

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah (didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis), data, tujuan, dan kegunaan (Sugiyono, 2013:2). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif.

Metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih variabel (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan atau mencari hubungan variabel satu sama lain (Sugiyono, 2013:35), dan pada penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah dari nomor satu hingga nomor tiga yaitu, yang pertama bagaimana tanggapan konsumen mengenai Kualitas Produk yang terdapat di Produk Merek C59, kedua bagaimana tanggapan konsumen mengenai Citra Merek yang terdapat di Produk Merek C59, dan ketiga bagaimana tingkat Keputusan Pembelian di Produk Merek C59. Sedangkan metode penelitian verifikatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Metode ini pada dasarnya menguji hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data dilapangan (Sugiyono, 2013:35), dan pada penelitian ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah nomor empat yaitu

seberapa besar pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Produk Merek C59 baik secara simultan maupun parsial.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel penelitian

Variabel merupakan suatu atribut, nilai atau sifat dari objek, individu atau kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dan lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan dicari informasinya serta ditarik kesimpulannya. Operasionalisasi variabel digunakan agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya, maka peneliti harus memasukkan proses atau operasional alat ukur yang akan digunakan untuk kuantifikasi gejala atau variabel yang ditelitinya.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:38). Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Variabel bebas (independen) adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel terikat baik secara positif maupun secara negatif dengan simbol X, variabel terikat (dependen) adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas dengan simbol Y, variabel dependen juga merupakan variabel utama yang menjadi faktor dalam penelitian atau investigasi.

Penelitian ini terdapat tiga variabel yang akan diteliti yaitu variabel X_1 , X_2 , dan variabel Y . Variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut :

1. Kualitas Produk (X_1)

Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Kualitas Produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin dihasilkan dapat bersaing dipasaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran, 2012:121)

2. Citra Merek (X_2)

“Brand image is how customer and other perceive the brand”. Maksud dari pengertian tersebut , citra merek adalah bagaimana pelanggan dan orang lain memandang suatu merek (Aeaker dalam Aris Ananda, 2011)

3. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian menurut Kotler & Keller, dapat diartikan oleh Benyamin Molan (2012;196) bahwa Keputusan pembelian adalah perilaku mempelajari seseorang, grup dan organisasi untuk memilih, membeli, menggunakan dan mengelola produk, jasa, ide maupun pengalaman untuk menemukan apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah proses mendefinisikan variabel dengan tegas, sehingga menjadi faktor-faktor yang dapat diukur. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel yang akan diteliti, yaitu Kualitas Produk (X_1) dan Citra Merek (X_2) sebagai variabel independen, dan Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel dependen. Berikut adalah tabel mengenai konsep dan indikator dari variabel-variabel tersebut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Kuesioner
Kualitas Produk (X_1) Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. (Kotler dan Keller yang dialih bahasakan)	Kinerja	Tampilan Produk	Tingkat Tampilan Produk	Ordinal	1
		Kenyamanan Produk	Tingkat Kenyamanan Produk		2
	Daya Tahan	Daya Tahan Produk	Tingkat Daya Tahan Produk		3
	Fitur	Keanekaragaman Produk	Tingkat Keanekaragaman Produk		4
		Kejelasan Informasi Mengenai Produk	Tingkat Kejelasan Informasi Mengenai Produk		5
	Kesesuaian dengan spesifikasi	Kesesuaian Standar Kualitas Produk	Tingkat Kesesuaian Standar Kualitas Produk		6
		Kesesuaian Desain Produk	Tingkat Kesesuaian Desain Produk		7
	Kehandalan	Kualitas Bahan Baku Produk	Tingkat Kualitas Bahan Baku Produk		8

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Kuesioner
oleh Bob Sabran, 2012:121).		Kondisi Fisik Produk	Tingkat Kondisi Fisik Produk		9
	Estetika	Kemenarikan Produk	Tingkat Kemenarikan Produk		10
	Kesan Kualitas	Kepercayaan Terhadap Produk	Tingkat Kepercayaan Terhadap Produk		11
Citra Merek (X2) <i>“Brand image is how customer and other perceive the brand”</i> Maksud dari pengertian tersebut, citra merek adalah bagaimana pelanggan dan orang lain memandang suatu merek.	<i>Recognition</i> (Pengenalan)	Mudah di kenal	Tingkat kemudahan dikenal	Ordinal	12
		Mudah diingat	Tingkat kemudahan diingat		13
		Menarik	Tingkat kemenarikan produk		14
	<i>Reputation</i> (Reputasi)	Kepercayaan	Tingkat kepercayaan produk		15
		Keunggulan	Tingkat keunggulan produk dibanding pesaing		16
	<i>Affinity</i> (Afinitas)	Kesesuaian merek dengan harapan	Tingkat keterpenuhan manfaat		17
		Kebanggaan	Tingkat kebanggaan		18
Keputusan pembelian (Y) adalah proses pengintegrasian yang mengombinasi sikap pengetahuan	Pilihan produk	Keinginan untuk menggunakan produk	Tingkat perhatian terhadap produk	Ordinal	19
	Pilihan merek	Keinginan untuk menentukan merek	Tingkat ketertarikan terhadap merek		20

Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Kuesioner
untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu di antaranya Kotler & Keller yang dialih bahasakan oleh Benyamin Molan (2012;196)	Jumlah pembelian	Berapa banyak pembelian suatu produk	Tingkat kuantitas dalam pembelian		21
	Metode pembayaran	Pilihan metode pembayaran	Tingkat tindakan untuk membeli produk.		22

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi berupa subjek atau objek yang diteliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya, sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Sampel merupakan sebagian atau bertindak sebagai perwakilan dari populasi sehingga hasil penelitian yang berhasil diperoleh dari sampel dapat digeneralisasikan pada populasi. Penarikan sampel dapat diperlukan jika populasi yang diambil sangat banyak, dan peneliti memiliki keterbatasan untuk menjangkau seluruh populasi maka peneliti perlu mendefinisikan populasi target dan populasi terjangkau baru kemudian menentukan jumlah sampel dan teknik sampling yang digunakan.

3.3.1 Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan

oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015:80).

Berdasarkan pengertian tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Toko C59 di Jl. Merak No.2, Sadang Serang, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40133, Indonesia.

Tabel 3.2
Jumlah pengunjung C59 selama Tahun 2016

Bulan	Jumlah Pengunjung
Januari	170 orang
Februari	200 orang
Maret	175 orang
April	163 orang
Mei	150 orang
Juni	333 orang
July	250 orang
Agustus	190 orang
September	300 orang
Oktober	175 orang
November	133 orang
Desember	250 orang
Jumlah	2.489 orang
Rata-rata	207 orang

Sumber: C59

Sehingga jumlah populasi yang akan diteliti yaitu sebanyak 2489 orang

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono, 2015:81). Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulan yang dilakukan untuk populasi. Oleh karena itu untuk sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode slovin untuk mengetahui jumlah sampel yang akan diteliti. Cara menentukan ukuran sampel dengan metode slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Batas toleransi kesalahan (error tolerance)

berdasarkan penjelasan di atas, maka dengan menggunakan rumus slovin, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut penulis sajikan pada halaman selanjutnya.

$$n = \frac{207}{(207)(0,1)^2 + 1} = 67,5/68 \text{ orang}$$

Jadi diketahui perhitungan untuk sampel dengan tingkat kesalahan 10% adalah sebanyak 68 orang

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan informasi-informasi yang diperlukan untuk pembahasan data yang digunakan dalam penelitian. Terdapat beberapa teknik dalam mengumpulkan data, yaitu :

a. Data Primer

Data yang diperoleh berdasarkan survei langsung yang dilakukan di Produk Merek C59, dimana instansi tersebut menjadi objek penelitiannya. Tujuannya adalah guna mendapatkan data yang akurat.

Data primer bisa diperoleh melalui beberapa cara, yaitu :

1. Observasi

Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2013:145) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Penulis mengumpulkan data dengan melakukan pengamatan secara langsung diperusahaan yang diteliti.

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2013:137) wawancara adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya dan mendengarkan jawaban yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Wawancara ini dilakukan dilingkungan perusahaan kepada para pelanggan.

3. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2013:162) bahwa kuesioner adalah teknik pengambilan data digunakan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Sumber data yang diperoleh dari pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian ini, seperti sikap, persepsi, dan pandangan responden mengenai kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan

- b. Data Sekunder

Data ini merupakan data pendukung yang diperoleh dari penelitian, sebagai berikut :

- 1) Sejarah, literatur dan profil Produk Merek C59.

- 2) Buku-buku yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian.
- 3) Jurnal dan hasil penelitian terdahulu.

3.4.1 Uji Validitas

Validitas berkaitan dengan persoalan untuk membatasi atau menekan kesalahan-kesalahan dalam penelitian sehingga hasil yang diperoleh akurat dan berguna untuk dilaksanakan. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti (Imam Ghazali, 2006).

Uji validitas (*validity*) dimaksudkan untuk menguji kualitas kuesioner. Kuesioner yang baik adalah kuesioner yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pertanyaan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Secara statistik angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritis tabel korelasi nilai r . Teknik korelasi yang digunakan adalah *Pearson Product Moment*, (Sugiyono, 2013) dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\}\{n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Setelah angka korelasi diketahui, kemudian dihitung nilai t dari r dengan rumus :

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

Setelah itu, dibandingkan dengan nilai kritisnya. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, berarti data tersebut signifikan (valid) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Sebaliknya bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, berarti data tersebut tidak signifikan (tidak valid) dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Pernyataan-pernyataan yang valid selanjutnya dilakukan uji reliabilitas.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul Item – Total Statistik. Menilai valid tidaknya masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *Corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r -hitung yang merupakan nilai dari *Corrected item-Total Correlation* $> 0,30$ (Priyatno, 2009).

3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah sejauhmana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2013:177). Untuk uji reliabilitas digunakan metode *split half*, hasilnya bisa dilihat dari nilai *Correlation Between Forms*. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dikatakan reliabel atau membandingkannya dengan nilai *cut off point* 0,3 maka reliabel jika $r > 0,3$. Sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel. Pengujian reliabilitas dengan *Alpha Cronbach* bisa dilihat dari nilai Alpha, jika nilai Alpha $>$ dari nilai r_{tabel} yaitu 0,7 maka dapat dikatakan reliabel.

3.5 Metode Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber lain terkumpul. 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, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan (Sugiyono, 2013:147).

Metode analisis data yang digunakan diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal. Karena datanya kuantitatif, maka metode analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia. (Sugiyono, 2013:243).

Sugiyono (2013:132) berpendapat bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang, atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradiasi positif. Terdapat lima kategori pembobotan dalam skala likert ialah sebagai berikut :

Tabel 3.4
Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert

Bentuk Pernyataan	Alternatif Jawaban	Skor
Positif	Sangat Setuju	5
	Setuju	4
	Kurang Setuju	3
	Tidak Setuju	2
	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2013:93)

Mengacu pada ketentuan tersebut, maka jawaban dari setiap responden dapat dihitung skornya yang kemudian skor tersebut ditabulasikan untuk menghitung validitas dan reliabilitasnya.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu metode penelitian yang memberikan gambaran mengenai situasi dan kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar berlaku. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik suatu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain (Sugiyono, 2013:53). Variabel penelitian ini yaitu *people*, *process* dan kepuasan pelanggan.

Hasil penyebaran kuesioner tersebut selanjutnya dicari rata-ratanya dengan menggunakan rumus dari Husein Umar (2011:130) :

$$\text{Nilai rata - rata} = \frac{\sum(\text{frekuensi} \times \text{bobot})}{\sum \text{sampel} (n)}$$

Setelah rata-rata skor dihitung, maka untuk mengkategorikan mengklasifikasikan kecendrungan jawaban responden kedalam skala dengan formulasi sebagai berikut :

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

$$\text{Lebar Skala} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

Tabel 3.5
Tafsiran Nilai Rata-rata

Interval	Kriteria
1,00 – 1,80	Sangat tidak baik/sangat rendah
1,81 – 2,60	Tidak baik/rendah
2,61 – 3,40	Cukup/sedang
3,41 – 4,20	Baik/tinggi
4,21 – 5,00	Sangat baik/sangat tinggi

Sumber : Husein Umar (2011:10)

3.5.2 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2013:55). Metode ini digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis. Berikut ini merupakan beberapa pengujian yang akan digunakan dalam analisis verifikatif.

3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Persamaan regresi linier ganda dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2 X_2$$

Dimana :

Y = Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)

a = Bilangan konstanta

b_1b_2 = Koefisien arah garis

X_1 = Variabel bebas (Kualitas Produk)

X_2 = Variabel bebas (Citra Merek)

Nilai a , b_1 , b_2 , dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\sum Y = an + b_1 \sum X_1 + b_2 \sum X_2$$

$$\sum X_1 Y = a \sum X_1 + b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 X_2$$

$$\sum X_2 Y = a \sum X_2 + b_1 \sum X_1 X_2 + b_2 \sum X_2^2$$

Setelah a , b_1 dan b_2 didapat, maka akan diperoleh persamaan Y .

3.5.5 Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antar variabel X_1 , X_2 , terhadap Y , dengan rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$R = \frac{JK_{regresi}}{\sum Y^2}$$

Dimana :

R = Koefisien korelasi berganda

$JK_{regresi}$ = Jumlah kuadrat

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat total korelasi

Untuk memperoleh nilai $JK_{regresi}$ perhitungan dengan menggunakan rumus :

$$JK_{regresi} = b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y$$

Dimana :

$$\sum X_1 Y = \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum X_2 Y = \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$$

Untuk memperoleh nilai $\sum Y^2$ digunakan rumus :

$$\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan $-1 < r < 1$ yaitu :

- Apabila $r = 1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 , X_2 , dan variabel Y
- Apabila $r = -1$, artinya terdapat hubungan antara variabel negatif
- Apabila $r = 0$, artinya tidak terdapat korelasi.

Interpretasi terhadap hubungan korelasi atau seberapa besarnya pengaruh variable-variabel tidak bebas, digunakan pedoman yang dikemukakan Sugiyono (2013) seperti tertera pada tabel berikut :

Tabel 3.7
Interpretasi Terhadap Hubungan Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Kuat
0,800 – 0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013:184)

3.5.6 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis akan ditolak jika salah, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah

dikumpulkan. Uji hipotesis antara variabel X_1 (Kualitas Produk), X_2 (Citra Merek), dan Y (Keputusan Pembelian), dengan menggunakan uji simultan atau keseluruhan sebagai berikut :

1. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Uji F dilaksanakan dengan langkah membandingkan dari F_{hitung} dari F_{tabel} . Nilai F_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengolahan data bagian ANOVA. Hipotesis statistik yang diajukan, sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1, \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Produk (X_1) dan Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : \beta_1, \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Produk (X_1) dan Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Menentukan taraf nyata (signifikan) yang digunakan yaitu $\alpha = 0,1$. Selanjutnya hasil hipotesis F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Uji T (Uji Parsial)

Uji T digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji T dilaksanakan dengan

membandingkan nilai T_{hitung} dengan nilai T_{tabel} . Nilai T_{hitung} dapat dilihat dari hasil pengolahan data *Coefficients*. Berikut ini adalah langkah-langkah dengan menggunakan uji T :

- a. Merumuskan hipotesis, uji hipotesis nol (H_0) dn hipotesis alternatif (H_a) :

$H_0 : \beta_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_a : \beta_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_0 : \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_0 : \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh signifikan antara variabel Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

- b. Taraf nyata yang digunakan adalah $\alpha = 0,1$. Nilai T_{hitung} dibandingkan dengan T_{tabel} dan ketentuannya sebagai berikut :

Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.5.6.1 Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Koefisien determinasi (R^2) atau *adjusted* R^2 bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai R^2 atau *adjusted* R^2 adalah diantara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang

dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan sebaliknya jika mendekati nol.

Dalam uji linear berganda, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh X_1 , X_2 dan variabel Y . Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi, maka dapat dihitung koefisien determinasi. Koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus :

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

Dimana :

Kd = Koefisien determinasi

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi berganda

3.5.6.2 Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh dari salah satu variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Rumus untuk menghitung koefisien determinasi parsial yaitu :

$$Kd = B \times \text{Zero Order} \times 100\%$$

Keterangan :

B = Beta (*nilai standardized coefficients*)

Zero Order = Matrix korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Dimana apabila :

$Kd = 0$, berarti pengaruh variabel X terhadap Y , lemah

$Kd = 1$, berarti pengaruh variabel X terhadap Y , kuat

3.6 Rancangan Kuisisioner

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data atau informasi yang dioperasionalkan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Penyusunan kuesioner dilakukan dengan harapan dapat mengetahui variabel-variabel apa saja yang menurut responden merupakan hal yang penting. Kuisisioner ini berisi pernyataan mengenai variabel kualitas produk, citra merek terhadap keputusan pembelian yang sesuai dengan operasionalisasi variabel penelitian.

3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini ada di toko C59 Jl. Merak No.2, Sadang Serang, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40133, Indonesia. Waktu penelitian ini dilakukan setelah surat keputusan dekan terbit.