuk pemecahan masalah, khususnya dalam penelitian. Menurut Lexy J. Moloeng, analisis data adalah kegiatan mengklasifikasikan dan mengorganisasikan data ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.⁴⁹ Dalam penelitian ini pengolahan data menggunakan bantuan dari aplikasi SPSS 23 (*Statistical Package For Service Solution*) untuk menghasilkan analisis terhadap data yang telah dikumpulkan.

Tahapan-tahapan yang perlu dilakukan untuk mengolah data yang sudah berhasil dikumpulkan diantaranya yaitu :

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

⁴⁹ Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi penelitian sosial* (Media Sahabat Cendekia, 2019).

1. Pemeriksaan Data (*Editing Data*)

Adanya potensi perolehan data yang tidak akurat ataupun tidak rasional, maka sangat penting untuk mengubah dan memvalidasi data yang telah diperoleh sebelumnya. Setiap perbedaan antara jawaban yang diperoleh dari responden dan situasi nyata yang mungkin timbul akibat kesalahan yang dibuat saat mengumpulkan informasi di lapangan akan diperiksa. Informasi yang telah diisi akan diverifikasi untuk memastikan bahwa informasi tersebut akurat, komprehensif, dan benar.⁵⁰

2. *Categorizing* dan *Coding* (Pembuatan Kode)

Proses mengubah data yang belum diolah dari survei ke dalam format yang dapat dibaca disebut pengkodean.⁵¹ Semua data di bagian ini memiliki kode untuk kategori yang sama. Data yang termasuk dalam kategori yang sama diberi kode, tanda, atau simbol dengan cara pengkodean. Digunakan dengan cara sebagai berikut:

Variabel bebas (*independent*), yakni produk dan promosi X

Variabel terikat (*dependent*), yakni keputusan pembelian Y .

3. Pemberian Skor (*Scoring*)

Proses pemberian nilai, yang dinyatakan dalam bentuk angka, pada setiap jawaban kuesioner yang disebarkan dikenal sebagai tahap skoring. Skala Likert yang digunakan untuk penilaian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

Tidak Setuju (TS) : 2

⁵⁰ Marzuki, Metodologi Riset (Yogyakarta: Bagian Penerbit Fakultas Ekonomi UII, 1981), 81

⁵¹ Priyono, Metode Penelitian Kuantitatif (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2008), 124.

| | |
|--------------------|-----|
| Netral (N) | : 3 |
| Setuju (S) | : 4 |
| Sangat Setuju (SS) | : 5 |

4. Penyusunan Tabel (*Tabulating Data*)

Menyusun tabel dengan menggunakan data yang sudah diberi indeks ataupun kode sesuai dengan analisis yang diperlukan. Untuk memastikan jumlah suatu kejadian, atau item yang membentuk suatu peristiwa, jawaban yang serupa disusun dan dihitung dengan cermat. Seperti, menambahkan informasi ke dalam tabel, mengurutkannya, dan menghitung angkanya.⁵²

5. *Processing*

Processing adalah perhitungan, pengelolaan ataupun melakukan analisa data dengan statistika.⁵³ Pada tahap penelitian ini dipakai aplikasi SPSS versi 23 untuk analisis statistik berikut:

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas dapat didefinisikan sebagai suatu metode untuk menentukan seberapa baik suatu alat ukur dapat mengukur atau menggambarkan suatu variabel. Untuk memastikan data yang dikumpulkan dari penelitian merupakan data yang valid, uji validitas dilakukan dengan dibantu aplikasi SPSS versi 23. Suatu instrumen dikatakan valid jika $r_{tabel} < r_{hitung}$

Rumus :

⁵² M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Prenada Media, 2005), 168. 59

⁵³ Martono, *Metode penelitian kuantitatif*.

$$r = \frac{n \Sigma - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{n \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\} \{n \Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel x dan y

Σxy = total dari hasil perkalian antara variabel x dan y

Σx^2 = nilai dari x yang dikuadratkan

Σy^2 = nilai dari y yang dikuadratkan

$(\Sigma x)^2$ = total nilai x yang dikuadratkan

$(\Sigma y)^2$ = total nilai y yang dikuadratkan

n = total responden

2) Uji Reliabilitas

Kekonsistenan dan kestabilan pada jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang menggabungkan dimensi-dimensi dari suatu variabel dan diberikan dalam bentuk kuesioner diukur dengan konsep reliabilitas.⁵⁴ Cronbach's alpha menunjukkan uji reliabilitas dan merupakan angka antara 0 hingga 1. Alat ini melakukan pengukuran dengan menggunakan program SPSS 23. Ukuran suatu Instrumen dalam penelitian dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,7.⁵⁵

b. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode analisis data penelitian yang digunakan untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sampel. Pengujian dilakukan melalui hipotesis deskriptif dengan

⁵⁴Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)* (GUEPEDIA, t.t.).

⁵⁵Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16,0* (Jakarta: Prestasi Pustaka Karya, 2009).

menggunakan satu atau lebih variabel yang bersifat independen, sehingga tidak melibatkan perbandingan maupun hubungan antarvariabel. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif yang digunakan meliputi nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata, serta standar deviasi dari variabel X1 (Produk), X2 (Promosi) dan variabel Y (Keputusan Pembelian).

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah metode yang digunakan untuk menganalisis apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Distribusi normal pada data menjadi salah satu prasyarat yang harus dipenuhi dalam melakukan perhitungan analisis statistik. Cara untuk mendeteksinya adalah dengan melihat nilai skewness, mean, dan median. Kriteria untuk data berdistribusi normal yaitu nilai mean dan nilai median memiliki nilai yang berdekatan dengan jarak tidak lebih dari 0,5 serta nilai skewness yang berada antara 0-0,5.⁵⁶

2) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah kondisi ketika terdapat hubungan linear yang sempurna atau hampir sempurna antar variabel independen dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari masalah multikolinieritas. Suatu model dikatakan mengalami multikolinieritas apabila terdapat fungsi linear yang sempurna pada sebagian atau seluruh variabel independen. Indikasi adanya multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai *Variance Inflation Factor*

⁵⁶ Nuryadi, N., Astuti, D., Utami, S., & M Budiantara, M. B. (2017). Dasar-dasar statistik penelitian. 69-72

(VIF) dan Tolerance. Jika nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1, maka model regresi dapat dinyatakan bebas dari multikolinieritas.⁵⁷

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah residual dari satu pengamatan dalam model regresi berbeda secara tidak merata dengan residual data lainnya. Model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas atau homoskedastisitas menunjukkan model regresi yang kuat.⁵⁸ Grafik scatter plot dapat digunakan untuk menentukan ada tidaknya heteroskedastisitas pada penelitian ini.

d. Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi merupakan salah satu uji dalam statistik inferensial yang digunakan untuk menguji apakah antara dua variabel atau lebih memiliki suatu hubungan atau tidak.⁵⁹ Berikut ini merupakan rumus mencari nilai korelasi berganda (R^2), yaitu:

Rumus :

$$R^2 = \frac{JK(\text{reg})}{\sum Y^2}$$

R^2 = Koefisien korelasi ganda

$JK(\text{reg})$ = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi

Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara variabel X (produk dan promosi), dan Y

⁵⁷ Mardiatmoko, G. Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [*canarium indicum* L.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 2020, 333-342.

⁵⁸ Imam Ghozali, "Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23," 2016.

⁵⁹ Sutopo, E. Y., & Slamet, A. *Statistik inferensial*. Penerbit Andi. 2017.

(keputusan pembelian). hubungan variabel promosi (X_1) dan promosi (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).⁶⁰ Berikut kriteria interpretasi koefisien nilai r yang digunakan untuk menilai tinggi rendahnya korelasi antar variabel:

Nilai r 0,80 – 0,999 (sangat kuat)

Nilai r 0,60 – 0,799 (kuat)

Nilai r 0,40 – 0,599 (cukup)

Nilai r 0,20 – 0,399 (rendah)

Nilai r 0,00 – 0,199 (sangat rendah)

e. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear disebut berganda apabila melibatkan lebih dari satu variabel bebas, sedangkan jika hanya terdapat satu variabel bebas maka disebut regresi linear sederhana. Uji ini mengestimasi nilai dari variabel terikat (Y) dari nilai beberapa variabel bebas (X_1 , X_2 , $X...$). Cara menghitungnya dengan persamaan berikut:

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

Keterangan :

Y = Variabel terikat (Keputusan memilih)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X_1 = Variabel bebas (Produk)

X_2 = Variabel bebas (Promosi).

e = Residual .⁶¹

⁶⁰ Sudaryana, B., & Agusiady, H. R. *Metodologi penelitian kuantitatif*. Deepublish. 2022.

⁶¹ Hironymus Ghodang, Hantono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Konsep Dasar dan Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS)*, 2 ed. (Medan: PT Penerbit Mitra Grup, 2020), 90.

f. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan metode statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran suatu dugaan sementara atau hipotesis melalui analisis data sampel. Tujuan dari uji ini adalah untuk menentukan apakah hipotesis dapat diterima atau harus ditolak.⁶² Adapun hipotesis dalam studi ini adalah:

1. Uji signifikansi persamaan regresi (Uji F)

Uji signifikansi persamaan regresi berfungsi untuk menguji apakah pengaruh kedua variabel bebas, yakni produk dan promosi secara bersamaan atau serentak terhadap variabel tak bebas, yaitu keputusan memilih wisata signifikan atau tidak. Uji statistik yang digunakan adalah uji statistik F. Uji F merupakan salah satu uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.⁶³ maka dapat ditentukan apakah (H_0) diterima atau ditolak dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima maka dapat diartikan semua variabel *independent* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*.
2. apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, maka dapat diartikan semua variabel *independent* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*.

⁶² Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D,” Alfabeta, Bandung, 2016.

⁶³ Siburian, A. N., & Anggrainie, N. Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Brand Image, Brand Ambassador, Diskon, Harga dan Sales Promotion terhadap Pembelian Implusif Pada e-Commerce Tiktok Shop Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 2022, 176-191.

2. Uji Signifikansi Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Uji signifikansi pada setiap koefisien regresi dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) atau tidak.⁶⁴ Berkaitan dengan hal ini, uji signifikansi secara parsial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Nilai yang digunakan untuk melakukan pengujian adalah nilai t hitung yang di peroleh dalam uji statistik adalah uji t. Uji t yang juga dikenal sebagai t-statistik, diperlukan untuk melakukan yang melibatkan analisis koefisien regresi parsial untuk menentukan apakah variabel independen berdampak secara parsial terhadap variabel dependen. Uji ini menentukan apakah ada hubungan terdapat hubungan signifikan antara variabel independent dengan dependent. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Jika nilai uji t < 0,05 maka H_0 ditolak, artinya variabel *independent* berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.
2. jika nilai uji t > 0,05 maka H_0 diterima, artinya variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.⁶⁵

3. Koefisien determinasi

Kemampuan sebuah model dalam menerangkan variabel terikat diukur melalui koefisien determinasi (R^2), yang menunjukkan sejauh mana variabel bebas (X) mampu menjelaskan variabel terikat (Y) dipastikan dalam penelitian ini dengan perhitungan korelasi determinasi. Standar

⁶⁴ Darma, B. *Statistika penelitian menggunakan SPSS (Uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji t, uji F, R2)*. Guepedia. 2021.

⁶⁵ Darma, *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*.

penilaian yang diterapkan pada koefisien determinasi: (R^2) sama dengan 0, menunjukkan bahwa variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*. Variabel *independent* berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* jika nilai (R^2) berkisar 1 atau hampir 100%, dengan rumus sebagai berikut:⁶⁶

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

Keterangan :

R = nilai koefisien determinasi.

r^2 = nilai koefisien relasi.

⁶⁶ Billy Nugraha, *Pengembangan Uji Statistik, Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik* (Pradina pustaka, 2022), 32.