

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian merupakan suatu cara atau prosedur yang digunakan untuk melakukan penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2013:11) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri (*independent*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Dalam penelitian ini, metode deskriptif digunakan untuk mengetahui dan mengkaji, bagaimana tanggapan konsumen mengenai citra merek yang dimiliki produk Ultra Teh Kotak, bagaimana tanggapan konsumen mengenai harga produk Ultra Teh Kotak, dan bagaimana tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian produk Ultra Teh Kotak.

Metode verifikatif menurut Sugiyono (2013 :11), adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak, Sugiyono (2013:36). Metode penelitian verifikatif digunakan penulis untuk menganalisis perumusan masalah, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek dan harga produk Ultra Teh Kotak terhadap keputusan pembelian baik secara simultan maupun secara parsial.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Definisi variabel dan operasionalisasi variabel penelitian merupakan variabel-variabel yang harus didefinisikan dengan jelas agar tidak terjadi pengertian ganda. Definisi variabel menjadi batasan sejauh mana penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dengan variabel-variabel inilah penelitian bias diolah sehingga dapat diketahui cara pemecahan masalahnya.

3.2.1 Definisi Variabel Penelitian

Penelitian akan selalu berhubungan dengan apa yang disebut dengan variabel. Variabel penelitian adalah 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 dipelajari dan dicari informasinya serta ditarik kesimpulannya. Hal tersebut sejalan dengan apa yang dikatakan Sugiyono (2017:39) variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Berikut merupakan definisi masing-masing variabel penelitian :

a. Variabel Bebas (*independent variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbul variabel dependen. Sugiyono (2017:39) dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah citra merek (X_1) dan harga (X_2) . Citra merek merupakan persepsi yang muncul dibenak konsumen ketika mengingat suatu

merek atau produk, sebagai akibat dari apa yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk atau jasa, Kotler dan Keller (2016), Aaker dalam Aris Ananda (2013). Sedangkan harga menurut Kotler dan Armstrong (2013:151) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

b. Variabel Terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat merupakan factor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi atau menjadi akibat adanya variabel lain. Variabel terikat yang digunakan pada penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Keputusan pembelian merupakan sebuah tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk, Kotler dan Keller (2016), Kotler dan Armstrong (2016), Buchari Alma (2013).

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Definisi variabel merupakan indikator yang digunakan dalam menyusun penelitian. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel, yaitu citra merek (X_1) dan harga (X_2) sebagai variabel independen, dan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen. Untuk melakukan pengolahan data, diperlukan unsur lain yang berhubungan dengan variabel seperti konsep variabel, dimensi, indikator, ukuran,

dan skala di mana variabel penelitian akan diukur dengan skala interval, berikut merupakan operasionalisasi variabel penelitian :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Citra Merek (X_1) Citra merek merupakan persepsi yang muncul dibenak konsumen ketika mengingat suatu merek atau produk, sebagai akibat dari apa yang dirasakan oleh konsumen terhadap produk atau jasa. Kotler dan Keller (2016), Aaker dalam Aris Ananda (2013), Davidson dalam Endro dan Aryanti (2011)	<i>Recognition</i> (Pengenalan)	Dikenalnya kepopuleran varian produk	Tingkat kemudahan dikenal	Ordinal
	<i>Reputation</i> (Reputasi)	Keunggulan dibandingkan merek lain	Tingkat keunggulan dibandingkan merek lain	Ordinal
		Reputasi merek	Tingkat reputasi merek di mata konsumen	
	<i>Affinity</i> (Afinitas)	Kesesuaian merek dengan harapan	Tingkat kesesuaian dengan harapan	Ordinal
Harga (X_2) Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Kotler dan Amstrong (2013)	Keterjangkauan Harga	Keterjangkauan Harga	Tingkat keterjangkauan harga	Ordinal
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Tingkat kesesuaian harga dengan kualitas produk	Ordinal
	Daya saing harga	Daya saing harga	Tingkat daya saing harga	Ordinal
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Kesesuaian harga dengan manfaat	Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y) Keputusan pembelian merupakan sebuah tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk	Pilihan produk	Kualitas produk	Tingkat keputusan pemilihan berdasarkan kualitas produk	Ordinal
		Keragaman produk	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan keragaman warna	Ordinal

Variabel dan Konsep Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala
Kotler dan Keller (2016), Kotler dan Amstrong (2016), Buchari Alma (2013)	Pilihan merek	Kepercayaan terhadap merek	Tingkat kepercayaan terhadap merek	Ordinal
		Popularitas merek	Tingkat popularitas merek	Ordinal
	Pilihan penyalur	Memilih penyalur berdasarkan ketersediaan produk	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan ketersediaan produk	Ordinal
		Memilih penyalur berdasarkan lokasi	Tingkat keputusan pembelian berdasarkan lokasi	Ordinal
	Waktu pembelian	Memilih penyalur berdasarkan sesuai kebutuhan	Tingkat waktu pembelian berdasarkan kebutuhan	Ordinal
		Membeli produk berdasarkan promosi	Tingkat waktu pembelian berdasarkan promosi	Ordinal
	Jumlah pembelian	Jumlah pembelian	Tingkat jumlah pembelian produk	Ordinal
		Waktu jumlah pembelian produk	Tingkat waktu jumlah pembelian produk	Ordinal

Sumber : Diolah oleh Peneliti

3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Populasi dan sampel menjelaskan variabel-variabel yang akan diteliti, rentang waktu penelitian dan metode pengambilan sampel yang digunakan. Populasi yang akan dijadikan unit analisis, sehingga kerangka sampling dapat berupa daftar elemen atau unit dalam populasi dari daftar peneliti akan mengambil unit sampel. Unit sampel merupakan elemen-elemen atau unit-unit dari populasi yang dijadikan sampel penelitian. Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan metode atau teknik sampling tertentu.

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2013:117) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini yaitu berdasarkan jumlah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis yang dalam status aktif tahun ajaran 2017/2018, yaitu:

Tabel 3.2
Jumlah mahasiswa FEB Universitas Pasundan

Program Studi	Jumlah Mahasiswa
Manajemen	1624
Akuntansi	1238
Ekonomi Pembangunan	378
Total	3240

Sumber : KSBAP FEB Universitas Pasundan

3.3.2 Sampel

Populasi memiliki jumlah yang sangat besar, sehingga peneliti menggunakan sampel untuk memudahkan dalam pengolahan data penelitian. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sehingga jumlah sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi pada penelitian.

Anggota sampel yang tepat digunakan menurut Sugiyono (2013:118) dalam penelitian tergantung pada tingkat kesalahan yang dikehendaki. Semakin besar jumlah sampel dari populasi yang diteliti, maka peluang kesalahan semakin kecil dan begitu sebaliknya. Maka disimpulkan sampel yang diambil harus dapat mewakili populasi mahasiswa FEB dengan status aktif pada ajaran 2017-2018.

Pada penelitian ini, pengambilan jumlah responden menggunakan rumus Slovin. Sampel yang akan ditentukan oleh peneliti dengan persentase kelonggaran atau tingkat kesalahan yang ditoleransi adalah sebesar 10%.

Rumus Slovin \rightarrow

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Jumlah populasi yang akan diteliti telah ditentukan dengan jumlah sebanyak 3.240 responden. Maka dari data tersebut didapatkan ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{3.240}{1 + 3.240 (0,1)^2}$$

$$n = 97$$

Jadi jumlah sampel minimal yang diteliti adalah berjumlah 97 orang.

3.3.3 Teknik Sampling

Terdapat teknik dalam pengambilan sampel untuk melakukan penelitian, menurut Sugiyono (2013:116) menjelaskan bahwa teknik sampel merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan.

Teknik sampling adalah teknik menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. Teknik sampling

yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, yaitu teknik sampling yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Nonprobability sampling terdiri dari sampling sistematis, sampling kuota, *sampling incidental*, sampling jenuh, dan *snow ball sampling*. Pada laporan penelitian ini peneliti menggunakan *sampling incidental*, menurut Sugiyono (2013:122) “*sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa aja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Kualitas instrument penelitian (validitas dan reliabilitas) dan kualitas pengumpulan data (cara yang digunakan untuk mengumpulkan data) adalah penting untuk menghasilkan kualitas data penelitian yang baik.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung pada objek penelitian terdiri dari :

a. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenan dengan perilaku manusia, proses kerja,

gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar (Sugiyono, 2013:139).

b. Wawancara

Metode teknik pengumpulan data dengan memperoleh data dengan mengadakan Tanya jawab secara langsung dengan tujuan memperoleh data atau informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

c. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, Sugiyono (2017:142).

2. Data Sekunder

Pengumpulan data atau informasi yang dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari literatur atau sumber yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, *literature*, jurnal-jurnal, atau pun referensi yang berkaitan dengan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3.4.1 Skala Pengukuran

Data yang telah dikumpulkan akan dilakukan analisis data untuk mengetahui pengaruh citra merek (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y). Maka analisis setiap jawaban kuesioner menggunakan skala sematik diferensial tersusun dalam satu garis kontinum yang jawabannya terletak dibagian kiri garis, atau sebaliknya (Sugiyono, 2012). Skala yang digunakan yaitu skala likert yang masing-masing terdiri dari lima pilihan jawaban, antara lain sebagai berikut :

Tabel 3.3
Skala Likert dengan Lima Pilihan Jawaban

Alternative Jawaban	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
Nilai Jawaban	5	4	3	2	1

Sumber : Sugiyono (2013)

3.5 Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrument yang akan digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Keabsahan suatu penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, alat pengukuran tersebut yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pemberian pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk membantu penulis melakukan penelitiannya. Untuk menguji keabsahan tersebut diperlukan

dua macam pengujian yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji reliabilitas (*test of reliability*).

3.5.1 Uji Validitas

Hasil penelitian dikatakan valid apabila kesamaan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Uji validitas dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur itu valid). Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas menurut Sugiyono (2013:200) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkolerasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau di atas 0,3 maka item tersebut dikatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya di bawah 0,3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Untuk menguji validitas instrument, peneliti menggunakan rumus pearson correlation sebagai berikut :

$$r_b = \frac{n \sum X_1 Y_1 - (\sum X_1)(\sum Y_1)}{[\sum (X_1^2) - (\sum X_1)^2] [\sum Y_1^2 - (\sum Y_1)^2]}$$

Sumber : (Sugiyono, 2013:248)

Keterangan :

- r_b = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total yang diperoleh subjek dari seluruh item

ΣX	= Jumlah skor dalam distribusi X
ΣY	= Jumlah skor dalam distribusi Y
ΣX^2	= Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
ΣY^2	= Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
n	= Banyaknya responden

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 diikut sertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Pernyataan-pernyataan yang valid selanjutnya dilakukan uji reliabilitas.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut Sugiyono (2013:110) adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Sebuah tes dikatakan mempunyai reliabilitas yang tinggi jika tes tersebut memberikan data hasil yang tetap walaupun diberikan pada waktu yang berbeda kepada responden yang sama. Hasil tes yang tetap atau seandainya berubah maka peribahan itu tidak signifikan maka tes tersebut dikatakan reliabel. Maka dari itu reliabilitas sering disebut dengan keterpercayaan, keterandalan, ketetapan, kestabilan dan sebagainya. Reliabilitas menyangkut masalah ketepatan alat ukur. Uji reliabilitas memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak.

Penelitian ini menggunakan metode *Split Half* (metode belah dua) yaitu metode yang mengkorelasikan atau menghubungkan antara total skor pada item

pernyataan yang ganjil dengan total skor pernyataan yang genap, kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *Spearman Brown* , dengan cara kerjanya sebagai berikut :

1. Item dibagi dua secara acak, kemudian dikelompokan dalam kelompok ganjil dan genap.
2. Skor untuk masing-masing kelompok dijumlahkan sehingga terdapat skor total untuk kelompok ganjil dan kelompok genap.
3. Korelasi total skor kelompok ganjil dan kelompok genap dengan rumus :

$$r_b = \frac{n \Sigma AB - (\Sigma A)(\Sigma B)}{(n\Sigma A^2 - (\Sigma A)^2)(n\Sigma B^2 - (\Sigma B)^2)}$$

Sumber : Sugiyono (2013)

Keterangan :

r_b = Korelasi *Product Moment*

ΣA = Jumlah total skor kelompok ganjil

ΣB = Jumlah total skor kelompok genap

ΣA^2 = Jumlah kuadrat total skor kelompok ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadrat total skor kelompok genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban kelompok ganjil dan kelompok genap

Hitung angka reliabilitas untuk keseluruhan item dengan menggunakan rumus korelasi *Spearman Brown* sebagai berikut :

$$r = \frac{2r_b}{1 + r_b}$$

Sumber : Suigiyono (2013:186)

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

r_b = Korelasi *product moment* antara kelompok ganjil (belahan pertama) dan kelompok genap (belahan kedua). Batas reliabilitas minimal 0,7

Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap butir pertanyaan yang termasuk dalam kategori valid. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menguji coba instrument sekali saja, kemudian dianalisis dengan menggunakan metode *Cronbach alpha*. Kuesioner dikatakan andal apabila koefisien reliabilitas bernilai positif dan lebih besar dari pada 0,7.

3.6 Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

Analisis data pada penelitian kuantitatif merupakan hasil pengolahan data atas jawaban yang diberikan responden terhadap pernyataan dari setiap item kuesioner. Setelah data dari seluruh responden terkumpul, maka peneliti melakukan pengelompokan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, dan melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah. Analisis data digunakan juga untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, karena analisis data yang dikumpulkan digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

3.6.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan dan menggambarkan sejauh mana persepsi konsumen mengenai citra merek (X_1), harga (X_2) dan keputusan pembelian (Y) setiap item dari kuesioner tersebut diukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan skala likert.

Pilihan jawaban akan diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pernyataan positif dan negatif sebagai berikut:

Pilihan jawaban akan diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif). Skor atas pilihan jawaban untuk kuesioner yang diajukan untuk pernyataan positif dan negatif sebagai berikut:

Tabel 3.4
Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai	
		Bila Positif	Bila Negatif
1	SS (Sangat Setuju)	5	1
2	S (Setuju)	4	2
3	KS (Kurang Setuju)	3	3
4	TS (Tidak Setuju)	2	4
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber : Sugiyono (2013:94)

Setiap pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan variabel di atas (variabel bebas dan terikat) dalam operasionalisasi variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuesioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe

skala likert. Untuk menganalisis setiap pertanyaan atau indikator, hitung frekuensi jawaban setiap kategori (pilihan jawaban) dan jumlahkan. Setelah setiap indikator mempunyai jumlah, selanjutnya peneliti membuat garis kontinum.

$$\text{NJI(Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi}-\text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pertanyaan}}$$

Setelah nilai rata-rata maka jawaban telah diketahui, kemudian hasil tersebut diinterpretasikan dengan alat bantu tabel kontinum, yaitu sebagai berikut:

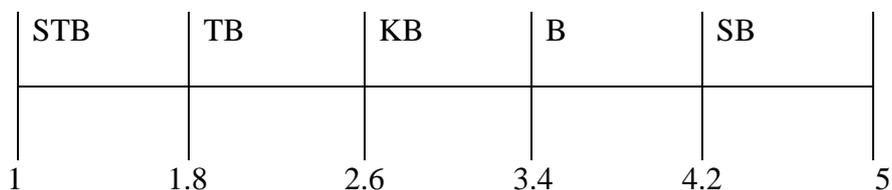
- a. Indeks Minimum : 1
- b. Indeks Maksimum : 5
- c. Interval : $5 - 1 = 4$
- d. Jarak Interval : $(5-1):5 = 0,8$

Tabel 3.5
Kategori Skala

Skala		Kategori
1,00	1,80	Sangat Tidak Baik
1,81	2,60	Tidak Baik
2,61	3,40	Kurang Baik
3,41	4,20	Baik
4,21	5,00	Sangat Baik

Sumber : Sugiyono (2013:134)

Berikut merupakan tabel kontinum :



Sumber : Sugiyono (2013)

Gambar 3.1
Garis Kontinum

3.6.2 Analisis Verifikatif

Analisis statistik verifikatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu suatu hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak (Sugiyono, 2013:54). Metode verifikatif digunakan untuk mengetahui dan menguji kebenaran hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik untuk menjawab rumusan masalah sebagai berikut: Seberapa besar pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian secara simultan dan parsial.

3.6.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Sumber : Sugiyono (2014:262)

Keterangan :

Y = Variabel Dependen

a = Harga Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi pertama

b_2 = Koefisien Regresi kedua

X_1 = Variabel Independent pertama

X_2 = Variabel Independent kedua

3.6.3 Analisis Korelasi

Analisis korelasi yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui derajat hubungan atau kekuatan korelasi antara variable penelitian yaitu citra merek (X_1), harga (X_2) dan keputusan pembelian (Y). Korelasi yang digunakan adalah korelasi ganda dengan rumus sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{JK_{(reg)}}{\Sigma Y^2}$$

Sumber : Sugiyono (2013)

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda

$JK_{(reg)}$ = Jumlah kuadrat regresi dalam bentuk deviasi

ΣY^2 = Jumlah kuadrat total korelasi dalam bentuk deviasi

Mencari $JK_{(reg)}$ dihitung dengan menggunakan rumus :

$$JK_{(reg)} = b_1 \Sigma X_1 Y + b_2 \Sigma X_2 Y$$

Berdasarkan nilai koefisien korelasi (R) yang diperoleh dapat dihubungkan - $1 < R < 1$, sedangkan untuk masing-masing nilai R adalah sebagai berikut :

1. Apabila $R=1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 , dan variabel Y positif sempurna.
2. Apabila $R=-1$, artinya terdapat hubungan antara variabel X_1 , dan variabel Y negative sempurna.
3. Apabila $R=0$, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X_1 , dan variabel Y .

Hubungan atau korelasi variabel yang diteliti dapat dilihat dengan menggunakan analisis yang dikemukakan oleh Sugiyono (2013:184). Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien adalah sebagai berikut :

Tabel 3.6
Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Lemah
0,20-0,399	Lemah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013:184)

3.6.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah hipotesis yang akan diajukan diterima atau ditolak. Adapun penjelasannya mengenai pengujian hipotesis masing-masing variabel dapat dilihat sebagai berikut :

3.6.4.1 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji hipotesis secara simultan dilakukan dengan untuk mengetahui tingkat signifikan secara simultan atau keseluruhan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan uji F, untuk mengetahui tingkat signifikannya menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2)(n - K - 1)}$$

Sumber : Sugiyono (2013)

Dimana :

F = Uji hipotesis dengan uji F

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah diterima

K = Banyaknya variabel bebas

N = Ukuran sampel

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ H_a diterima (signifikan)
2. Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_a ditolak (tidak signifikan)

Rancangan hipotesis uji F adalah sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 \beta_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh citra merek, harga dan keputusan pembelian

$H_a : \beta_1 \beta_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh citra merek, harga dan keputusan pembelian

3.6.4.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan secara parsial atau satu-satu pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan uji T, untuk mengetahui tingkat signifikan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Sumber : Sugiyono (2013:250)

Dimana :

r : Koefisien Korelasi

n : Jumlah Sampel

Tingkat kesalahan yang dapat diteliti atau tingkat signifikan dalam penelitian ini ditetapkan 5%.

Rancangan hipotesis untuk uji t adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian.
 - a. $H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian)
 - b. $H_a : \beta_1 > 0$ (terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian)
2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
 - a. $H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian)
 - b. $H_a : \beta_1 > 0$ (terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian)

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

1. Tolak H_0 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_a , diterima untuk nilai positif (terdapat hubungan)
2. Terima H_0 jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_a , ditolak untuk nilai negative (tidak terdapat hubungan).

3.6.5 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varian dari variabel terkaitnya. Secara sederhana koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi (R). Hal ini menjelaskan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel dari variabel terikatnya. Koefisien determinasi yaitu analisis yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap dependen yang dinyatakan dalam presentasi, dengan rumus :

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

Sumber : Sugiyono (2013)

Dimana :

K_d : Koefisien determinasi

R^2 : Kuadrat koefisien korelasi ganda

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi adalah :

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

3.7 Rancangan Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa *closed question/multiple choice question* maksudnya adalah pertanyaan atau pernyataan yang diajukan kepada responden

yang telah disediakan pilihan jawabannya, dengan berpedoman pada skala likert.

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Pasundan Bandung yang terletak di Jalan Tamansari No. 6-8. Penelitian ini dilaksanakan mulai September 2018.