

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka dapat dijelaskan bahwa penelitian ini memiliki tujuan memperoleh data yang nyata dan kenyataan yang sah, benar, dan valid, serta dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) tentang:

1. Hubungan citra merek dengan keputusan pembelian.
2. Hubungan fitur produk dengan keputusan pembelian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian mengambil tempat di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (UNJ) yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka No. 1, Gedung N Kampus A UNJ, Kota Jakarta Timur 13220 DKI Jakarta. Penelitian dilakukan di tempat tersebut karena berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan bahwa ada 108 mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang membeli *smartphone* Xiaomi. Selain itu, karena segi keterjangkauan penelitian, dimana penelitian ini telah mendapat izin dari Dekan Fakultas Ekonomi UNJ, sehingga memudahkan proses penelitian.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama 6 (enam) bulan, yaitu terhitung dari bulan Februari sampai Juli 2017. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melakukan penelitian karena masih aktifnya jadwal perkuliahan mahasiswa yang menjadi responden dan leluasanya jadwal kuliah peneliti, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat mencurahkan perhatian pada pelaksanaan penelitian secara maksimal.

C. Metode Penelitian

1. Metode

Metode penelitian pada dasarnya merupakan “cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”.⁴⁴ Penelitian ini menggunakan metode 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 dalam buku Sugiyono mengemukakan bahwa :

Survey are quantitative beasth. The survey ask many people (call respondent) about their belief, opinions, characteristic and past or

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm. 3

*present behavior. Survey are appropriate for research questions about self reported belief o behavior.*⁴⁵ (Artinya, penelitian survei adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian survei, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut sebagai responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survei berhubungan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.)

Alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan hubungan. Apabila ada, berapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Pendekatan korelasional dapat melihat pengaruh antara variabel bebas (citra merek) yang diberi simbol X1 dengan variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol Y dan variabel bebas (fitur produk) yang diberi simbol X2, kemudian sebagai variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

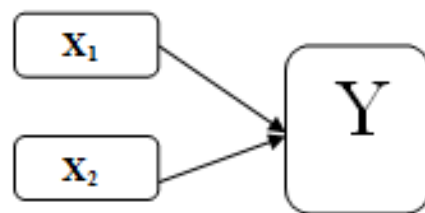
2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa:

⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 12

1. Terdapat hubungan yang signifikan positif citra merek dengan keputusan pembelian.
2. Terdapat hubungan yang signifikan positif fitur produk dengan keputusan pembelian.

Maka, konstelasi antar variabel X dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

Variabel Bebas (X1) : Citra Merek

Variabel Bebas (X2) : Fitur Produk

Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian

—————> : Arah Hubungan

D. Populasi dan Sampling

Populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”⁴⁶

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta pengguna *smartphone* Xiaomi dan menjadi responden dalam survei awal. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan survei awal pada tanggal 20 Maret 2017 (terdapat di lampiran) melalui kuesioner pada mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.”⁴⁷ Sampel dalam penelitian ini diambil secara purposive (*purposive sampling*). Teknik ini digunakan dengan pertimbangan bahwa sebagian populasi yang akan diteliti memiliki karakteristik atau kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti.

Sugiyono mengatakan bahwa, “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.”⁴⁸

Untuk penelitian ini, sampel yang menjadi sumber datanya adalah mahasiswa yang pernah melakukan pembelian *smartphone* merek Xioami yang berjumlah 108 mahasiswa.

⁴⁶ *Ibid.*, hlm. 117

⁴⁷ *Ibid.*, hlm. 118

⁴⁸ *Ibid.*, hlm. 96

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu Citra Merek (variabel X1), Fitur Produk (variabel X2) dan Keputusan Pembelian (variabel Y). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan yang bertahap oleh konsumen dalam membeli suatu produk tertentu yang menawarkan nilai terbaik untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian memiliki beberapa dimensi. Dimensi pertama adalah pengenalan masalah dengan indikator internal, sub-indikator kebutuhan dan keinginan, lalu indikator eksternal yang memiliki sub-indikator pengaruh orang lain. Dimensi kedua adalah pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi yang memiliki sub-indikator teman dan keluarga, serta indikator komersil yang memiliki sub-indikator situs web, brosur, majalah *smartphone*. Dimensi ketiga adalah evaluasi alternatif dengan indikator pertimbangan dalam membeli, perbandingan spesifikasi dengan produk lain, serta kemudahan memperoleh produk.

Dimensi keempat adalah keputusan pilihan dengan indikator sikap dalam pembelian dan pilihan produk sesuai dengan minat awal.

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

Dimensi	Indikator	Sub-Indikator	Butir Uji		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenalan Masalah	Internal	Kebutuhan	1			1		1	
		Keinginan	2			2		2	
	Eksternal	Pengaruh Orang Lain	3,4,6	5	3,6	4	5	4	5
Pencarian Informasi	Sumber Pribadi	Teman	7,8,9	13		7,8,9	13	7,8,9	13
		Keluarga	11,12			11,12		11,12	
	Komersil	Internet	10,14,15,16		10	14,15,16		14,15,16	
		Majalah	17			17		17	

		handphone							
Evaluasi Alternatif	Pertimbangan dalam Membeli	Kecanggihan Produk	19,20,21			19,20,21		19,20,21	
		Ketahanan Produk	22,24,26	18	18,22	24,26		24,22	
	Perbandingan spesifikasi dengan produk lain		25	23	23	25		25	
	Kemudahan memperoleh produk		27,29,30	28	28	27,30		27,30	
Keputusan Pembelian	Sikap dalam pembelian		31,32,33		32	31,33		31,33	
	Pilihan produk sesuai dengan niat beli awal		34,35,38	36,37	38	34,35	36,37	34,35	36,37

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 berbentuk kuesioner model skala likert yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keputusan pembelian terlihat pada Tabel III.1 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel keputusan pembelian.

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 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di luar sampel yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisa 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:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}x_t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 49$$

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 $r_{tabel}=0,351$ jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasar perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 5 halaman 109) dari 38 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 9 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 29 .

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:

⁴⁹ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), hlm. 6

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 50$$

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:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 51$$

Dimana:

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 1,01$, $St^2 = 254,37$ dan r_{ii} sebesar 0,9112 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 4 halaman 106). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 29 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

⁵⁰ *Ibid.*, hlm. 89

⁵¹ Burhan Nurgiyanto, Gunawan, dan Marzuki, *Statistik Terapan Untuk Penilaian Ilmu-Ilmu Sosial*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2008), hlm. 350

2. Citra Merek

a. Definisi Konseptual

Citra merek adalah sebuah pandangan atau persepsi masyarakat sebagai calon konsumen terhadap merek suatu produk tertentu yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sehingga memunculkan pandangan yang sistematis.

b. Definisi Operasional

Citra merek memiliki beberapa dimensi. Dimensi pertama adalah atribut dengan indikatornya adalah hal-hal yang tidak berkaitan dengan produk (*non-product related*) dengan sub-indikator harga dan kemasan, kemudian indikator kedua adalah hal yang berkaitan dengan produk (*product related*) dengan sub-indikatornya adalah desain dan warna. Kemudian, dimensi kedua adalah manfaat dengan indikator fungsional (memiliki sub-indikator alat komunikasi), simbolis (dengan sub-indikator rasa dihargai dan menimbulkan kebanggaan), dan pengalaman (memiliki sub-indikator kemudahan kemudahan layanan purna jual). Dimensi ketiga adalah evaluasi sikap konsumen dengan indikator kepercayaan terhadap merek dan pengetahuan konsumen terhadap merek

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 table III.3.

Tabel III.3. Kisi-Kisi Instrumen Citra Merek

Dimensi	Indikator	Sub-Indikator	Butir Uji		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Atribut	Hal yang tidak berhubungan dengan produk	Harga	1,2,3	4		1,2,3	4	1,2,3	4
		Kemasan	5	6		5	6	5	6
	Hal yang berhubungan dengan produk	Desain	7,8			7,8		7,8	
		Warna	9,10	11		9,10	11	9,10	11
		Berat	12	13		12	13	12	13
Manfaat	Fungsional	Alat Komunikasi	14,15,16	17		14,15,16	17	14,15,16	17
	Simbolis	Rasa Diharga	18,19			18,19		18,19	
		Menimbulkan kebanggaan	20,21,22,23		21	20,22,23		20,22,23	
	Pengalaman	Kemudahan layanan purna jual	24,25,26	27	27	24,25,26		24,25,26	

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 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 berbentuk kuesioner model skala likert yang mengacu pada model indikator-indikator variabel citra merek terlihat pada Tabel III.3. yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel citra merek.

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.4. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di luar sampel 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:

$$r_{it} = \frac{\sum x_i x_t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad ^{52}$$

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 tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasar perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 5 halaman 110) dari 27

⁵² Djaali & Pudji Muljono, *loc. cit.*

pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 25

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:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 53$$

Dimana:

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

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

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 54$$

Dimana:

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

⁵³ *Ibid.*, hlm. 89

⁵⁴ Burhan Nurgiyanto, Gunawan, dan Marzuki, *loc. cit.*

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,81$, $St^2 = 209,67$ dan r_{ii} sebesar 0,9164 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 4 halaman 107). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 25 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur citra merek.

3. Fitur Produk

a. Definisi Konseptual

Fitur produk adalah unsur instrinsik dari sebuah produk yang merupakan salah satu bagian dari atribut produk dan berguna untuk mendiferensiasi suatu produk dengan produk pesaing. Fitur produk mencakup .

b. Definisi Operasional

Fitur produk dapat diukur dengan tiga indikator. Pertama adalah kemudahan penggunaan, kemudian manfaat fitur produk. Indikator ketiga adalah kelengkapan fitur produk yang memiliki sub-indikator keragaman fitur produk dan kecanggihan fitur produk.

c. Kisi-kisi Instrumen Fitur Produk

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel fitur produk yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel fitur produk. 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 table III.5.

Tabel III.5. Kisi-Kisi Instrumen Fitur Produk

Indikator	Sub-Indikator	Butir Uji		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Kemudahan penggunaan		1,2,3,4	5,6	5,6	1,2,3,4		1,2,3,4	
Manfaat fitur		7,8,9,10,11	12,13		7,8,9,10,11	12,13	7,8,9,10,11	12,13
Kelengkapan fitur	Keragaman fitur	17,18,19	20		17,18,19	20	17,18,19	20
	Kecanggihannya fitur	22,23,24,25,26,27	21	21	22,23,24,25,26,27		22,23,24,25,26,27	

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 Fitur Produk

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 Fitur Produk

Proses pengembangan instrumen citra merek dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala likert yang mengacu pada model indikator-indikator variabel fitur produk terlihat pada Tabel III.5. yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel fitur produk.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur

indikator dari variabel fitur produk sebagaimana tercantum pada Tabel III.6. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di luar sampel 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:

$$r_{it} = \frac{\sum x_i x_t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 55$$

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 tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasar perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 5 halaman 111) dari 27

⁵⁵ Djaali & Pudji Muljono, *loc. cit.*

pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 3 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 24 .

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:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 56$$

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:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 57$$

Dimana:

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

⁵⁶ *Ibid.*, hlm. 89

⁵⁷ Burhan Nurgiyanto, Gunawan, dan Marzuki, *loc. cit.*

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,90$, $St^2 = 197,56$ dan r_{ii} sebesar 0,9313 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 4 halaman 108). 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 fitur produk.

F. Teknik Analisis Data

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

1. Uji Persyaratan Analisis
2. 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 (α) = 0,05.

Dengan hipotesis statistik:

- a. H_0 : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal
- b. H_1 : Galat Taksiran Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian:

1. Terima H_0 jika $L_{hitung} < L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.
2. 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 $(Y - \hat{Y})$.

a. Uji Linieritas Regresi

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai sifat yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05.”⁵⁸

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.
3. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana setidaknya memiliki tiga kegunaan, yaitu untuk tujuan deskripsi dari fenomena data atau kasus yang sedang diteliti, untuk tujuan kontrol, serta untuk tujuan prediksi.

⁵⁸ Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh, dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, (Depok: Rajagrafindo Persada, 2015), hlm. 180

Regresi mampu mendeskripsikan fenomena data melalui terbentuknya suatu model hubungan yang bersifat numerik.⁵⁹ Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier sederhana dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX_i^{60}$$

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

4. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan citra merek (X_1) dengan keputusan pembelian (Y) dan hubungan fitur produk (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)

⁵⁹ Deny Kurniawan, *Linear Regression*, (Vienna: R Development Core, 2008)

⁶⁰ Sugiyono, *Op. cit.*, hlm. 247

dan variabel X2 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel), maka menghitung rxy dapat menggunakan rumus *Product Moment* dan *Karl Pearson*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}} \quad 61$$

Dimana :

r_{xy} = Tingkat keterkaitan hubungan

\sum_x = Jumlah skor dalam sebaran X

\sum_y = Jumlah skor dalam sebaran Y

c. Uji-t

Menurut Soepomo, “Uji-t digunakan sebagai alat analisis data, dapat dipakai untuk menguji satu sampel atau dua sampel.” Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (Uji-t) dengan menggunakan SPSS. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan citra merek (X1) dengan keputusan pembelian (Y) dan hubungan fitur produk (X2) dengan keputusan pembelian (Y).

t_{hitung} dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}} \quad 62$$

⁶¹ *Ibid.*, hlm. 241

⁶² Sugiyono, *Op. cit.*, hlm. 243

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

5. 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:

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