

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian yang Digunakan

Menurut Sugiyono (2019:2) metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei merupakan penelitian yang mendapatkan sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang utama. Menurut Sugiyono (2019:6) mengatakan bahwa metode survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya. Metode survei merupakan penelitian yang mendapatkan sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang utama.

Tujuan penelitian survei adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum. Metode yang digunakan untuk menjelaskan kedudukan-kedudukan variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif.

Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2019:64) adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Metode verifikatif menurut Sugiyono (2019:118) yaitu “metode penelitian melalui pembuktian untuk menguji hipotesis hasil penelitian deskriptif dengan perhitungan statistik sehingga didapat hasil pembuktian yang menunjukkan hipotesis ditolak atau diterima”.

Metode penelitian deskriptif digunakan untuk menjawab rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan siswa PPLS BKB Nurul Fikri Buah Batu mengenai citra merek pada BKB Nurul Fikri Buah Batu.
2. Bagaimana tanggapan siswa PPLS BKB Nurul Fikri Buah Batu mengenai promosi pada BKB Nurul Fikri Kota Buah Batu.
3. Bagaimana tanggapan siswa PPLS BKB Nurul Fikri Buah Batu mengenai proses keputusan pemilihan bimbingan belajar BKB Nurul Fikri Buah Batu.

Metode penelitian verifikatif digunakan untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh promosi dan citra merek terhadap proses keputusan pemilihan bimbingan belajar BKB Nurul Fikri Buah Batu.

3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2019:68) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian. Operasionalisasi variabel memungkinkan penelitian ini mempunyai suatu alat ukur yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya.

Penelitian ini mempunyai tiga variabel yaitu variabel citra merek (X1) dan promosi (X2), sebagai variabel independen dan proses keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen. Menurut Sugiyono (2019:69) variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Berikut ini adalah penjelasannya mengenai variabel tersebut :

1. Citra Merek (X1)

Rangkuti dalam Kurniasih (2021:2) menyatakan bahwa citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat di benak konsumen.

2. Promosi (X2)

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:79) *promotion is an activity that communicates product advantages and persuades customers.*

3. Proses Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:175) dalam Jusuf D.I. konsumen melewati lima tahap keputusan pembelian, yaitu *need recognition, information search, alternative evaluation, purchase, dan post purchase behaviour.*

3.2.1. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel bertujuan untuk menentukan jenis, indikator, dan skala dari variabel-variabel yang terkait dengan penelitian. Variabel penelitian ini yaitu Citra Merek (X1) dan Promosi (X2) dan Proses Keputusan Pembelian (Y) dikembangkan menjadi indikator dan item pernyataan yang akan digunakan dalam pembuatan kuesioner sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Citra Merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat di benak konsumen. Rangkuti dalam Kurniasih (2021:2) , Rangkuti dalam Kurniasih (2021 : 21)	Recognition (Pengenalan)	Mudah dikenalnya merek BKB Nurul Fikri	Tingkat kemudahan merek BKB Nurul Fikri untuk dikenal	Ordinal	1
		Mudah diingatnya merek BKB Nurul Fikri	Tingkat kemudahan merek BKB Nurul Fikri untuk diingat	Ordinal	2
	Reputation (Reputasi)	Kepercayaan Jasa BKB Nurul Fikri	Tingkat kepercayaan jasa BKB Nurul Fikri	Ordinal	3
		Kebaikan Reputasi Merek BKB Nurul Fikri di mata siswa	Tingkat kebaikan reputasi merek BKB Nurul Fikri di mata siswa	Ordinal	4
	Affinity (Daya Tarik)	Kesesuaian merek BKB Nurul Fikri dengan harapan siswa	Tingkat kesesuaian merek BKB Nurul Fikri dengan harapan siswa	Ordinal	5
		Kebanggaan siswa akan merek BKB Nurul Fikri	Tingkat kebanggaan siswa akan merek BKB Nurul Fikri	Ordinal	6

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Promosi <i>promotion is an activity that communicates product advantages and persuades customers.</i>	Advertising	Kemenarikan iklan dalam mengajak siswa untuk mendaftar dan menggunakan jasa BKB Nurul Fikri	Tingkat daya tarik iklan dalam mengajak siswa untuk mendaftar dan menggunakan jasa BKB Nurul Fikri	Ordinal	7
		Pesan iklan yang disampaikan BKB Nurul Fikri kepada siswa jelas dan dapat dipahami	Tingkat kejelasan dan dapat dipahaminya isi pesan yang disampaikan oleh iklan BKB Nurul Fikri kepada siswa	Ordinal	8
	Sales Promotion	Adanya voucher yang diberikan BKB Nurul Fikri	Tingkat adanya voucher yang diberikan oleh BKB Nurul Fikri	Ordinal	9
		Adanya potongan harga/diskon yang diberikan BKB Nurul Fikri	Tingkat adanya potongan harga/diskon yang diberikan oleh BKB Nurul Fikri	Ordinal	10
	Personal Selling	Ketepatan informasi mengenai fasilitas dan jasa yang ditawarkan	Tingkat ketepatan informasi mengenai fasilitas dan jasa yang ditawarkan	Ordinal	11
		Keramahan staf dan pengajar BKB Nurul Fikri pada saat menyampaikan informasi	Tingkat keramahan staf dan pengajar BKB Nurul Fikri dalam menyampaikan informasi	Ordinal	12

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item	
Kotler dan Armstrong (2018:79), Kotler dan Armstrong 2018:425	<i>Public Relation</i>	Ketepatan program yang dilaksanakan BKB Nurul Fikri untuk mempengaruhi harapan, pendapat, dan keyakinan akan BKB Nurul Fikri	Tingkat ketepatan program yang dilaksanakan BKB Nurul Fikri untuk mempengaruhi harapan, pendapat, dan keyakinan akan BKB Nurul Fikri	Ordinal	13	
		Partisipasi BKB Nurul Fikri dalam suatu kegiatan publik seperti sponsorship	Tingkat partisipasi BKB Nurul Fikri sebagai sponsor dalam suatu kegiatan	Ordinal	14	
	<i>Direct and Digital Marketing</i>	Kemenarikan promosi melalui Direct-Mail yang dilakukan oleh BKB Nurul Fikri	Tingkat daya tarik promosi melalui <i>direct-mail</i> dan Seluler yang dilakukan oleh BKB Nurul Fikri	Ordinal	15	
		Keunggulan promosi digital BKB Nurul Fikri dibanding bimbingan belajar lain	Tingkat keunggulan promosi digital yang dilakukan oleh BKB Nurul Fikri dibanding bimbingan belajar lain	Ordinal	16	
	Proses Keputusan Pembelian Konsumen melewati lima tahap keputusan pembelian, yaitu Pengenalan kebutuhan (<i>need recognition</i>), Pencarian informasi (<i>information search</i>), evaluasi alternatif (<i>alternative evaluation</i>)	<i>Pengenalan Kebutuhan (Need Recognition)</i>	Kebutuhan akan jasa bimbingan belajar BKB Nurul Fikri	Tingkat kebutuhan akan jasa bimbingan belajar BKB Nurul Fikri	Ordinal	17
			Ketertarikan untuk menggunakan jasa BKB Nurul Fikri	Tingkat ketertarikan untuk menggunakan jasa BKB Nurul Fikri	Ordinal	18

Variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
keputusan pembelian (<i>purchase decision</i>), dan sikap setelah pembelian (<i>post purchase behaviour</i> .) Kotler dan Armstrong dalam Jusuf D.I. 2018:175	Pencarian informasi (<i>Information Search</i>)	Kemudahan akses informasi mengenai BKB Nurul Fikri	Tingkat kemudahan akses informasi mengenai BKB Nurul Fikri	Ordinal	19
		Keingintahuan mengenai informasi tentang BKB Nurul Fikri	Tingkat keingintahuan mengenai informasi tentang BKB Nurul Fikri	Ordinal	20
	Evaluasi Alternatif (<i>Evaluation of Alternatives</i>)	Pertimbangan terkait keuntungan menggunakan jasa BKB Nurul Fikri	Tingkat pertimbangan keuntungan menggunakan jasa BKB Nurul Fikri	Ordinal	21
		Keunggulan BKB Nurul Fikri dibanding lembaga bimbingan belajar lain	Tingkat keunggulan BKB Nurul Fikri dibanding bimbingan belajar lain	Ordinal	22
	Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>)	Memutuskan memilih dan menggunakan jasa BKB Nurul Fikri karena beragamnya fasilitas yang ditawarkan	Tingkat keputusan pemilihan dan penggunaan jasa BKB Nurul Fikri karena beragamnya fasilitas yang ditawarkan	Ordinal	23
		Keputusan pembayaran jasa BKB Nurul Fikri secara lunas	Tingkat keputusan pembayaran jasa BKB Nurul Fikri secara lunas	Ordinal	24
	Sikap Setelah Pembelian (<i>Postpurchase Behavior</i>)	Manfaat jasa yang dirasakan setelah menggunakan jasa BKB Nurul Fikri	Tingkat manfaat yang dirasakan setelah menggunakan jasa BKB Nurul Fikri	Ordinal	25
		Kepuasan pasca penggunaan jasa BKB Nurul Fikri	Tingkat kepuasan pasca penggunaan jasa BKB Nurul Fikri	Ordinal	26

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2022

3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Penelitian memerlukan objek atau subjek yang harus diteliti sehingga masalah dapat ditemukan solusinya. Populasi merupakan segala sesuatu yang dijadikan objek dalam penelitian. Sampel adalah perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang diamati sehingga penggunaan sampel membuat penelitian tidak perlu dilakukan terhadap seluruh populasi. Sampel penelitian diperoleh dari teknik sampling tertentu.

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Penentuan populasi merupakan salah tahapan penting dalam penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah siswa PPLS BKB Nurul Fikri Buah Batu Tahun Ajaran 2021-2022.

Berikut ini disajikan data siswa PPLS BKB Nurul Fikri Buah Batu Tahun Ajaran 2021-2022 :

Tabel 3. 2
Data Populasi Siswa PPLS BKB Nurul Fikri Buah Batu Tahun Ajaran 2021-2022

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	29
2	Perempuan	26
Total		55
No	Jurusan	Jumlah
1	IPA	34
2	IPS	21
Total		55

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2022

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian yang mana sampel tersebut diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu dan lengkap. Menurut Sugiyono (2019:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dilakukan karena adanya keterbatasan dalam melakukan penelitian ini baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi banyak. Sampel memungkinkan sebuah penelitian untuk tidak menggunakan seluruh anggota yang ada dalam populasi, akan tetapi hanya mengambil sebagian dari populasi saja. Apabila jumlah populasi terlalu sedikit, maka seluruh populasi bisa dijadikan subjek penelitian. Penelitian ini menggunakan seluruh populasi sebagai objek penelitian karena jumlah siswa PPLS BKB Nurul Fikri Buah Batu hanya berjumlah sebanyak 55 orang.

3.3.3. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengumpulan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2018:80) terdapat dua teknik sampling yang dapat digunakan *probability sampling* dan *non probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan jenis teknik sampling jenuh (*saturation sampling*). Menurut Sugiyono

(2018:2) Sampling jenuh adalah teknik penentuan sample apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Setiap penelitian dalam proses pengumpulan datanya pasti menggunakan teknik-teknik tertentu. Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Data terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2019:194) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh tidak berhubungan langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono,2018:137). Berikut ini adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian dilapangan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu data yang diperoleh melalui:

a. Pengamatan (*Observation*)

Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di seluruh cabang BKB Nurul Fikri Buah Batu. Menurut Tersiana (2018: 12) mendefinisikan observasi yaitu proses pengamatan menyeluruh dan mencermati perilaku pada suatu kondisi tertentu. Menurut Sugiyono (2018:229) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain.

b. Wawancara (*Interview*)

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab dengan siswa maupun pihak pengajar serta manajemen BKB Nurul Fikri Buah Batu.

c. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2018:219) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Penyebaran kuisisioner dilakukan dengan cara bertemu langsung maupun melalui link *google form* kepada responden yaitu siswa PPLS BKB Nurul Fikri Buah Batu. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai tanggapan yang berhubungan dengan penelitian.

d. Penelitian kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian kepustakaan adalah teknik pengumpulan informasi atau data yang dilakukan dengan cara mempelajari literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dimaksudkan untuk memperoleh data sekunder yaitu data yang merupakan faktor penunjang yang bersifat teoritis kepustakaan. Penelitian kepustakaan dapat diperoleh dari data sekunder yaitu literatur, buku, jurnal, internet dan data perusahaan antara lain data penjualan dan data pengunjung perusahaan yang berkaitan dengan objek.

3.5. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Uji Validitas adalah suatu pengujian terhadap ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam pengukuran. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, maksudnya, untuk menguji apakah suatu alat pengukur yang

digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang berkali-kali. Reliabilitas, atau keandalan adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Keandalan tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama akan memberikan hasil yang sama.

3.5.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018:267), menyatakan uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subyek penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dapat diketahui dengan mengkorelasikan antara skor butir dengan skor totalnya. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Formula korelasi *pearson product moment* digunakan untuk menguji validitas tiap-tiap item pernyataan kuisisioner. Formula ini mengkorelasi skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Berikut ini adalah formula *pearson product moment* :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum Y)(\sum X)}{\sqrt{(n\sum x^2) - (\sum x)^2)(\sum y^2 - (\sum y)^2)}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah responden uji coba

X = skor tiap item

Y = skor seluruh item responden uji coba

Σx = Jumlah hasil pengamatan variabel X

Σy = Jumlah hasil pengamatan variabel Y

Σxy = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y

Σx^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor X

Σy^2 = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor Y

Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka instrumen atau item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid.
- b. Jika r hitung $\leq r$ hitung, maka instrumen atau item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan tidak valid.

Syarat minimum untuk suatu butir instrumen atau pernyataan dianggap valid adalah nilai indeks validitasnya positif dan besarnya 0,300 keatas. Oleh karena itu, semua instrumen atau pernyataan yang memiliki tingkat korelasi dibawah 0,300 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (Statiscal Product dan Service Solution). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada tabel dengan judul *item-Total Statistic*. Menilai kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-Total Correlation* masing-masing butir pertanyaan.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018:268) uji reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Data yang tidak reliabel, tidak dapat di proses lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang bias. Suatu alat ukur yang dinilai reliabel jika pengukuran tersebut menunjukkan hasil-hasil yang konsisten dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat diandalkan (*reliable*) atau dengan kata lain menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap konsisten jika dapat dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Alpha Cronbach* (CA) atau disebut juga metode *split half*. Karena metode *split half* merupakan teknik statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrument penelitian kemudian dilanjutkan dengan pengujian rumus *spearman brown*.

Berikut ini adalah teknik pengujian dengan teknik *spearman brown* adalah sebagai berikut ini:

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

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi *product moment*

A = Variabel nomor ganjil

B = Variabel nomor genap

ΣA = Jumlah total skor belahan ganjil

ΣB = Jumlah total skor belahan genap

ΣA^2 = Jumlah kuadrat total skor belahan ganjil

ΣB^2 = Jumlah kuadrat total skor belahan genap

ΣAB = Jumlah perkalian skor jawaban belahan ganjil dan belahan genap

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

$$r = \frac{2 \cdot rb}{1 + rb}$$

Keterangan :

r = Nilai reliabilitas

rb = Korelasi pearson product moment antar belahan pertama (ganjil) dan belahan kedua (genap), batas reliabilitas minimal 0,7

Nilai reliabilitas instrumen (rb hitung) yang sudah didapat tersebut dibandingkan dengan jumlah responden dan taraf nyata. Berikut keputusannya:

- a. Bila $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan reliabel
- b. Bila $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} , maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel selain valid, alat ukur tersebut juga harus memiliki keandalan atau reliabilitas.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui keandalannya sehingga alat ukur yang digunakan konsisten. Koefisien reliabilitas digunakan untuk melihat handal atau tidaknya suatu alat ukur. Jika koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,70 maka secara keseluruhan pernyataan dikatakan andal (*reliable*).

3.6. Metode Analisis dan Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018:285) teknik analisis data berkenaan dengan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis yang diajukan. 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 hipotesis yang telah diajukan.

Metode yang digunakan untuk mencari tahu menggambarkan benar atau tidaknya fakta-fakta yang ada, serta menjelaskan tentang hubungan antar variabel yang diteliti dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis statistik. adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif.

3.6.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2018:147) analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan mengenai fakta-fakta yang ada secara aktual dan sistematis. Analisis ini mengungkap fakta pada data yang ada secara sistematis. Fakta pada data ini berasal dari hasil proses pengoperasian variabel yang disusun dalam bentuk item pertanyaan. Setiap item kuisioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot/nilai yang berbeda berdasarkan skala *likert* sebagai berikut di halaman selanjutnya :

Tabel 3. 3
Alternatif Jawaban Skala Likert

Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2018:94)

Berdasarkan tabel 3.3 terdapat alternatif jawaban dan bobot nilai untuk item-item instrumen pada kuesioner. Bobot nilai ini bertujuan untuk memudahkan responden untuk menjawab pertanyaan dalam bentuk kuesioner. Analisis ini juga akan menggambarkan jawaban responden dari kuesioner yang diajukan.

Data yang terkumpul kemudian diolah lalu disajikan dalam bentuk tabel dan di analisis. Analisis deskriptif dilakukan terhadap variabel bebas (independen) dan terikat (dependen) yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total item skor responden.

Dari jumlah skor yang ada pada jawaban-jawaban reponden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pertanyaan. skala kriteria penilaian digunakan untuk menjawab deskripsi tentang masing-masing variabel penelitian, maka digunakan formula yaitu sebagai berikut :

$$NJ I \text{ (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Penetapan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilihat dari perbandingan antara skor aktual dan skor ideal. Untuk mendapatkan kecenderungan

jawaban responden akan didasarkan pada nilai rata-rata skor jawaban yang selanjutnya akan dikategorikan pada rentang skor berikut ini:

Skor minimum = 1

Skor maksimum = 5

Interval = $5 - 1 = 4$

Rentang skor $5-1 / 5 = 0,8$

Kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut:

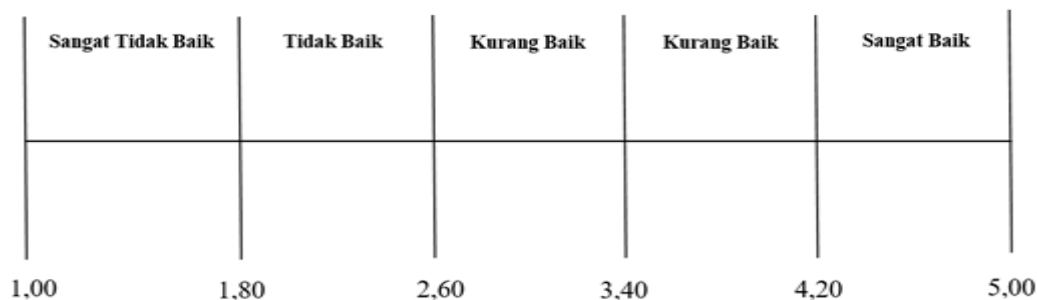
1. Jika memiliki kesesuaian 1,00 - 1,80 : Sangat Tidak Baik
2. Jika memiliki kesesuaian 1,81 - 2,60 : Tidak Baik
3. Jika memiliki kesesuaian 2,61 - 3,40 : Kurang Baik
4. Jika memiliki kesesuaian 3,41 - 4,20 : Baik
5. Jika memiliki kesesuaian 4,21 - 5,00 : Sangat Baik

Tabel 3. 4
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 (2018:134)

Berdasarkan tabel 3.3 di halaman sebelumnya, maka skala dapat dibuat menjadi garis kontinum di halaman selanjutnya sebagai berikut :



Sumber : Sugiyono (2018 : 134)

Gambar 3. 2
Garis Kontinum

3.6.2. Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah metode analisis yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Analisis verifikatif membuat penelitian yang ditujukan untuk menguji teori akan menghasilkan informasi ilmiah baru yaitu status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak. Analisis verifikatif dilakukan dengan menggunakan beberapa metode yaitu :

1. *Method Of Successive Internal* (MSI)
2. Analisis Regresi Linier Berganda
3. Analisis Korelasi Berganda

3.6.2.1. *Method Of Succesive Interval* (MSI)

Data yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner masih dalam bentuk data ordinal sehingga harus diubah bentuknya menjadi data interval. Prosedur statistik seperti regresi, korelasi Pearson, uji t dan lain sebagainya mengharuskan data berskala interval. Jika data berskala ordinal maka data tersebut harus diubah kedalam bentuk

interval untuk memenuhi persyaratan prosedur tersebut. *Method of Successive Interval* (MSI), merupakan teknik yang digunakan untuk mentransformasikan data tersebut.

Berikut adalah langkah-langkah *Method of Successive Interval* (MSI) :

1. Menentukan frekuensi setiap responden (berdasarkan hasil kuesioner yang dibagikan, hitung berapa banyak responden yang menjawab skor 1-5 untuk setiap pernyataan).
2. Menentukan berapa responden yang akan memperoleh skor-skor yang telah ditentukan dan dinyatakan sebagai frekuensi.
3. Setiap frekuensi pada responden dibagi dengan keseluruhan responden.
4. Menentukan proporsi kumulatif yang selanjutnya mendekati atribut normal.
5. Menggunakan tabel distribusi normal standar tentukan nilai Z. Untuk data >30 dianggap mendekati luas daerah bawah kurva normal.
6. Menghitung Scale Value (SV) untuk masing-masing responden dengan rumus berikut :

$$SV = \frac{(Density\ at\ lower\ limit) - (Density\ at\ upper\ limit)}{(Area\ under\ upper\ limit) - (Area\ under\ lower\ limit)}$$

Keterangan:

SV (Scale Value) : Rata-rata Interval

Density at lower limit : Kepaduan batas bawah

Density at upper limit : Kepaduan batas atas

Area under upper limit : Daerah di bawah batas atas

Area under lower limit : Daerah di bawah batas bawah

7. Melakukan transformasi nilai skala dari nilai skala ordinal ke nilai interval dengan rumus:

$$Y = S_{vi} + [SV \text{ min}]$$

$$k = 1[SV \text{ min}]$$

Data akan diolah menggunakan *software* komputer, yaitu menggunakan IBM SPSS 26 untuk memudahkan proses perubahan data dari skala ordinal ke skala interval. SV yang nilainya kecil atau harga negatif terbesar diubah menjadi sama dengan satu.

3.6.2.2. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018:96) uji analisis regresi bertujuan untuk menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen yaitu hubungan antar variabel X1 (Citra Merek) dan X2 (Promosi) terhadap variabel dependen Y (Proses Keputusan Pembelian). Analisis regresi linier berganda berfungsi untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berpengaruh positif atau negatif terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah formula regresi linier berganda :

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

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Proses Keputusan Pembelian).

a = Konstanta

X1= Variabel Bebas (Citra Merek)

X_2 = Variabel Bebas (Promosi)

b_1 dan b_2 = Besaran koefisien regresi dari masing-masing variabel

e = Error atau faktor gangguan lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain promosi dan citra merek

3.6.2.3. Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi berganda bertujuan untuk mengetahui derajat hubungan atau kekuatan antara variabel penelitian yaitu Citra Merek (X_1), Promosi (X_2), dan Proses Keputusan Pembelian (Y). Besaran keeratan hubungan dapat dinyatakan dengan istilah koefisien korelasi. Koefisien korelasi merupakan besar kecilnya hubungan antara dua variabel yang dinyatakan dalam bilangan yang disebut dengan koefisien korelasi. Berikut ini disajikan rumus korelasi berganda sebagai berikut:

$$R = \frac{JK_{Regresi}}{\Sigma Y^2}$$

Keterangan :

R = Koefesien kolerasi berganda

$JK_{Regresi}$ = Jumlah kuadrat regresi

ΣY^2 = Jumlah kuadrat total kolerasi

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

sebagai berikut:

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 terdapat hubungan kolerasi.

Berikut ini tabel taksiran besarnya koefisien kolerasi

Tabel 3. 5
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,000-0,199	Sangat Rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Cukup
0,600-0,799	Kuat
0,800-0,999	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2018:274)

3.6.3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh promosi dan citra merek terhadap proses keputusan pemilihan bimbingan belajar BKB Nurul Fikri, secara simultan dan parsial. Uji hipotesis untuk kolerasi ini dirumuskan dengan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1).

3.6.3.1. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen mampu menjelaskan variabel dependennya, maka dilakukan uji hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji statistik F. Uji dilakukan dengan cara membandingkan nilai dari F hitung dengan F tabel. Uji F akan menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap variabel terikat.

Hipotesis yang kemukakan sebagai berikut :

a. $H_0 : b_1 b_2 = 0$,

Tidak terdapat pengaruh citra merek dan promosi terhadap proses keputusan pemilihan bimbingan belajar pada BKB Nurul Fikri Buah Batu.

b. $H_1 : b_1 b_2 \neq 0$,

Terdapat pengaruh citra merek dan promosi terhadap proses keputusan pemilihan bimbingan belajar pada BKB Nurul Fikri Buah Batu.

Kedua hipotesis tersebut kemudian diuji untuk mengetahui apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

R^2 = Kuadrat koefisien korelasi ganda

K = Banyaknya variabel bebas

n = Ukuran sampel

F = F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

$(n-k-1)$ = Derajat kebebasan

Berdasarkan perhitungan di atas maka akan diperoleh distribusi F dengan pembilang (K) dan penyebut $(n-k-1)$ dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima
2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak.

3.6.3.2. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis menggunakan uji hipotesis parsial (Uji t) ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Sehingga akan diketahui hubungan tersebut apakah saling mempengaruhi atau tidak.

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hipotesis parsial dapat dijabarkan sebagai berikut :

- a. Membuat formulasi uji hipotesis pengaruh citra merek terhadap proses keputusan pemilihan bimbingan belajar.
 - 1) $H_0 : b_1 = 0$, Tidak terdapat pengaruh citra merek terhadap proses keputusan pemilihan bimbingan belajar.
 - 2) $H_1 : b_1 \neq 0$, Terdapat pengaruh citra merek terhadap proses keputusan pemilihan bimbingan belajar.
- b. Membuat formulasi uji hipotesis pengaruh promosi terhadap proses keputusan pemilihan bimbingan belajar.
 - 1) $H_0 : b_2 = 0$, Tidak terdapat pengaruh promosi terhadap proses keputusan pemilihan bimbingan belajar.
 - 2) $H_1 : b_2 \neq 0$, Terdapat pengaruh promosi terhadap proses keputusan pemilihan bimbingan belajar.
- c. Menentukan tingkat signifikansi
 Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,1$ artinya kemungkinan kebenaran hasil penarikan kesimpulan mempunyai probabilitas 90% atau toleransi kesalahan 10%.
- d. Pengujian uji T-test dengan menggunakan rumus Uji t untuk mengetahui apakah variabel bebas berkorelasi nyata atau tidak terhadap variabel tersebut:

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

Keterangan :

t_{hitung} = Statistik uji kolerasi

n = Jumlah sampel

r = Nilai kolerasi parsial

Hasil hipotesis t hitung dibandingkan t tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_1 diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_1 ditolak.

3.6.3.3. Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase (%) besarnya pengaruh variabel X_1 (Citra Merek) dan variabel X_2 (Promosi) terhadap variabel Y (Proses Keputusan Pembelian). Langkah perhitungan analisis koefisien determinasi yang dilakukan yaitu analisis koefisien determinasi berganda (simultan) dan analisis koefisien determinasi parsial.

Berikut ini disajikan formula koefisien determinasi :

1. Analisis Koefisien Determinasi Berganda

Analisis koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel X_1 (Citra Merek) dan variabel X_2 (Promosi) terhadap variabel Y (Proses Keputusan Pembelian) secara simultan dengan mengkuadratkan koefisien korelasinya yaitu:

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

Keterangan:

Kd = Nilai koefisien determinasi

r^2 = Kuadrat dari koefisien korelasi berganda

100% = Pengali yang dinyatakan dalam persentase

2. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial yaitu digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase variabel X_1 (Citra Merek) dan variabel X_2 (Promosi) terhadap variabel Y (Proses Keputusan Pembelian) secara parsial :

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

Keterangan:

b = Beta (nilai standar *liezed coefficients*)

Zero Order = Matriks korelasi variabel bebas dengan variabel terikat

Kriteria-kriteia untuk analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

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

3.7. Rancangan Kuisisioner

Kuesioner bertujuan untuk mengetahui dan memahami variabel-variabel yang menurut responden merupakan hal yang relevan. Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data atau informasi yang di operasionalisasikan ke dalam bentuk item atau pernyataan. Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah *likert*. Kuesioner ini berisi pernyataan mengenai variabel promosi dan variabel citra merek terhadap proses keputusan pembelian yang sesuai dengan operasionalisasi pada variabel penelitian. Cara pengisiannya adalah responden hanya memilih kolom yang tersedia pada butir-butir pernyataan yang berhubungan dengan variabel citra merek, variabel promosi dan variabel proses keputusan pembelian.

3.8. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di BKB Nurul Fikri Buah Batu. Penelitian ini dilaksanakan dimulai bulan Februari 2022 hingga bulan Juli 2022