

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Tempat Penelitian**

##### **1. Waktu penelitian**

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu enam bulan yaitu dari bulan Januari sampai dengan bulan Juli 2021. Dilansir dari web resmi Uniqlo mereka aktif dalam mengeluarkan koleksi-koleksi kolaborasi dengan *Public Figure, Designer*, penyanyi, dan masih banyak lagi dalam kurun waktu tersebut. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk memilih Uniqlo sebagai bahan penelitian.

##### **2. Tempat penelitian**

Penelitian ini dilakukan di daerah Jakarta dikarenakan mayoritas jumlah lokasi toko Uniqlo paling banyak terdapat di Jakarta. Oleh sebab itu, peneliti memutuskan tempat penelitian berada di daerah Jakarta.

#### **3.2 Desain Penelitian**

Siyoto & Sodik (2015, p. 99) dalam bukunya Dasar Metodologi Penelitian menyatakan bahwa, metode penelitian merupakan teknik atau langkah-langkah dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Metode penelitian ini terbagi menjadi dua bagian yaitu, penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data, serta penampilan dari hasilnya agar lebih akurat untuk menguji suatu hipotesis yang sudah disebutkan sebelumnya

dengan tujuan mengembangkan prinsip-prinsip umum (Duli, 2019, p. 3; Siyoto & Sodik, 2015, p. 17).

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah sekelompok individu, kejadian, atau benda yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan sebagai obyek maupun subyek penelitian (Morrison, 2012; Suryani & Hendriyadi, 2016). Subyek dalam istilah ini yang akan dijadikan sebagai sumber informasi atau data. Sedangkan, obyek dalam istilah ini merujuk pada suatu benda yang akan dipelajari, yang nantinya memerlukan media untuk mengkajinya (Tarjo, 2019). Menggunakan populasi pada penelitian bertujuan untuk menyebutkan keseluruhan anggota atau elemen dari suatu wilayah yang menjadi obyek penelitian atau keseluruhan dari obyek penelitian itu sendiri (Juliansyah Noor, 2016).

Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat Jakarta yang memiliki keputusan untuk membeli produk Uniqlo. Merujuk pada survei awal yang sudah dilakukan oleh peneliti, sebagian besar konsumen memiliki keputusan untuk membeli produk Uniqlo didasarkan pada kualitas produk dan citra merek perusahaan selama enam bulan terakhir. Oleh sebab itu, peneliti melakukan penelitian ini untuk mendapatkan keakuratan terpaat data yang akan diambil.

#### **2. Sampel**

Sampel adalah sejumlah anggota bagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti, dimana hasil penelitiannya digunakan sebagai

representasi atau perwakilan dari populasi secara keseluruhan (Juliansyah Noor, 2016; Morrison, 2012; Suryani & Hendriyadi, 2016). Sedangkan menurut Tarjo (2019) sampel dapat dikatakan juga sebagai bagian kecil dari populasi yang diambil berdasarkan prosedur atau ketentuan tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.

Dalam pengambilan sampel, terdapat dua metodologi yang dipakai yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metodologi *non-probability sampling*, dimana *non-probability sampling* adalah kemungkinan suatu objek yang dipilih tidak diketahui dan menghasilkan bias seleksi dalam penelitian. Pengambilan sampel yang sering digunakan dalam metodologi ini yaitu *convenience/purposive sampling*, *quota sampling*, *snowball sampling*, dll (Acharya et al., 2013).

Hair et al. (1998) dalam Tobagus (2018) menyatakan bahwa jumlah sampel yang dapat diuji validasinya adalah sebesar 150-200 atau 15 sampai 20 kali dari jumlah variabel pada penelitian. Sampel pada penelitian ini yaitu konsumen yang pernah ataupun memiliki keputusan untuk membeli produk Uniqlo di Jakarta selama enam bulan terakhir pada rentang usia 8 sampai 39 tahun. Dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel yang diambil yaitu berkisar antara 60-200 responden yang ingin dan sudah melakukan transaksi di Uniqlo Jakarta.

### 3.4 Pengembangan Instrumen

Variabel dependen sering disebut variabel terikat atau variabel terpengaruh (Duli, 2019). Dalam sebuah penelitian, variabel dependen merupakan variabel yang menjadi perhatian utama karena variabel dependen bergantung pada variabel lain yaitu variabel independent atau variabel bebas (Duli, 2019; Yulianti, 2016). Menurut Irmawartini (2017), variabel dependen juga bisa disebut variabel terpengaruh karena variabel dependen merupakan hasil dari pengaruh variabel bebas, dimana jika ada peningkatan dalam variabel independen akan terjadi kemungkinan suatu peningkatan atau penurunan dalam variabel dependen.

Dalam penelitian ini diketahui bahwa variabel dependennya adalah Keputusan Pembelian. Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan yang terlibat secara langsung dalam memperoleh dan mempergunakan barang yang ditawarkan (Deisy et al., 2018).

Menurut Situmorang dan Yulianti (2010; 2016), variabel independent atau bisa juga disebut variabel bebas merupakan variabel yang diduga menjadi penyebab atas beberapa perubahan pada variabel dependen karena mempunyai hubungan positif maupun negatif bagi variabel dependen. Dalam penelitian ini diketahui variabel independennya yaitu Kualitas Produk dan Citra Merek.

#### 1. Kualitas produk ( $X_1$ )

##### a. Definisi konseptual

Kualitas produk adalah sebuah kemampuan produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

***b. Definisi operasional***

Terdapat beberapa instrumen pada variabel kualitas produk, instrumen ini disajikan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir indikator yang akan diuji. Berikut delapan indikator yang dapat mengukur variabel keputusan pembelian yaitu Produk Uniqlo sesuai dengan selera Saya, Kualitas produk Uniqlo memuaskan Saya, Produk Uniqlo awet dalam pemakaian, Produk Uniqlo nyaman ketika dipakai, Produk Uniqlo memiliki pilihan warna yang beragam, Produk Uniqlo memiliki desain yang menarik, Produk Uniqlo memiliki variasi warna menarik dan berbeda dari yang lain, Uniqlo memiliki logo yang dapat menarik konsumen untuk membeli.

***c. Kisi-kisi instrumen kualitas produk***

Keputusan pembelian diukur oleh variabel kualitas produk yang diujicobakan. Terdapat informasi per butir dalam instrumen yang dimasukkan setelah melakukan uji validitas dan uji reabilitas. Instrumen tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut.

**Tabel 3. 1 Kisi-kisi instrumen kualitas produk**

No	Indikator Asli	Item
1	Kesesuaian konsumen	Produk Uniqlo sesuai dengan selera Saya
2	Standar kualitas produk	Kualitas produk Uniqlo memuaskan Saya
3	Daya tahan produk	Produk Uniqlo awet dalam pemakaian
4	Kenyamanan saat mengonsumsi	Produk Uniqlo nyaman ketika dipakai
5	Warna pilihan beragam	Produk Uniqlo memiliki pilihan warna yang beragam

6	Desain estetis	Produk Uniqlo memiliki desain yang menarik
7	Varian warna menarik	Produk Uniqlo memiliki variasi warna menarik dan berbeda dari yang lain
8	Logo merek menarik	Uniqlo memiliki logo yang dapat menarik konsumen untuk membeli

Sumber: Fatmawati & Soliha, Waluya et al., Wulandari & Iskandar (2017; 2019; 2018)

Dalam pengisiannya, responden dapat memilih satu dari delapan pernyataan indikator yang ada. Peneliti menggunakan skala pengukuran yang disebut dengan skala *Likert* dimana skala tersebut dapat mewakili nilai dari pernyataan indikator yang ada. Berikut adalah tabel skala *Likert*.

**Tabel 3. 2 Skala Likert**

Kriteria jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sukmadinata Syaodih (2006)

#### **d. Validitas instrumen kualitas produk**

Penyusunan instrumen dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan skala *Likert* yang mengacu pada indikator variabel kualitas produk adalah proses untuk mengawali pengambilan instrumen kualitas produk. Variabel kualitas produk diukur dengan menggunakan konsep instrument yang disebutkan pada Tabel 3.1, lalu konsep tersebut dikonsultasikan dengan dosen pembimbing. Setelah konsep tersebut disetujui, maka tahapan berikutnya yaitu melakukan uji coba instrumen

pada 30 responden yang memenuhi kriteria populasinya dan pernah melakukan pembelian atau memiliki keputusan pembelian pada produk Uniqlo.

Hasil uji coba instrumen tersebut dianalisis agar dapat memproses data untuk dilihat validitas datanya. Menurut Hidayat (2021) rumus validitas adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{N \times \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \times \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{N \times \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

$\sum xy$  : Koefisien korelasi antara skor butir dan skor total

$N$  : Jumlah subyek penelitian

$\sum x$  : Jumlah skor butir

$\sum y$  : Jumlah skor total

$\sum xy$  : Jumlah perkalian antara skor butir dengan skor total

$\sum x^2$  : Jumlah kuadrat skor butir

$\sum y^2$  : Jumlah kuadrat skor total

Batas minimum dari pernyataan yang diterima memiliki standar dengan ketentuan  $r_{tabel} = 0,361$ . Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan instrumen valid. Namun, apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan instrument tidak valid, kemudian butir pernyataan tersebut tidak dapat digunakan kembali dan harus di-*drop*. Dari hasil perhitungan yang diperoleh data valid kualitas produk terdapat delapan butir atau semua instrumen.

**e. Reliabilitas instrumen kualitas produk**

Butir pernyataan yang sebelumnya dianggap valid dan telah dihitung varian butir serta varian totalnya dapat menghitung kereliabelannya menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ). Dr. Sumardi (2020) menyatakan rumus untuk menguji reliabilitas, yaitu:

$$r_{nn'} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{nn'}$  : Reliabilitas

k : Banyaknya butir pernyataan

$\sum \sigma_i^2$  : Jumlah varians butir pernyataan

$\sigma_t^2$  : Varians total

Penghitungan varians butir pernyataan, dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_i^2 = \sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{N}$$

Sedangkan, penghitungan pada varians total dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum x_t^2 - \frac{(\sum x_t)^2}{N}}{N}$$

Dari perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti maka diperoleh hasil Cronbach's Alpha sebesar 0,698. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk dinyatakan reliabel dengan delapan instrumen didalamnya.

## 2. Citra merek (X<sub>2</sub>)

### a. *Defisini konseptual*

Citra merek merupakan gambaran konsumen tentang suatu merek berdasarkan memori akan suatu produk, sebagai dampak dari apa yang dirasakan oleh konsumen akan merek tersebut.

### b. *Definisi operasional*

Terdapat beberapa instrumen pada variabel kualitas produk, instrumen ini disajikan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir indikator yang akan diuji. Berikut empat indikator yang dapat mengukur variabel keputusan pembelian yaitu Uniqlo memiliki merek yang kuat di benak Saya, Uniqlo memiliki ciri khas pada logonya, Saya familiar dengan Uniqlo, Saya merasa tertarik setelah mendengar kata atau merek Uniqlo.

### c. *Kisi-kisi instrumen citra merek*

Keputusan pembelian diukur oleh variabel citra merek yang diujicobakan. Terdapat informasi per butir dalam instrumen yang dimasukkan setelah melakukan uji validitas dan uji reabilitas. Instrumen tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut.

**Tabel 3. 3 Kisi-kisi instrumen citra merek**

No	Indikator Asli	Item
1	Reputasi	Uniqlo memiliki merek yang kuat di benak konsumen
2	Atribut	Uniqlo memiliki ciri khas pada logonya
3	Merek mudah dikenali	Konsumen familiar dengan Uniqlo
4	Afinitas	Konsumen merasa tertarik setelah mendengar kata atau merek Uniqlo

Sumber: Fatmawati & Soliha, Soegoto, Wulandari & Iskandar (2017; 2018; 2018)

Dalam pengisiannya, responden dapat memilih satu dari empat pernyataan indikator yang ada. Peneliti menggunakan skala pengukuran yang disebut dengan skala *Likert* dimana skala tersebut dapat mewakili nilai dari pernyataan indikator yang ada. Berikut adalah tabel skala *Likert*.

**Tabel 3. 4 Skala Likert**

Kriteria jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sukmadinata Syaodih (2006)

**d. *Validitas instrumen citra merek***

Penyusunan instrumen dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan skala *Likert* yang mengacu pada indikator variabel kualitas produk adalah proses untuk mengawali pengambilan instrumen kualitas produk. Variabel kualitas produk diukur dengan menggunakan konsep instrument yang disebutkan pada Tabel 3.3, lalu konsep tersebut dikonsultasikan dengan dosen pembimbing. Setelah konsep tersebut disetujui, maka tahapan berikutnya yaitu melakukan uji coba instrumen pada 30 responden yang memenuhi kriteria populasinya dan pernah melakukan pembelian atau memiliki keputusan pembelian pada produk Uniqlo.

Hasil uji coba instrumen tersebut dianalisis agar dapat memproses data untuk dilihat validitas datanya. Menurut Hidayat (2021) rumus validitas adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{N \times \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \times \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{N \times \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

$xy$  : Koefisien korelasi antara skor butir dan skor total

$N$  : Jumlah subyek penelitian

$\sum x$  : Jumlah skor butir

$\sum y$  : Jumlah skor total

$\sum xy$  : Jumlah perkalian antara skor butir dengan skor total

$\sum x^2$  : Jumlah kuadrat skor butir

$\sum y^2$  : Jumlah kuadrat skor total

Batas minimum dari pernyataan yang diterima memiliki standar dengan ketentuan  $r_{tabel} = 0,361$ . Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan instrumen valid. Namun, apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan instrumen tidak valid, kemudian butir pernyataan tersebut tidak dapat digunakan kembali dan harus di-*drop*. Dari hasil perhitungan yang diperoleh data valid kualitas produk terdapat empat butir atau semua instrumen.

**e. Reliabilitas instrumen citra merek**

Butir pernyataan yang sebelumnya dianggap valid dan telah dihitung varian butir serta varian totalnya dapat menghitung kereliabelannya

menggunakan rumus Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ). Dr. Sumardi (2020) menyatakan rumus untuk menguji reliabilitas, yaitu:

$$r_{nn'} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{nn'}$  : Reliabilitas

$k$  : Banyaknya butir pernyataan

$\sum \sigma_i^2$  : Jumlah varians butir pernyataan

$\sigma_t^2$  : Varians total

Penghitungan varians butir pernyataan, dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_i^2 = \sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{N}$$

Sedangkan, penghitungan pada varians total dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum x_t^2 - \frac{(\sum x_t)^2}{N}}{N}$$

Dari perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti maka diperoleh hasil Cronbach's Alpha sebesar 0,727. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk dinyatakan reliabel dengan empat instrumen didalamnya.

### 3. Keputusan pembelian (Y)

#### a. *Definisi konseptual*

Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan yang terlibat secara langsung dalam memperoleh dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

#### b. *Definisi operasional*

Terdapat beberapa instrumen pada variabel kualitas produk, instrumen ini disajikan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir indikator yang akan diuji. Berikut delapan indikator yang dapat mengukur variabel keputusan pembelian yaitu Uniqlo dapat memenuhi kebutuhan konsumen pada setiap produknya, Uniqlo dapat diandalkan dalam sebuah pemecah masalah pada kebutuhan yang dirasakan, Saya tidak ragu ketika membeli produk Uniqlo, Saya dapat dengan mudah memperoleh informasi yang dibutuhkan tentang produk Uniqlo, Saya mendapat ajakan orang lain untuk membeli produk Uniqlo, Uniqlo selalu menjadi pilihan ketika Saya ingin melakukan pembelian, Saya dapat membeli produk Uniqlo lebih dari satu karena kualitas dan pengaruh citra mereknya, Saya merasa puas pada metode pembayaran di Uniqlo yang lengkap.

#### c. *Kisi-kisi instrument keputusan pembelian*

Keputusan pembelian diukur oleh variabel citra merek yang diujicobakan. Terdapat informasi per butir dalam instrumen yang dimasukkan setelah melakukan uji validitas dan uji reabilitas. Instrumen tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut.

**Tabel 3. 5 Kisi-kisi instrumen keputusan pembelian**

No	Indikator Asli	Item
1	Pengenalan kebutuhan	Uniqlo dapat memenuhi kebutuhan Saya pada setiap produknya
2	Evaluasi alternatif	Uniqlo dapat diandalkan dalam sebuah pemecah masalah pada kebutuhan yang dirasakan
3	Merek yang terkenal	Saya tidak ragu ketika membeli produk Uniqlo
4	Pencarian informasi	Saya dapat dengan mudah memperoleh informasi yang dibutuhkan tentang produk Uniqlo
5	Rekomendasi membeli	Saya mendapat ajakan orang lain untuk membeli produk Uniqlo
6	Waktu membeli	Uniqlo selalu menjadi pilihan ketika Saya ingin melakukan pembelian
7	Jumlah pembelian	Saya dapat membeli produk Uniqlo lebih dari satu karena kualitas dan pengaruh citra mereknya.
8	Metode pembayaran	Saya merasa puas pada metode pembayaran di Uniqlo yang lengkap

Sumber: Ernawati, Lubis, Rizan et al. (2019; 2018; 2015)

Dalam pengisiannya, responden dapat memilih satu dari delapan pernyataan indikator yang ada. Peneliti menggunakan skala pengukuran yang disebut dengan skala *Likert* dimana skala tersebut dapat mewakili nilai dari pernyataan indikator yang ada. Berikut adalah tabel skala *Likert*.

**Tabel 3. 6 Skala Likert**

Kriteria jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sukmadinata Syaodih (2006)

**d. Validitas instrumen keputusan pembelian**

Penyusunan instrumen dalam bentuk kuesioner dengan menggunakan skala *Likert* yang mengacu pada indikator variabel kualitas produk adalah proses untuk mengawali pengambilan instrumen kualitas produk. Variabel kualitas produk diukur dengan menggunakan konsep instrument yang disebutkan pada Tabel 3.5, lalu konsep tersebut dikonsultasikan dengan dosen pembimbing. Setelah konsep tersebut disetujui, maka tahapan berikutnya yaitu melakukan uji coba instrumen pada 30 responden yang memenuhi kriteria populasinya dan pernah melakukan pembelian atau memiliki keputusan pembelian pada produk Uniqlo.

Hasil uji coba instrumen tersebut dianalisis agar dapat memproses data untuk dilihat validitas datanya. Menurut Hidayat (2021) rumus validitas adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{N \times \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \times \sum x^2 - (\sum x)^2\}\{N \times \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

$\sum xy$  : Koefisien korelasi antara skor butir dan skor total

$N$  : Jumlah subyek penelitian

$\sum x$  : Jumlah skor butir

$\sum y$  : Jumlah skor total

$\sum xy$  : Jumlah perkalian antara skor butir dengan skor total

$\sum x^2$  : Jumlah kuadrat skor butir

$\sum y^2$  : Jumlah kuadrat skor total

Batas minimum dari pernyataan yang diterima memiliki standar dengan ketentuan  $r_{tabel} = 0,361$ . Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan instrumen valid. Namun, apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan instrument tidak valid, kemudian butir pernyataan tersebut tidak dapat digunakan kembali dan harus di-*drop*. Dari hasil perhitungan yang diperoleh data valid kualitas produk terdapat delapan butir atau semua instrumen.

**e. *Realiabilitas instrumen keputusan pembelian***

Butir pernyataan yang sebelumnya dianggap valid dan telah dihitung varian butir serta varian totalnya dapat menghitung kereliabelannya menggunakan rumus Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ). Dr. Sumardi (2020) menyatakan rumus untuk menguji reliabilitas, yaitu:

$$r_{nnr} = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum\sigma_i^2}{\sigma_i^2}\right)$$

Keterangan:

$r_{nnr}$  : Reliabilitas

$k$  : Banyaknya butir pernyataan

$\sum\sigma_i^2$  : Jumlah varians butir pernyataan

$\sigma_i^2$  : Varians total

Penghitungan varians butir pernyataan, dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_i^2 = \sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{N}$$

Sedangkan, penghitungan pada varians total dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum x_t^2 - \frac{\sum x_t}{N}}{N}$$

Dari perhitungan yang telah dilakukan oleh peneliti maka diperoleh hasil Cronbach's Alpha sebesar 0,831. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel kualitas produk dinyatakan reliabel dengan empat instrumen didalamnya.

### 3.1 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pengumpulan data dengan metode survei dan dilakukan secara daring memakai *google form*. Menurut Umar (2002), metode survei digunakan untuk memperoleh fakta tentang gejala atau permasalahan yang timbul dan juga sebagai perbandingan kondisi yang ada dengan kriteria yang sudah ditentukan. Peneliti memilih metode survei sebagai teknik pengumpulan data yaitu karena metode survei mewakili fakta secara akurat dan faktual dari suatu fenomena.

### 3.2 Teknik Analisis Data

#### 1. Uji persyaratan analisis

##### A. Uji normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak. Normalitas data merupakan syarat pokok yang harus dipenuhi dalam analisis parametrik (Rochmat Aldy Purnomo & S, 2016). Uji normalitas dilakukan untuk menguji data pada model regresi, suatu variabel independen dan

variabel dependen datanya terdistribusi normal atau tidak. Jika data tersebut tidak terdistribusi normal maka harus menggunakan analisis non-parametrik, sedangkan apabila data tersebut terjadi hal yang sebaliknya yaitu terdistribusi dengan normal maka bisa dilanjutkan dengan analisis parametrik.

Data yang terdistribusi normal memiliki ketentuan yaitu  $p$  value > nilai signifikansi ( $\alpha=0,05$ ). Oleh karena itu, apabila  $p < \alpha$  maka data tersebut tidak terdistribusi dengan normal. Pengujian data tersebut menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* karena sampel yang digunakan didalam penelitian >50 responden (Hulu & Sinaga, 2019).

#### **B. Uji linearitas**

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui kelinearan suatu data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi *Pearson* atau regresi linear. Pengujian data ini menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi kurang dari 0,05 (Rochmat Aldy Purnomo & S, 2016).

- 1)  $H_o$  : artinya data tidak linear
- 2) Jika signifikansi > 0,05, maka  $H_o$  diterima artinya data tidak linear

#### **2. Persamaan regresi linear sederhana**

Regresi linear sederhana merupakan metode statistik yang menjelaskan mengenai hubungan antar dua variabel yaitu variabel Y yang berubah sehubungan dengan besarnya intervensi dari variabel X (Kurniawan, 2016).

Adapun perhitungannya yaitu sebagai berikut:

$$\hat{Y}=a+bX$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  : variabel terikat

X : variabel bebas pertama

a : konstanta (nilai Y apabila X=0)

b : koefisiensi regresi variabel bebas

### 3. Uji signifikansi parsial (Uji t)

Menurut Seran (2020), uji statistik atau disebut juga uji parsial digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan antara tiap variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), dimana yang akan diuji adalah nilai parameter dari masing-masing variabel independen (X) dengan tingkat signifikansi  $\alpha$  (0,05) dari  $dk=n-2$  diperoleh nilai  $t_{tabel}$ . Dengan ketentuan, jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan nilai  $t_{tabel}$ , maka terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel dependen (Y) sehingga hipotesis kerja ( $H_k$ ) diterima, apabila terjadi hal yang sebaliknya maka  $H_k$  ditolak  $H_o$  diterima.

### 4. Analisis korelasi *Pearson*

Analisis korelasi *Pearson* adalah metode yang digunakan untuk mengukur seberapa kuat/erat hubungan antar dua variabel kuantitatif. Analisis ini mengukur kekuatan asosiasi dan arah hubungan antar variabel yang dinyatakan dalam ukuran numerik yang disebut sebagai koefisien *pearson* ( $\rho$  - populasi,  $r$  - sampel). Nilai koefisien *pearson* berkisar antara -1 hingga +1. Apabila  $r$  semakin mendekati -1 atau +1 maka menunjukkan eratnya hubungan antar variabel. Tanda positif dan negatif untuk

menunjukkan arah hubungan antar variabel tersebut. Berikut adalah tabel koefisien *pearson* (Lusiana & Mahmudi, 2020).

**Tabel 3. 7 Tabel koefisien korelasi pearson**

Koefisien Korelasi		Keterangan
0	0	Tidak ada
0,1-0,2	(-0,1)-(-0,2)	Lemah
0,3-0,5	(-0,3)-(-0,5)	Cukup lemah
0,6-0,7	(-0,6)-(-0,7)	Cukup kuat
0,8-0,9	(-0,8)-(-0,9)	Sangat kuat
1	-1	Sempurna

Sumber: Lusiana & Mahmudi (2020)

### 5. Perhitungan koefisien determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah suatu ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan ragam (variasi) naik turunnya variabel Y yang diterangkan oleh pengaruh variabel X. bila nilai koefisien determinasi sama dengan satu, berarti garis regresi yang terbentuk cocok secara sempurna (Siagian, 2000). Apabila dirumuskan, nilai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

$R^2$  : koefisien determinasi

$\sum(Y-Y')^2$  : jumlah selisih antara variabel terikat dengan garis regresi

$\Sigma(Y-\bar{Y})^2$  : jumlah selisih antara variabel terikat dengan rata-rata variabel terikat

