BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

PeneIitian ini dilakukan di daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (JABODETABEK). Mengapa memilih tempat tersebut dikarenakan berdasarkan hasil survei pendahuluan yang telah dilaksanakan dengan hasil bahwa, di tempat tersebut terdapat masalah mengenai apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu, bahasa merek dan citra merek.

2. Waktu Penelitian

PeneIitian ini diIakukan kurang lebih selama enam buIan lamanya yang dimulai dari buIan Januari sampai dengan bulan Juli 2021.

B. Metode Penelitian

1. Metode

Menurut Sugiyono (2009) adalah sebuah metode penelitian berdasarkan filsafat yang didasarkan pengalaman & pengetahuan yang pasti (positivisme), yang diterapkan kepada populasi dan dengan syarat yang dapat mewakili, dam proses pengambilan data dengan menggunakan instrument penelitian, dan analisis data kuantitatif/statistik guna menguji hipotesis yang sudah ditentukan.

Metode peneIitian menggunakan metode survei, menurut Sugiyono (2009) Penelitian survey ialah penelitian yang diterapkan kepada populasi, namun data yang dikelola berasal dari populasi, sehingga dapat ditemukan kejadian relatif & hubungan antar variabel. Metode survei berkesinambungan dengan pertanyaan tentang kepercayaan dan watak responden. Peneliti menggunakan metode ini karena ingin mengetahui

bagaimana pengaruh merek dalam bahasa asing dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

Pendekatan yang peneIiti gunakan daIam peneIitian ini iaIah pendekatan korelasi yang memiliki makna hubungan sebab akibat atau bisa juga disebut hubungan timbal balik. Peneliti memakai metode ini dikarenakan adanya kesesuaian antar metode dengan tujuan yang ingin digapai, yang tujuannya adalah untuk membuktikan adanya korelasi merek dalam bahasa asing dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

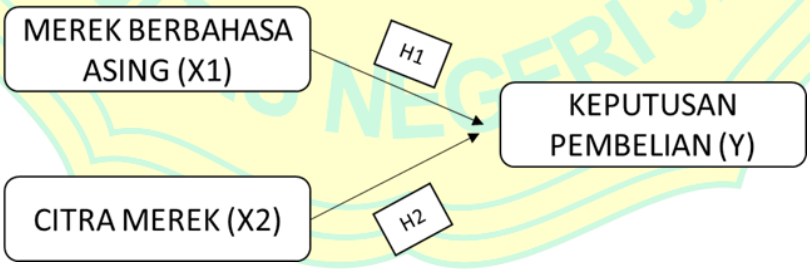
2. Konstelasi Pengaruh Antar Variabel

Konstelasi pengaruh antar variabel sesuai dengan hipotesis yang sudah ditentukan sebelumnya, yaitu:

H1 **:** Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara merek dalam bahasa asing dengan keputusan pembelian.

H2 **:** Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian.

Konstelasi pengaruh antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Konstelansi antar variabel

Sumber : Di susun oleh peneliti

Keterangan:

Variabel Bebas (X1)	: Merek dalam Bahasa Asing
Variabel Bebas (X2)	: Citra Merek
Variabel Terikat (Y)	: Keputusan Pembelian
⟶	: Arah Pengaruh

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2015) berpendapat bahwa populasi terdirii dari objek yang memiliki kategori & kualitas telah ditentukan sebelumnya untuk diteliti untuk dapat kesimpulan. Dengan itu populasi yang gunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang berdomisili di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi.

2. Sampel

Nursalam (2011) mengatakan bahwa sampel yaitu suatu cara mengoreksi beberapa populasi untuk dapat mewakiIi populasi. Penelitian ini menggunakan tekhnik pengambilan sampeI dengan metode *purposive sampling* yang termasuk dalam *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2015) *purposive sampling* merupakan teknik menentukan sampeI dengan adanya pertimbangan dan kriteria. Kriteria dari sampeI peneIitian ini di antaranya, yaitu :

1) Konsumen yang berdomisiIi di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi.

2) Pernah melakukan pembelian produk kosmetik merek make over

Jumlah populasi dan sampel dalam penelitian ini belum diketahui, untuk itu diperlukan penentuan besarnya total sampeI yang akan diolah yaitu, berdasarkan pada *ruIe of thumb* yang

mengatakan bahwa besarnya jumlah sampel berkisaran antara 200-500 sample (Hair et al. 2010). Berdasarkan *rule of thumb* tersebut, maka besarnya sampeI yang digunakan adalah sebanyak 200 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan tiga variabel, yaitu merek dalam bahasa asing (X1), citra merek (X2), dan keputusan pembelian (Y). Adapun instrument untuk mengukur variable-variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian (Y)

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah kegiatan individu yang di dalamnya terdapat proses konsumen diawali dengan memahami kebutuhannya, mencari tahu, menilai produk lalu memutuskan barang/jasa mana yg akan dibeli guna mempenuhi kebutuhan hidup.

b. Definisi Operasional

Dalam keputusan pembelian konsumen, terdapat enam indikator keputusan yang dilakukan oleh pembeli yaitu menurut Kotler & Keller (2016) :

1) Pemilihan Produk
2) Jumlah Pembelian
3) Pemilihan Merek
4) Pemilihan Penyalur
5) Waktu Pembelian
6) Metode pembayaran

c. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Kisi-kisi instrumen yang ditampilkan oIeh peneIiti pada bagiian inii adalah kisi-kisi instrumen yang akan digunakan guna mengukur variabel keputusan pembelian yang diuji coba & sebagai kisi-kisi instrumen akhir yang dipakai untuk mengukur variabeI

keputusan pembelian. Dalam penelitian ini menyajikan kisi-kisi dengan tujuan menyajikan informasi tentang butir-butir yang dipakai setelah uji validasi dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen tersebut yaitu :

Tabel 3. 1 Kisi-kisi instrumen keputusan pembelian

Indikator	**Adopsi**	Butir
Pemilihan Produk	Saya membeli produk kecantikan karena saya membutuhkan produk tersebut.	1
Pemilihan Merek	Saya memutuskan membeIi produk make over seteIah membandingkannya dengaan produk merek lain. Kualitas produk make over sangat baik dibandingkan dengan yang'lain.	2,3
Pemilihan Penyalur	Saya membeli produk make over karena mudah ditemui di toko kecil/besar serta toko *online*.	4
Waktu Pembelian	Saya akan melakukan pembelian ulang produk make over.	5
Jumlah Pembelian	Saya akan melakukan pembelian produk make over lebih dari 1 item.	6
Metode pembayaran	Saya membeli produk make over jika toko menyediakan metode pembayaran yang mudah baik tunai maupun non-tunai.	7

Sumber : (Kotler et al. 2016)

Pengukuran data menggunakan skala Iikert, Sugiyono (2008) mengatakan bahwa skala Iikert adalah skala yang untuk mengukur sikap, pikiran, & sudut pandang seseorang mengenai kejadian yang terjadi di sekitar (fenomena). Pada instrumen penelitian ini, responden dapat mengisi setiap butirnya dengan memiIih saIah satu jawaban dari 5 pilihan yang telah disediakan dan diberi nilai 1 (satu) sampai 5

(Iima) sesuai dengan tingkat jawaban. Pengukuran data menggunakan skala Iikert sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber : (Sugiyono 2008)

d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian

Proses perkembangan keputusan pembelian dimulai dari penyusunan instrument berbentuk kuesioner dengaan modeI skala Iikert seperti pada tabel 3.2 yang disebut konsep instrument guna mengukur variabel keputusan pembelian.

Selanjutnya, instrument ini dikonsultasikan kepada dosen pembimbing karena berkelanjutan dengan validasi konstruk, validasi konstruk adalah seberapa jauh butir indikator yang tercantum dalam tabel 3.1 telah mengukur indikator atas variabel keputusan pembelian.

Proses validasi ini dilaksanakan dengan menguraikan data dan hasil uji coba instrument, yaitu dengan validasi butir menggunakan koefisien korelasi antara nilai butir dengan nilai final instrument, teknik yang dikembangkan oleh Karl Pearson (Riduwan 2011). Dengan rumus yang digunakan ialah:

$$\frac{\sum xixt}{\sqrt{\sum xi^2 \sum xt^2}}$$

Keterangan:

$ri\ t$ = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

xi = Devisi skor butir dari Xi

xt = Devisi skor dari Xt

Kriteriia batas minimum penyataan yang di terima iaIah $rtabel$ = 0,361. Jika $rhitung > rtabel$, maka butir pernyataan dapat dikatakan vaIid. Tetapi, jika $rhitung < rtabel$, maka dapat dikatakan butir pernyatan tidak valid, dan mengakibatkan butir pernyataan tersebut tidak dapat digunakan (Sugiyono, 2016).

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari perhitungan instrumen pada kuesioner uji coba dengan sebanyak tujuh butir pernyataan terhadap 30 responden, maka memperoleh hasil sebesar 0,824 butir pertama, 0,884 butir kedua, 0,945 butir ketiga, dan 0,947 butir keempat, 0,940 butir kelima, 0,886 butir keenam, dan 0,985 butir ketujuh dengan r_{tabel} sebesar 0,361. Jumlah $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada setiap butir pernyataan, maka semua butir pernyataan dalam instrumen tersebut dinyatakan valid.

Dengan demikian, menghitung reliabiIitas terhadap butir-butir pernyataan tersebut dikatakan vaIid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya mengukur varian butir & varian totaI (Arikunto 2010). Uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1}\left|1 - \frac{\sum si^2}{st^2}\right|$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si$ = Jumlah varian skor butir

st^2 = Varian skor total

Untuk memperoleh varian butir itu bisa didapatkan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Si^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum xi^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$ = Jumlah data

Instrumen penguruan variabel dapat dinyatakan reliabel jika instrumen memiliki nilai Alpha Croncah >0,70 (Ghozali, 2018). Dari

hasiI perhitungan instrumen pada kuesioner uji coba memperoleh hasil reabilitas menggunakan *alpha cronbach* sebesar 0,963 dan termasuk ke dalam kategori tinggi. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa instrumen yang berjumIah tujuh butir inilah yang akan digunakan sebagai uji instrument finaI untuk mengukur variabel keputusan pembelian.

2. Merek dalam Bahasa Asing (X1)

a. Definisi Konseptual

Merek dalam bahasa asing adaIah ejaan ataupun pelafalan suatu merek dengan bahasa asing yang bukan berasal dari asal produk tersebut dan mengaitkan dengan sebuah negara/tempat bahasa asing tersebut berasal yang dapat menambah integritas dari merek tsb.

b. Definisi Operasional

Menurut Tauhidi (2009) merek dalam bahasa asing dapat diukur dengan lima indikator, yaitu

1) Jika dimaknakan dalam bahasa negara/wilayah lain, merek tersebut harus memiliki makna yang positif
2) Merek haruslah gampang dilafalkan.
3) Bahasa asing yang dipakai haruslah berasal dari negara dengan citra yang *positive*.
4) Merek yang digunakan haruslah memiliki kesesuaian makna jenis produk.

c. Kisi-kisi Instrumen Merek dalam Bahasa Asing

Kisi-kisi instrument yang ditampilkan oleh peneliti pada bagian ini adalah kisi-kisi instrument yang akan digunakan guna menukur variabeI keputusan pembelian yang diuji coba & sebagai kisi-kisi instrumen akhir yang dipakai guna mengukur variabel keputusan pembelian. Dalam penelitian ini menyajikan kisi-kisi denan

tujuan menyajikan informasi tentang butir-butir yang dipakai setelah uji vaIidasi dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrument tersebut yaitu :

Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen Merek dalam Bahasa Asing

Indikator	Adopsi	Butir
Jika dimaknakan dalam bahasa negara/wilayah lain, merek tersebut harus memiliki makna yang positif	Saya merasa produk Make Over menarik Saya mengerti makna merek yang disampaikan dalam produk Make Over Merek Make Over memiliki makna yang positif apabila diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia	1,2,3
Merek haruslah gampang dilafalkan	Merek Make Over mudah diucapkan	4
Bahasa asing yang dipakai haruslah berasal dari ”negara dengan”citra yang *positive*.	Merek Make Over dapat mencerminkan produknya berkualitas seperti produk-produk luar negeri	5
Merek yang digunakan haruslah memiliki kesesuaian makna jenis produk.	Merek Make over memiliki makna yang sesuai dengan jenis produk	6

Sumber : (Tauhidi 2009)

Pengukuran data menggunakan skala Iikert, Sugiyono (2008) mengatakan bahwa skala Iikert adalah skala yang untuk mengukur sikap, pikiran, & sudut pandang seseorang mengenai kejadian yang terjadi di sekitar (fenomena). Pada instrumen penelitian ini, responden dapat mengisi setiap butirnya dengan memilih saIah satu jawavan dari 5 pilihan yang teIah disediakan dan diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Pengukuran data menggunakan skala likert sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Skala Penilaian Instrumen Merek dalam Bahasa Asing

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber : (Sugiyono 2008)

d. Validasi Instrumen merek dalam bahasa asing

Proses perkembangan keputusan pembelian dimuIai dari penyusunan instrumen berbentuk kuesioner dengan model skala likert seperti pada tabel 3.4 yang disebut konsep instrument guna mengukur variabeI merek dalam bahasa asing.

Selanjutnya, instrument ini dikonsultasikan kepada dosen pebimbing karena berkelanjutan dengan validasi konstruk, vaIidasi kontruk adalah seberapa jauh butir indikator yang tercantum dalam tabel 3.3 telah mengukur indikator atas variabeI keputusan pembelian.

Proses validasi ini dilaksanakan dengan menguraikan data dan hasil uji coba instrument, yaitu dengan vaIidasi butir menggunakan koefisien korelasi antara nilai butir dengan nilai final instrumen, tekhnik yang dikembangkan oleh Karl Pearson (Riduwan 2011). Dengan rumus yang digunakan ialah:

$$\frac{\sum xixt}{\sqrt{\sum xi^2 \sum xt^2}}$$

Keterangan:

$ri\ t$ = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

xi = Devisi skor butir dari Xi

xt = Devisi skor dari Xt

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima ialah $rtabel$ = 0,361. Jika $rhitung > rtabel$, maka butir pernyataan dapat dikatakan vaIid. Tetapi, jika $rhitung < rtabel$, maka dapat dikatakan butir pernyataan tidak vaIid, dan mengakibatkan butir pernyataan tersebut tidak dapat digunakan (Sugiyono, 2016).

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari perhitungan instrumen pada kuesioner uji coba dengan sebanyak enam butir pernyataan terhadap 30 responden, maka memperoleh hasil sebesar 0,812 butir pertama, 0,896 butir kedua, 0,944 butir ketiga, 0,882 butir keempat, dan 0,914 butir kelima, dan 0,952 butir keenam dengan $rtabel$ sebesar 0,361. Jumlah $rhitung > rtabel$ pada setiap butir pernyataan, maka semua butir pernyataan dalam instrumen tersebut dinyatakan valid.

Dengan demikian, menghitung reliabiIitas terhadap butir-butir pernyataan tersebut dikatakan valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya mengukur varian butir & varian total (Arikunto 2010). Uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left| 1 - \frac{\Sigma si^2}{st^2} \right|$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si$ = Jumlah varian skor butir

st^2 = Varian skor total

Untuk memperoleh varian butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Si^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum xi^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$ = Jumlah data

Instrumen penguruan variabeI dapat dinyatakan reliabel jika instrumen memiliki nilai *Alpha Croncah* >0,70 (Ghozali, 2018). Dari hasil perhitungan instrumen pada kuesioner uji coba memperoleh hasil reabilitas menggunakan *alpha cronbach* sebesar 0,946 dan termasuk ke dalam kategori tinggi. Dengan demikian,dapat dinyatakan bahwa instrumen

yang berjumlah enam butir inilah yang akan digunakan sebagai uji instrumen finaI untuk mengukur variabel merek dalam bahasa asing.

3. Citra Merek (X2)

a. Definisi Konseptual

Citra merek merupakan pandangan bagaimana pembeli berpikir tentang suatu merek daripada apa yang sebenarnya.

b. Definisi Operasional

Menurut Aaker dan Biel dalam (keller 2012) indikator yang digunakan untuk mengukur citra merek adaIah sebagai berikut:

1) Citra produsen adalah kumpulan ingatan yang membangun persepsi pembeli kepada produsen yang menciptakan suatu barang/jasa.
2) Citra pengguna adalah kumpulan ingatan yang membangun ingatan konsumen terhadap konsumen yang menggunakan barang atau jasa
3) Citra barang/jasa adalah kumpulan ingatan yang muncul dalam benak pembeli mengenai barang/jasa.

c. Kisi-kisi Instrumen citra merek

Kisi-kisi instrumen yang ditampilkan oleh peneliti pada bagian ini adalah kisi-kisi instrumen yang akan digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian yang diuji coba & sebagai kisi-kisi instrument akhir yang dipakai untuk mengukur variable keputusan pembeian. Dalam penelitian ini menyajikan kisi-kisi dengan tujuan menyajikan informasi tentang butir-butir yang dipakai setelah uji validasi dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen tersebut yaitu :

Tabel 3. 5 Kisi-kisi Instrumen Citra Merek

Indikator	Adopsi	Butir
Citra pembuat	Produk Make Over sudah dikenal banyak orang. Menurut saya produk Make Over dikembangkan di pabrik yang berteknologi tinggi.	1,2
Citra pemakai	Saya merasa percaya diri ketika menggunakan produk kecantikan merek Make Over Produk Make Over mampu memberikan kesan yang berkelas bagi pemakainya.	3.4
Citra produk	Saya merasa merek Make Over mampu memberikan manfaat sesuai yang diharapkan konsumen. Produk Make Over memiliki reputasi berkualitas tinggi. Faktanya, merek Make Over merupakan produk yang berkualitas dalam daya tahan dan mempunyai banyak pilihan warna dan jenis.	5,6,7

Sumber : Aaker dan Biel dalam (keller 2012)

Pengukuran data menggunakan skala likert, Sugiyono (2008) mengatakan bahwa skala likert adalah skala yang untuk mengukur sikap, pikiran, & sudut pandang seseorang mengenai kejadian yang terjadi di sekitar (fenomena). Pada instrumen penelitian ini, responden dapat mengisi setiap butirnya dengan memilih salah satu jawaban dari 5 pilihan yang telah disediakan dan diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Pengukuran data menggunakan skala likert sebagai berikut:

Tabel 3. 6 Skala Penilaian Instrumen Merek dalam Bahasa Asing

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber : (Sugiyono 2008)

d. Validasi Instrumen Citra merek

Proses perkembangan keputusan pembelian di mulai dari penyusunan instrumen berbentukkuesioner dengan model skala likert seperti pada tabel 3.6 yang disebut konsep instrument guna mengukur variabel citra merek.

Selanjutnya, instrument ini dikonsultasikan kepada dosen pembimbing karena berkelanjutan dengan validasi konstruk, validasi konstruk adalah seberapa jauh butir indikator yang tercantum dalam tabel 3.5 telah mengukur indikator atas variabel citra merek.

Proses validasi ini dilaksanakan dengan menguraikan data dan hasil uji coba instrument, yaitu dengan validasi butir menggunakan koefisien korelasi antara nilai butir dengan nilai final instrument, teknik yang dikembangkan oleh Karl Pearson (Riduwan 2011). Dengan rumus yang digunakan ialah:

$$\frac{\sum xixt}{\sqrt{\sum xi^2 \sum xt^2}}$$

Keterangan:

$ri\ t$ = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

xi = Devisi skor butir dari Xi

xt = Devisi skor dari Xt

Kriteria batas minimum pernyataan yang di terima ialah $rtabel$ = 0,361. Jika $rhitung > rtabel$, maka butir pernyataan dapat dikatakan vaIid. Tetapi, jika $rhitung < rtabel$, maka dapat dikatakan butir pernyataan tidak vaIid, dan mengakibatkan butir pernyataan tersebut tidak dapat digunakan (Sugiyono, 2016).

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari perhitungan instrumen pada kuesioner uji coba dengan sebanyak tujuh butir pernyataan terhadap 30 responden, maka memperoleh hasil sebesar 0,894 butir pertama, 0,963 butir kedua, 0,893 butir ketiga, 0,978 butir keempat, dan 0,969 butir kelima, 0,894 butir keenam, dan 0,990 butir ke tujuh dengan r_{tabel} sebesar 0,361. Jumlah $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada setiap butir pernyataan, maka semua butir pernyataan dalam instrumen tersebut dinyatakan valid.

Dengan demikian, menghitung reliabiIitas terhadap butir-butir pernyataan tersebut dikatakan valid dengan menggunakan umus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya mengukur varian butir & varian total (Arikunto 2010). Uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left| 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right|$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

$\sum si$ = Jumlah varian skor butir

st^2 = Varian skor total

Untuk memperoleh varian butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

Si^2 = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum xi^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$ = Jumlah data

Instrumen penguruan variabel dapat dinyatakan reliabeI jika instrumen memiliki nilai *Alpha Croncah* >0,70 (Ghozali, 2018). Dari hasil perhitungan instrumen pada kuesioner uji coba memperoleh hasil reabilitas menggunakan *alpha cronbach* sebesar 0.974 dan termasuk ke dalam kategori tinggi. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa instrumen yang berjumlah tujuh butir inilah yang akan digunakan sebagai uji instrumen final untuk mengukur variabel citra merek.

E. Teknik Analisis Data

Adapun cara untuk menganalisis data ialah :

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji mengenai kenormaIan pendistribusian data. Uji normalitas bermaksud guna menguji apakah pada modeI regresi variabel pengganggu/residuaI mempunyai pendistribusian normaI. Ada cara mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan cara menganalisis grafik dan uji statistik (Ghozali 2013).

Hipotesis statistik:

1) Jika signifikan > 0,05 maka data berdistribusi normal.

2) Jika signifikan < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Kriteria untuk mengambil keputusan dengan menganalisis grafik normal *probability* yaitu sebagai berikut:

1) Model regresi guna memenuhi asumsi normalitas, jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal.
2) Model regresi yang tidak memenuhi asumsi normalitas, jika data menyebar jauh dari garis diagonal.

b. Uji Linieritas Regresi

Uji linieritas regresi menurut Sugiyono dan Susanto (2015) dapat digunakan untuk mengetahui apakah variable dependen dan variabel independen memiliki hubungan linier atau tidak signifikan. Uji linieritas dapat dilakukan melalui uji linieritas. Standar yang berlaku adalah jika nilai signifikansi linieritas adalah 0,05 maka dapat diartikan sebagai hubungan linier antara variabel independen dengan variable dependent.

Hipotesis penelitian adalah:

1) Ho: menunjukkan bahwa data tidak linier
2) Ha: Merupakan data linier

Standar pengujian mengadopsi pengujian statistik, yaitu:

1) Jika signifikansi <0,05, maka Ho ditolak yang menunjukkan bahwa data bersifat linier.
2) Jika signifikansi > 0,05, maka Ho diterima yang artinya data tidak linier.

2. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana merupakan alat analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) (Purnomo 2016). Dalam penelitian ini, pengaruh merek bahasa asing dan citra merek terhadap keputusan pembelian diukur. Persamaan regresi linier sederhana untuk mengukur variabel X versus variabel Y, yaitu:

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

Keterangan :

X = Variabel Bebas

$\hat{Y}$= Variabel Terikat

a = konstanta (nilai Y apabila X = 0)

3. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji-t dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen. Jika signifikansi *t-value* ≤0,05 maka variabel independen akan berpengaruh secara parsial terhadap variabel

dependent (Kuncoro 2013). Hipotesis nol (Ho) yang akan diuji adalah apakah suatu parameter (bi) dalam model bernilai noI, yang dapat diartikan apakah semua variable independen bukan merupakan penjelasan yang signifikan bagi variabel dependent tersebut, atau:

H0 : b1 = b2 = 0 (tidak ada pengaruh antara variabel X dan variabel Y)

Ho : b1 ≠ b2 ≠ 0 (ada pengaruh antara variabel X dan variabel Y)

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis menurut Kuncoro (2013:244) yang digunakan sebagai berikut:

1) Ho ditolak dan Ha diterima apabila $thitung > ttabel$ atau nilai probabilitas signifikansi < 0,05
2) Ho diterima dan Ha ditolak apabila $thitung < ttabel$ atau nilai probabilitas signifikansi > 0,05.

4. Analisis Koefisien Korelasi Pearson

Karl Pearson (Karl Pearson) menyatakan dalam (Riduwan 2011) bahwa fungsi korelasi Pearson mengukur kekuatan hubungan linier antara variabel X dan variabel Y. Analisis korelasi Pearson ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 22. Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan korelasi Pearson adalah sebagai berikut:

1) Jika nilai signifikansi < 0,05 maka berkorelasi.
2) Jika nilai signifikansi > 0,05 maka tidak berkorelasi.

Menurut Sugiyono (2009) untuk menafsirkan hasil dari penelitian korelasi ialah sebagai berikut:

Tabel 3. 7 Koefisiensi Korelasi dan Tingkat Hubungan

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,25	Sangat rendah
0,26 – 0,50	Cukup
0,51 – 0,75	Kuat
0,76 – 0,99	Sangat kuat
1.00	Sempurna

Sumber: (Sugiyono and Kuantitatif 2009)

5. Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut penelitian Siagian dan Sugiarto (2006), koefisien determinasi (R2) merupakan alat ukur yang dapat menjelaskan kontribusi X terhadap Y. Mengetahui kemampuan semua variable independent dalam menjelaskan variable dependent.