

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris dan fakta-fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid), sertadapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) tentang:

1. Hubungan antara kelompok referensi dengan keputusan pembelian.
2. Hubungan antara citra merek dengan keputusan pembelian.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Tempat penelitian dilaksanakan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena terdapat masalah mengenaikualitas produk *smartphone Samsung* yang tidak baik, harga *smartphone Samsung* yang mahal, kelompok referensi yang kurang baik dan menurunnya citra merek *smartphone Samsung*, dengan keputusan pembelian *handphone Samsung* pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Selain itu, karena faktor keterjangkauan Peneliti, yaitu kesediaan Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga menerima dan memberikan izin

kepada Peneliti untuk meneliti di lingkungan tersebut, sehingga memudahkan proses pengambilan data untuk penelitian.

## 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama 4 (empat) bulan, yaitu terhitung dari bulan Maret 2017 sampai dengan Juni 2017. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat mencurahkan perhatian pada pelaksanaan penelitian.

## C. Metode Penelitian

### 1. Metode

Metode penelitian pada dasarnya merupakan “Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu<sup>56</sup>”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Menurut Lawrence mengemukakan bahwa:

*Survey are quantitative beasth. The survey ask many people (call respondent) about their belief, opinions, characteristic and past or present behavior. Survey are appropriate for research questions about self reported belief o behavior<sup>57</sup>.*

---

<sup>56</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi Mixed Methods* (Bandung: Alfabeta, 2014), p. 3.

<sup>57</sup> *Ibid.*, p. 12.

Artinya, penelitian survei adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survei berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

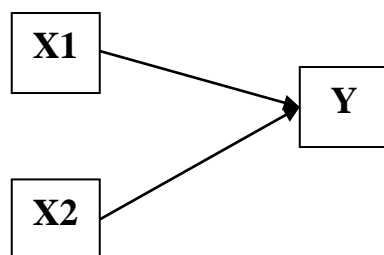
Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan korelasional. Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, seberapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara kelompok referensi yang diberi simbol  $X_1$  dengan keputusan pembelian yang diberi simbol  $Y$  dan hubungan antara citra merek yang diberi simbol  $X_2$  dengan keputusan pembelian yang diberi simbol  $Y$ .

## **2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel**

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa:

1. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kelompok referensi dengan keputusan pembelian.
2. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian.

Hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan dalam konstelasi sebagai berikut:



Keterangan:

Variabel Bebas (X1) : Kelompok Referensi

Variabel Bebas (X2) : Citra Merek

Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian

—————> : Arah Hubungan

#### D. Populasi dan Sampling

Populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”<sup>58</sup>.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta yang memutuskan membeli *handphone Samsung*.

Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan survei awal melalui distribusi angket dengan *google docs* diketahui bahwa banyak mahasiswa di program studi tersebut yang melakukan keputusan pembelian *handphone Samsung*.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”<sup>59</sup>.

---

<sup>58</sup>*Ibid.*, p. 119.

<sup>59</sup>*Ibid.*, p. 120.

Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*. Sugiyono mengatakan bahwa “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”<sup>60</sup>.

Untuk penelitian ini sampel sumber datanya adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga di Universitas Negeri Jakarta yang memutuskan membeli *smartphone Samsung* yang berjumlah 110 orang.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu Kelompok Referensi (variabel  $X_1$ ), Citra Merek (variabel  $X_2$ ) dan Keputusan Pembelian (variabel  $Y$ ). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

### **1. Keputusan Pembelian (Variabel $Y$ )**

#### **a. Definisi Konseptual**

Keputusan pembelian adalah membeli produk *smartphone* yang paling disukai, yaitu dengan merek *Samsung*.

#### **b. Definisi Operasional**

Keputusan Pembelian dapat diukur dengan beberapa dimensi, yaitu dimensi pertama ialah pengenalan kebutuhan, dengan indikator pertama adalah stimuli internal, dengan sub indikator kebutuhan komunikasi pribadi dan indikator kedua, yaitu pengaruh orang lain, dengan sub indikator membeli *smartphone* atas saran sahabat. Dimensi kedua, yaitu pencarian informasi, dengan indikator pertama

---

<sup>60</sup>*Ibid.*, p. 126.

adalah sumber pribadi dengan sub indikator keluarga (ibu dan kakak), indikator kedua adalah yaitu sumber komersil dengan sub indikator situs *website*, iklan dan wiraniaga. Dimensi ketiga, yaitu evaluasi alternatif dengan indikator menilai beberapa alternatif merek *smartphone* lainnya. Dimensi keempat, yaitu membeli, dengan indikator sikap dengan sub indikator merek *smartphone* yang disukai.

### c. Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.1.

**Tabel III. 1**  
**Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian (Y)**

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenalan kebutuhan	Stimuli internal	Kebutuhan komunikasi pribadi	3, 1	21	21	3, 1		3, 1	
	Pengaruh orang lain	Membeli <i>smartphone</i> atas saran sahabat	8,4	23		8,4	23	8,4	22
Pencarian informasi	Sumber pribadi	Keluarga (Ibu dan Kakak)	2, 9, 13,16	22		2, 9, 13,16	22	2,9, 13,16	21

	Komersil	Situs <i>Website</i>	5, 12	26	26	5, 12		5,12	
		Iklan	6, 10, 17,14	24	24	6,10, 17,14		6,10, 17,14	
		Wiraniaga	7, 11	25		7, 11	25	7, 11	23
Evaluasi alternatif	Menilai beberapa alternatif merek <i>smartphone</i> lainnya		19,20	27		19,20	27	19,20	24
Membeli	Sikap	Merek <i>smartphone</i> yang disukai	18	28		18	28	18	25

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut :

**Tabel III. 2**  
**Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian**

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

**d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian**

Proses pengembangan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu pada

model indikator-indikator variabel keputusan pembelian terlihat pada tabel III.1.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel keputusan pembelian sebagaimana tercantum pada Tabel III.1.

Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Koperasi di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum t^2}} \quad 61$$

Dimana :

- $r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- $x_i$  = Deviasi skor butir dari  $X_i$
- $x_t$  = Deviasi skor dari  $X_t$

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel}$  = 0,361, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak

---

<sup>61</sup>Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), p. 86



valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Berdasarkan perhitungan dari 28 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 3 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 25 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{62}$$

Dimana :

- $r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen
- $k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$  = Jumlah varians skor butir
- $st^2$  = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad ^{63}$$

Dimana :

- $Si^2$  = Simpangan baku
- $n$  = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$  = Jumlah data

---

<sup>62</sup>*Ibid.*,p.89.

<sup>63</sup>Sudjana, *Metoda Statistika*,(Bandung : PT. Tarsito, 2005), p. 94.

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $S_i^2 = 0,63$ ,  $S_t^2 = 190,30$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,88668 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 hal 105). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 25 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

## 2. Kelompok Referensi (Variabel $X_1$ )

### a. Definisi Konseptual

Kelompok referensi adalah individu atau kelompok yang dijadikan sebagai rujukan bagi individu lainnya.

### b. Definisi Operasional

Kelompok referensi dapat diukur dengan beberapa indikator, yaitu indikator pertama pelopor opini dengan sub indikator keluarga (Ayah, Ibu, Kakak dan Adik), teman, *marketer* (pemasar). Indikator kedua, yaitu hobi atau santai-santai dengan sub indikator, grup *instagram*, grup *whatsapp* dan grup *line*.

### c. Kisi-Kisi Instrumen Kelompok Referensi

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kelompok referensi yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kelompok referensi. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan

informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.3.

**Tabel III. 3**  
**Kisi-kisi Instrumen Kelompok Referensi ( $X_1$ )**

Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pelopor Opini	Keluarga (Ayah, Ibu, Kakak dan Adik)	11,2 15,6	20		11,2 15,6	20	11,2 15,6	20
	Teman	1,12 5,16	25,19		1,12 5,16	25,19	1,12 5,16	24,19
	Marketer (Pemasar)	13,3	21		13,3	21	13,3	21
Hobi atau santai-santai	Grup Instagram	4,10	23	23	4,10		4,10	
	Grup Whatsapp	17,9 7	24		17,9 7	24	17,9 7	23
	Grup Line	14,8 18	22,26	26	14,8 18	22	14,8 18	22

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

**Tabel III. 4**  
**Skala Penilaian Instrumen Kelompok Referensi**

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

**d. Validasi Instrumen Kelompok Referensi**

Proses pengembangan instrumen kelompok referensi dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel kelompok referensi terlihat pada tabel III.3.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kelompok referensi sebagaimana tercantum pada Tabel III.3.

Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Pendidikan Ekonomi Koperasi di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien

korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_i x_t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 64$$

Dimana :

- $r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- $x_i$  = Deviasi skor butir dari  $X_i$
- $x_t$  = Deviasi skor dari  $X_t$

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel} = 0,361$ , jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Berdasarkan perhitungan dari 26 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 24 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right] \quad 65$$

---

<sup>64</sup>Djaali dan Pudji Muljono, *loc.cit.*,

<sup>65</sup>*Ibid.*,p.89.

Dimana :

- $r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen
- $k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$  = Jumlah varians skor butir
- $st^2$  = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad ^{66}$$

Dimana :

- $Si^2$  = Simpangan baku
- $n$  = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$  = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $Si^2 = 0,77$ ,  $St^2 = 191,10$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,904 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14 hal 112). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 24 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kelompok referensi.

### 3. Citra Merek (Variabel X<sub>2</sub>)

#### a. Definisi Konseptual

Citra merek adalah sekumpulan keyakinan yang dimiliki oleh konsumen mengenai sebuah merek tertentu.

---

<sup>66</sup>Sudjana, *loc.cit.*,

### b. Definisi Operasional

Citra merek dapat diukur dengan 2 dimensi, yaitu dimensi pertama adalah asosiasi, dengan indikator atribut produk, dengan sub indikator fitur (*LED Flash*, memori *external*, RAM, Layar *Full HD*, Sistem Operasi), Warna dan kualitas produk (Baterai tahan lama, sistem prosesor yang cepat). Dimensi kedua adalah keunggulan/keunikan dengan indikator pertama adalah *desain*, indikator kedua adalah kamera, indikator ketiga *optional dual SIM* dan indikator keempat jaringan 3G/4G.

### c. Kisi-Kisi Instrumen Citra Merek

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel citra merek yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel citra merek. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.5.

**Tabel III. 5**  
**Kisi-Kisi Instrumen Citra Merek (X<sub>2</sub>)**

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Asosiasi	Atribut Produk	Fitur Produk ( <i>LED Flash</i> ,	3,10 5,14	17		3,10 5,14	17	3,10 5,13	15

		memori <i>external</i> , Layar <i>Full</i> HD, Sistem Operasi)							
		Warna	13,2	20,24		13,2	20,24	12,2	18,22
		Kualitas Produk (Baterai tahan lama)	11,6	16	11,16	6		6	
Keunggulan / keunikkan	<i>Desain</i>		1,7	19		1,7	19	1,7	17
	Kamera		4,12	18,22		4,12	18,22	4,11	16,20
	<i>Optional</i> <i>dual SIM</i>		9	21		9	21	9	19
	Jaringan 3G/4G		8,15	23		8,15	23	8,14	21

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

**Tabel III. 6**  
**Skala Penilaian Instrumen Citra Merek**

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



#### d. Validasi Instrumen Citra Merek

Proses pengembangan instrumen citra merek dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel citra merek terlihat pada tabel III.5.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel citra merek sebagaimana tercantum pada Tabel III.5.

Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Program Studi Pendidikan Pendidikan Ekonomi Koperasi di Universitas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 67$$

Dimana :

- $r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- $x_i$  = Deviasi skor butir dari  $X_i$
- $x_t$  = Deviasi skor dari  $X_t$

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel}$   
 = 0,361, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid.

---

<sup>67</sup>Djaali dan Pudji Muljono, *loc.cit.*,

Sedangkan, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Berdasarkan perhitungan dari 24 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 22 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{68}$$

Dimana :

- $r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen
- $k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$  = Jumlah varians skor butir
- $st^2$  = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}^{69}$$

Dimana :

- $Si^2$  = Simpangan baku
- $n$  = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$  = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$  = Jumlah data

---

<sup>68</sup>*Ibid.*,p. 89.

<sup>69</sup>Sudjana, *loc.cit.*,

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil  $S_i^2 = 0,77$ ,  $S_t^2 = 134,64$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,825 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 20 hal 119). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur citra merek.

## **F. Teknik Analisis Data**

Pengolahan data penelitian ini menggunakan program aplikasi *Microsoft Excel*. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

### **1. Uji Persyaratan Analisis**

#### **a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y Atas X**

Sebelum data yang diperoleh dipakai dalam perhitungan, data tersebut diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji *Liliefors*, pada taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05.

Dengan hipotesis statistik:

$H_0$  : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal

$H_1$  : Galat Taksiran Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian:

Terima  $H_0$  jika  $L_{hitung} < L_{tabel}$  berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

Tolak  $H_0$  jika  $L_{hitung} > L_{tabel}$  berarti galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.

Dalam penelitian ini variabel X yang dimaksud dalam prosedur di atas adalah  $(Y - \hat{Y})$ .

#### b. Uji Linieritas Regresi

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan *Microsoft Excel* menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”<sup>70</sup>.

Sedangkan, kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

- 1) Jika signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima artinya data tidak linier.
- 2) Jika signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak artinya data linier.

## 2. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mendefinisikan hubungan linier antara satu variabel *independent* dan satu variabel *dependent*. Hasil dari analisis korelasi hanya untuk mengetahui seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan linier antara variabel saja. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

---

<sup>70</sup> Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan : Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, (Depok : PT. Rajagrafindo Persada, 2015), p. 180.

$$\hat{Y} = a + bX_i \quad ^{71}$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = variabel terikat

$X$  = variabel bebas

$a$  = konstanta (Nilai  $Y$  apabila  $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$ )

$b$  = koefisien regresi variabel bebas.

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Signifikan Parsial

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan kelompok referensi ( $X_1$ ) dengan keputusan pembelian ( $Y$ ) dan citra merek ( $X_2$ ) dengan keputusan pembelian ( $Y$ ).

Hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 = 0 \qquad H_1 : b_1 \neq 0$$

$$H_0 : b_2 = 0 \qquad H_1 : b_2 \neq 0$$

#### b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh hubungan variabel  $X_1$  dengan variabel  $Y$  (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel) dan variabel  $X_2$  dengan variabel  $Y$  (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel), maka menghitung  $r_{xy}$  dapat menggunakan rumus *Product Moment* dan *Karl Pearson*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}} \quad ^{72}$$

---

<sup>71</sup> Sugiyono, *op.cit.*, p. 247.

<sup>72</sup> *Ibid.*, h. 241.

Dimana :

$$\begin{aligned} r_{xy} &= \text{Tingkat keterkaitan hubungan} \\ \sum x &= \text{Jumlah skor dalam sebaran X} \\ \sum y &= \text{Jumlah skor dalam sebaran Y} \end{aligned}$$

### c. Uji-t

Menurut Soepomo, “Uji-t digunakan sebagai alat analisis data, dapat dipakai untuk menguji satu sampel atau dua sampel”<sup>73</sup>. Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (Uji-t) dengan menggunakan *Microsoft Excel*. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan kelompok referensi ( $X_1$ ) dengan keputusan pembelian (Y) dan citra merek ( $X_2$ ) dengan keputusan pembelian (Y).

$T_{hitung}$  dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$T_{hitung} = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}} \quad 74$$

Keterangan:

$T_{hitung}$  = Skor signifikan koefisien korelasi

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya sampel/data

Selanjutnya Sugiyono menambahkan, kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas  $> 0,05$   $H_0$  diterima
- b. Jika probabilitas  $< 0,05$   $H_0$  ditolak<sup>75</sup>.

---

<sup>73</sup>Bambang Soepomo, *Statistik Terapan: Dalam Penelitian Ilmu – Ilmu Sosial & Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), p. 134.

<sup>74</sup>Sugiyono, *op.cit.*, p. 243.

#### 4. Perhitungan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $r^2$ ) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketetapan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan kemampuan variabel X ( $X_1, X_2, \dots, X_k$ ), yang merupakan variabel bebas, menerangkan atau menjelaskan variabel Y yang merupakan variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi, semakin baik kemampuan variabel X menerangkan atau menjelaskan variabel Y.

Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r_{xy}^2$$

Dimana :

KD = Koefisien determinasi

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

---

<sup>75</sup>*Ibid.*

<sup>76</sup>Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung : Alfabeta, 2007), h. 231.