

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan oleh peneliti yakni menggunakan penelitian kuantitatif.¹ Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk deskripsi dengan menggunakan angka dan statistik. Penelitian kuantitatif menekankan penelitiannya pada data-data *numerical* (angka) yang dikelola dengan metode statistik.²

Sedangkan jenis penelitian ini menggunakan penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuan utamanya adalah untuk mendapat bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui variabel mana yang mempengaruhi dan variabel mana yang dipengaruhi.³

B. Definisi Operasional

Untuk menjelaskan variabel-variabel yang sudah didefinisikan maka perlu definisi operasional dari masing-masing variabel sebagai upaya pemahaman dan penelitian. Definisi dari variabel-variabel yang diteliti adalah :

¹ Ibnu Hajar, "Dasar- Dasar Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan Metodologi", (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1996), 30.

²I Made Wiratha, Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006), 140.

³Sugiono, Statistika Untuk Penelitian, (Bandung: Alfabeta, 2012), 37

1. Variabel Bebas X:

a. Variabel Kualitas Produk (X_1)

Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan.⁴ Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya. Dalam fungsi itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.⁵

Tabel 3.1
Indikator Kualitas Produk

Variabel	Indikator
Kualitas Produk (X_1)	1. Kinerja (<i>performance</i>) 2. Daya tahan 3. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specification</i>) 4. Estetika (<i>esthetic</i>) 5. Kesan kualitas (<i>perceived quality</i>)

Dalam indikator diatas terdapat beberapa indikator diantaranya kinerja produk, daya tahan produk, kesesuaian dengan spesifikasi, estetika produk, dan kesan kualitas produk. Demi menyesuaikan indikator kualitas produk dengan pasta gigi Pepsodent maka tidak semua indikator dimasukkan kedalam penelitian oleh peneliti. Indikator-indikator yang digunakan

⁴Fandy Tjiptono, Gregorius dan Dadi Adriana, "Pemasaran Strategik", (Yogyakarta : ANDI, 2008), 25.

⁵Philip Kotler & Kevin Lane Keller, "Manajemen Pemasaran", (Jakarta : Erlangga, 2009), 2.

peneliti adalah kinerja, kesesuaian dengan spesifikasi, estetika, dan kesan kualitas.⁶

b. Variabel Citra Merek (X_2)

Citra merupakan *image* yang terbentuk dimasyarakat (konsumen/pelanggan) tentang baik dan buruknya suatu perusahaan.⁷ Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka susunan warna, atau kombinasi yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.⁸ Citra merek ialah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen.⁹

Tabel 3.2
Indikator Citra Merek

Variabel	Indikator
Citra Merek (X_2)	1. Kekuatan (<i>Strengthness</i>) 2. Keunikan (<i>Uniqueness</i>) 3. Keunggulan (<i>Favorable</i>)

Di dalam citra merek terdapat 3 jenis indikator, yaitu kekuatan (*strengthness*), keunikan (*uniqueness*) dan keunggulan (*favorable*). Dalam suatu indikator terkadang ada beberapa yang tidak diambil sebagai bahan penelitian. Akan tetapi, dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan

⁶ Mullins Jhon W, C. Orville, Jean Claude Larrenche, dan Harper W Walker Boyd, "Manajemen Pemasaran", (Jakarta : Erlangga, 2005), 442.

⁷ Abdul Majid, "Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi", (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2009), 70.

⁸ Fandy Tjiptono, "Pemasaran Jasa", (Malang : Bayumedia, 2011), 3.

⁹ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, "Manajemen Pemasaran", 345.

ketiga indikator tersebut karena sudah sesuai dengan apa yang diharapkan penulis.¹⁰

2. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian konsumen adalah pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.¹¹ Keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan pembelian konsumen akhir perorangan dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.¹² Pada umumnya, keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai.¹³

Tabel 3.3
Indikator Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian

Menurut Philip dan Kotler, terdapat 5 indikator di dalam keputusan pembelian. Indikator-indikator tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 5 indikator tersebut sebagai bahan penelitian.¹⁴

¹⁰Philip Kotler & Kevin Lane Keller, "Manajemen Pemasaran", (Jakarta : Erlangga, 2009), 78.

¹¹Fandy Tjiptono, "Strategi Pemasaran", (Yogyakarta : ANDI, 2008), 19.

¹²Philip Kotler & Kevin Lane Keller, "Manajemen Pemasaran", 184.

¹³Philip Kotler & Armstrong, Gary, "Prinsip=Prinsip Pemasaran", 181.

¹⁴Philip Kotler & Kevin Lane Keller, "Manajemen Pemasaran", (Jakarta : Erlangga, 2009), 253.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di Pondok Pesantren Avissina Kediri yang beralamatkan di Jl. Sunan Ampel No 10 RT 010 RW 002 Ngronggo Kota Kediri Jawa Timur .

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek yang menjadi sasaran penelitian.¹⁵ Populasi berasal dari bahasa Inggris *Population* yang berarti jumlah penduduk populasi dalam penelitian yang merupakan keseluruhan dari obyek sehingga obyek –obyek ini dapat menjadi sumber data penelitian.¹⁶ Dalam penelitian ini populasi yang diambil merupakan konsumen produk pasta gigi yang berada di dalam sebuah Pondok Pesantren Avissina Ngronggo Kediri.

Berdasarkan penelitian pendahuluan diperoleh data bahwa pengguna pasta gigi Pepsodent di PP. Avissina Kediri sebanyak 125 santri. Hal ini menunjukkan bahwa pasta gigi Pepsodent sangat diminati oleh sebagian besar santri. Sehingga populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pasta gigi Pepsodent yang berada di PP. Avissina Kediri dengan jumlah 125 santri.

2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian dari populasi yang akan diteliti dan yang dianggap dapat menggambarkan populasi dengan tujuan untuk mendapatkan

¹⁵Ibid, 130.

¹⁶Burhan Bungin, “Metodologi Penelitian Kuantitatif”, (Jakarta: Kencana, 2009), 99

kesimpulan umum dari hasil penelitian.¹⁷ Dalam penelitian ini, penelitian representatif responden ditentukan berdasarkan kategori kontrol. Kategori kontrol dibuat oleh peneliti agar sampel yang ingin dipilih sesuai dengan kriteria yang diinginkan peneliti/ tidak melebar kemana-mana.

Kategori kontrol yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

- a. Konsumen berjenis kelamin wanita.
- b. Konsumen menggunakan produk pasta gigi Pepsodent
- c. Konsumen tinggal dalam pondok pesantren Avissina Ngronggo Kediri
- d. Konsumen mempunyai pengetahuan tentang perawatan gigi.

Dalam penelitian ini, sampel yang dibidik oleh peneliti berjumlah 125 orang. Jumlah tersebut diambil berdasarkan teknik sampling jenuh. Sample jenuh adalah penggunaan seluruh populasi yang kemudian dijadikan sample oleh peneliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data diperoleh.¹⁸ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer, yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya.¹⁹ Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan pengisian kuesioner(daftar pertanyaan) yang dijawab oleh responden. Adaoun yang

¹⁷Sugiarto, "Teknik Sampling", (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2001), 38.

¹⁸Suharsimi Arikunto, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik", (Jakarta : Rineka Cipta, 2007), 129.

¹⁹Sumadi Suryabrata, "Metode Penelitian", (Jakarta : Rajawali, 1987), 93.

menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah santri Pondok Pesantren Avissina Kediri yang menggunakan pasta gigi Pepsodent.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner (daftar pertanyaan) kepada responden (sumber data). Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.²⁰ Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari angket berupa :

- a. Beberapa butir pertanyaan mengenai variabel (X_1) kualitas produk.
- b. Beberapa butir pertanyaan mengenai variabel (X_2) citra merek.
- c. Beberapa butir pertanyaan mengenai variabel (Y) keputusan pembelian.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bagi peneliti yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian.²¹ Instrumen di dalam penelitian ini menggunakan angket, yaitu lembaran berupa pernyataan atau pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Angket ini akan digunakan sebagai alat untuk mengetahui pengaruh kualitas dan merek terhadap keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent (studi kasus pada santri Pondok Pesantren Avissina Kediri)

²⁰ Sugiono, "Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D", 142.

²¹ Rully Indrawan dan R. Poppy Yaniawati, "Metodologi Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan", (Bandung: PT Rafika Aditama, 2014), 112

Metode dalam pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik angket. Teknik yang menggunakan angket/kuisisioner adalah suatu cara mengumpulkan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden.²² Responden dalam mengisi suatu angket / kuisisionel diharapkan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

G. Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan.²³ Metode ini dimaksudkan untuk meringkas data dalam bentuk yang mudah dipahami dan mudah ditafsirkan sehingga hubungan antar problem penelitian dapat dipelajari dan diuji.²⁴ Dalam prosedur analisis data, ada beberapa langkah pokok yang harus dilakukan yaitu:

1. Pemeriksaan Data (*editing*)

Sebelum pengumpulan data dilakukan, pewawancara sudah memberikan penjelasan tentang data yang diperlukan dalam praktiknya, hasil kuesioner yang masuk dari responden masih banyak mendapatkan kesalahan. Oleh karena itu, *editing* diperlukan untuk memeriksa kesalahan atau kekurangan.

2. Pembuatan Kode (*coding*)

Proses pembuatan kode merupakan proses pemberian tanda menggunakan angka atau simbol pada semua jawaban yang terdapat dalam kuesioner. Kode diberikan untuk semua kuesioner yang sama sehingga semua jawaban dapat dimasukkan dalam sejumlah kategori atau kelompok. Di sini

²²Husein Umar, "Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis", 167.

²³Masri Singarimbun, Sofyan Efendi, "Metodologi Penelitian Survei" (Jakarta: Pustaka, 1990), 203.

²⁴M. Katsiran, "Metodologi Penelitian", (Malang: UIN-Malang Press, 2008), 128.

efisiensi analisis akan tercipta sebab semua jawaban dapat diturunkan menjadi beberapa kategori yang dipilih secara seksama.

3. *Scoring*

Scoring adalah memberikan skor terhadap item-item yang perlu diberi skor. Proses ini adalah pemberian skor atau angka pada lembar jawaban angket tiap subjek, tiap skor dari item pernyataan dari angket ditentukan sesuai dengan peringkat *option* (pilihan) sebagai berikut :

- a. Jawaban A diberi skor 5
- b. Jawaban B diberi skor 4
- c. Jawaban C diberi skor 3
- d. Jawaban D diberi skor 2
- e. Jawaban E diberi skor 1

4. Penyusunan Tabel (Tabulasi)

Tabulasi merupakan proses peringkasan data dan menampilkannya dalam bentuk yang lebih rapi untuk kepentingan analisis lebih lanjut. Tabulasi merupakan yang harus dipertimbangkan sejak awal dalam urutan penelitian. Dalam prosesnya, tabulasi dapat dilakukan secara manual maupun dengan komputer.

5. *Processing*

a. Uji Kualitas Data

1) Uji Validitas

Suatu instrumen baru dapat dipergunakan dalam penelitian apabila telah dinyatakan valid. Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh

mana instrumen mampu mengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan cara menguji validitas yaitu dengan mengukur korelasi antara butir-butir pernyataan dengan skor pertanyaan secara keseluruhan.²⁵

Pengukuran validitas faktor ini dengan cara mengkorelasikan antar skor faktor (penjumlahan item dalam satu faktor) dengan skor total faktor (total keseluruhan faktor). Sedangkan pada pengukuran validitas item dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Untuk mengetahui valid tidaknya butir item menggunakan teknik untuk menganalisis hubungan kualitas (X_1) dan citra merek (X_2) dengan keputusan pembelian (Y) dengan teknik analisa korelasi pearson product moment :²⁶

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson product moment*

x = Skor setiap pertanyaan atau item

y = Skor total

n = Jumlah responden

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05.

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

²⁵Prabu Budi Santoso dan Ashari, "Analisis dengan Microsoft Excel dan SPSS", (Yogyakarta: Andi, 2005), 247-248

²⁶Agus Irianto, "Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya" , (Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007), 136.

1. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) atau $r \text{ hitung}$ negatif, maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reliabilitas dibantu dengan menggunakan koefisien *croanbach alpha*.²⁷ Untuk menghitung reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS *for windows* 21. Kriteria yang digunakan untuk menafsirkan hasil uji reliabilitas, adalah :²⁸

- 1) Jika nilai $\alpha > 0,90$ maka reliabilitas sempurna.
- 2) Jika nilai α antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi.
- 3) Jika α 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat.
- 4) Jika $\alpha < 0,50$ maka reliabilitas rendah. Jika α rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel

b. Uji Asumsi Klasik

Pengujian persyaratan analisis digunakan sebagai persyaratan dalam penggunaan model analisis regresi linier berganda. Suatu model regresi harus

²⁷Husein Umar, “Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis” (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999), 135

²⁸Imam Ghazali, “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS “(Semarang: UNDIP, 2005, 129.

dipenuhi syarat-syarat bahwa data berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Jika tidak ditemukan permasalahan maka dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis regresi.

Dalam regresi linier, untuk memastikan agar model tersebut BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) dilakukan pengujian sebagai berikut:

1) Uji Normalitas Data

Pada penelitian ini menggunakan regresi berganda, maka asumsi yang digunakan adalah uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah sampel penelitian merupakan jenis distribusi normal, maka digunakan pengujian menggunakan data deskriptif, menghitung nilai *kurtosis*, *skweness* dan *Kolmogorov Smirnov Goodnes of Fit Test*, grafik distribusi normal terhadap model yang diuji.²⁹

Dasar pengambilan keputusan untuk mendekati kenormalan adalah jika nilai dan median sama maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Cara melihat data terdistribusi normal dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya dengan melihat nilai skewnes ataupun nilai kurtosis. Pada data yang terdistribusi normal memiliki skewnesnya 0 (nol) ataupun memiliki nilai = 3 untuk nilai kurtosisnya.³⁰

²⁹ Dwi Priyatno, "Belajar Praktis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS & Prediksi Pertanyaan Pendaratan Skripsi dan Tesis", (Yogyakarta: Gava Media, 2012), 60.

³⁰ Zuraidah, "Statistik Deskriptif", (Kediri: STAIN Press 2012), 244.

2) Multikoleniaritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.³¹ Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak *orthogonal* (variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol).

Cara mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- b) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen memiliki korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka terdapat indikasi adanya multikolonieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolonieritas yang disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
- c) Multikolonieritas dapat juga dilihat dari: (1) Nilai *tolerance* dan lawannya; (2) *Variance inflation factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan

³¹Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS", (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), 89.

oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen (terikat) dan diregresikan terhadap variabel independen lainnya.

Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai *VIF* yang tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* < 10 atau sama dengan nilai *VIF* > 10.³²

3) Uji Heteroskedastisitas

Dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.³³ Homoskedastisitas adalah model regresi yang baik dan tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar).

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini dengan cara melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID.

Deteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan

³²Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS", (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), 92.

³³Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS", (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), 125.

melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED. Dengan keterangan yang mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*. Dasar Analisis:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Menurut Priyatno, uji autokorelasi merupakan suatu hubungan yang terjadi diantara residual dari pengamatan satu dengan pengamatan yang lainnya. Uji ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Untuk mendeteksi ada atau tidak autokorelasi, dalam penelitian ini digunakan metode lagrange multiplier (LM test) dengan menggunakan SPSS.

c. Analisis Regresi Berganda

1) Persamaan Regresi Linier Berganda

Untuk menguji hipotesis tentang kekuatan variabel independen terhadap variabel dependen, dalam penelitian menggunakan analisis regresi berganda dengan persamaan kuadrat terkecil (OLS) dengan model dasar :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keputusan Pembelian = $a + b_1$ kualitas produk + b_2 Citra Merek

Keterangan :

Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X_1 dan X_2 = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

2) Uji Determinasi (*Adjusted R²*) Berganda

Koefisien determinasi (*Adjusted R²*) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 sebesar 1, berarti pengaruh variabel dependen seluruhnya dapat dijelaskan oleh variabel independen dan tidak ada faktor lain yang menyebabkan pengaruh variabel dependen. Jika nilai *Adjusted R²* berkisar antara 0 sampai dengan 1, berarti semakin kuat kemampuan variabel independen dapat menjelaskan pengaruh variabel dependen.³⁴

d. Pengujian Hipotesis

1) Uji F

Dalam pengujian ini, memiliki suatu tujuan untuk membuktikan apakah dalam variabel-variabel independen (X) secara simultan (bersama-sama) memiliki suatu pengaruh terhadap variabel dependen (Y).

³⁵Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti

³⁴Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS", (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), 87.

³⁵Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS", (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), 88.

variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05. jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka secara bersama-sama seluruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Selain menggunakan itu, dapat juga dengan melihat nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas lebih kecil daripada 0,05 (untuk tingkat signifikansi = 0,05), maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai probabilitas lebih besar daripada 0,05 maka variabel independen secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kemudian akan diketahui apakah hipotesis dalam penelitian ini secara simultan ditolak atau diterima, adapun bentuk hipotesis secara simultan adalah:

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$; citra merek dan kualitas produk secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq 0$; citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2) Uji t

Untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial (individual) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel individu independen secara individu dalam

menerangkan variabel dependen.³⁶ Uji t digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen bersifat menentukan (*significant*) atau tidak.³⁷

Penelitian ini menggunakan uji signifikan dua arah (*two tailed test*), yaitu suatu uji yang mempunyai dua daerah penolakan H_0 yaitu terletak di ujung sebelah kanan dan kiri. Dalam pengujian dua arah, digunakan untuk tanda sama dengan ($=$) pada hipotesis nol dan tanda tidak sama dengan (\neq) pada hipotesis alternatif. Tanda ($=$) dan (\neq) ini tidak menunjukkan satu arah, sehingga pengujian dilakukan untuk dua arah.³⁸

Kriteria dalam uji parsial (Uji t) dapat dilihat sebagai berikut:

Uji Hipotesis dengan membandingkan thitung dengan ttabel

- a) Apabila $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Hipotesis berdasarkan Signifikansi

- a) Jika angka sig. $> 0,05$, maka H_0 diterima
- b) Jika angka sig. $< 0,05$, maka H_0 ditolak

³⁶Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS", (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009), 88.

³⁷Singgih Santoso, "Total Quality Management (TQM) dan Six Sigma", (Jakarta : PT Elex Media Komputindo, 2007), 168.

³⁸Purwanto, "Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan", (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2008), 88.