

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), serta dapat dipercaya dan diandalkan (reliabel) tentang:

1. Hubungan antara Promosi dengan Keputusan Konsumen Menggunakan Garuda Indonesia pada Warga Perumahan Angkasa Pura II RW 007 Kota Tangerang.
2. Hubungan antara Citra Merek terhadap Keputusan Konsumen menggunakan Garuda Indonesia pada Warga Perumahan Angkasa Pura II RW 007 Kota Tangerang.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di Perumahan Angkasa Pura II RW 007 Kota Tangerang. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan bahwa di tempat tersebut terdapat masalah mengenai keputusan masyarakat melakukan penggunaan jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia. Selain itu, karena faktor keterjangkauan, yaitu kesediaan

pihak Perumahan Angkasa Pura II RW 007 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 3 (tiga) 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 tertentu³¹”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey* 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.

Kerlinger mengemukakan bahwa :

Metode survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologi³².

Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat

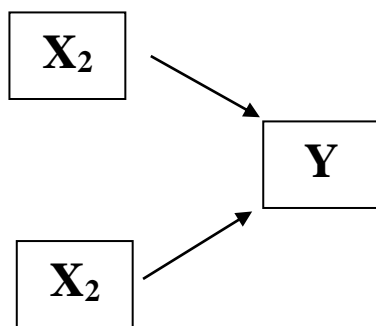
³¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2007), h.1

³²Ibid., h.7

dilihat pengaruh antara tiga variabel, yaitu variabel bebas (Promosi) yang diberi simbol X_1 (Citra Merek) yang diberi simbol X_2 , sebagai variabel terikat (Keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan signifikan positif antara variabel X_1 (Promosi), X_2 (Citra Merek) dengan variabel Y (Keputusan Pembelian). Maka, konstelasi hubungan antar variabel X dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

Variabel Bebas (X_1) : Promosi

Variabel Bebas (X_2) : Citra Merek

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”³³.

Populasi dalam penelitian ini adalah beberapa warga RW 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan survei awal melalui wawancara langsung diketahui bahwa warga RW 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang tersebut terdapat pengambilan keputusan untuk menggunakan maskapai Garuda Indonesia.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”³⁴. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*. Sugiyono mengatakan bahwa :

Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan, atau penelitian tentang kondisi politik di suatu daerah, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli politik³⁵.

Untuk penelitian ini sampel sumber datanya adalah Pengguna Jasa yang melakukan keputusan pembelian maskapai Garuda Indonesia yang berjumlah 132 orang.

³³Sugiyono, *op. cit.*, h. 72

³⁴*Ibid.*, h. 73

³⁵*Ibid.*, h. 96

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian dapat diukur oleh empat dimensi, yaitu dimensi pertama adalah Pengenalan Masalah dengan indikator internal yang memiliki subindikator diri sendiri indikator selanjutnya yaitu eksternal dengan subindikator tetangga dan teman, dimensi kedua adalah Pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi yang memiliki subindikator yaitu keluarga lalu indikator selanjutnya yaitu pengalaman masa lalu dengan sub indikator pernah menggunakan jasa . dimensi ketiga adalah evaluasi dari alternatif dan keempat ialah Keputusan Pembelian dengan indikator harga. Bentuk instrumen yang digunakan oleh peneliti adalah kuesioner dengan model skala *Likert*.

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 (Variabel Y)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		drop	No Butir Valid		No Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenalan masalah	internal	Diri sendiri	1,2,3	4		1,2,3	4	1,2,3	4
	eksternal	Tetangga	5,6			5,6		5,6	
		Teman	8	7,9		8	7,9	8	7,9
Pencarian informasi	Sumber pribadi	Keluarga	10	11		10	11	10	11
	Pengalaman masa lalu	Pernah menggunakan jasa	12,13	14,15		12,13	14,15	12,13	14,15
Evaluasi alternatif			16	17		16	17	16	17
Keputusan pembelian	Harga		18,21	19,20,22	21,22	18	19,20	18	19,20

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.3. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 warga Rw 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang 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:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 36$$

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 22 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop* sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 20 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 :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right] \quad 37$$

Dimana :

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

³⁶Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*

³⁷*Ibid.*, h.89.

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

$$s_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n} \quad 38$$

Dimana :

$$\begin{aligned} S_i^2 &= \text{Simpangan baku} \\ n &= \text{Jumlah populasi} \\ \sum X_i^2 &= \text{Jumlah kuadrat data X} \\ \sum X_i &= \text{Jumlah data} \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh $S_i^2 = 0,63$, $S_t^2 = 45,29$ dan r_{ii} sebesar 0,8037 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 20) hal ini menunjukkan bahwa koefisien reabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrument yang berjumlah 20 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrument final mengukur keputusan pembelian.

2. Promosi (Variabel X₁)

a. Definisi Konseptual

Promosi adalah segala bentuk komunikasi perusahaan untuk memasarkan produk atau jasa kepada calon konsumen.

b. Definisi Operasional

Promosi memiliki dua dimensi yaitu pertama iklan dengan indikator *attention*, *interest*, *desire* dan *action*, dan promosi penjualan yang memiliki dua indikator yaitu pameran dan potongan harga.

³⁸ Sudjana, *loc.cit.*

c. Kisi – Kisi Instrumen Promosi

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel promosi yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel promosi. 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 Promosi (Variabel X₁)

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
iklan	Perhatian	1	2		1	2	1	2
	Ketertarikan	3,5	4		3,5	5	3,5	4
	Keinginan	6,7,9	8		6,7,9	8	6,7,9	8
	tindakan	10,11, 12	13	11,12	10	13	10	13
<i>Sales Promotion</i>	Pameran	14,15, 16	17		14,15,16	17	14,15,1 6	17
	promosi gabungan	18,19	20,21		18,19	20,21	18,19	20,21
	Harga Khusus	22,24	24,25	23,24 ,25	22		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 Promosi

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 Promosi

Proses pengembangan instrumen promosi dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel promosi terlihat pada tabel III.4.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir – butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel promosi sebagaimana tercantum pada tabel III.3. Setelah konsep

instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 warga RW 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang 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 :

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 39$$

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 25 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 5 pernyataan yang *drop* sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 20 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 :

³⁹Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right] \quad 40$$

Dimana :

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

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

$$s_i^2 = \frac{\sum X_i^2}{n} - \frac{(\sum X_i)^2}{n^2} \quad 41$$

Dimana :

S_i^2	= Simpangan baku
n	= Jumlah populasi
$\sum X_i^2$	= Jumlah kuadrat data X
$\sum X_i$	= Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh $S_i^2 = 0,51$, $St^2 = 90,37$ dan r_{ii} sebesar 0,8743 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8) hal ini menunjukkan bahwa koefisien reabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrument yang berjumlah 20 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrument final mengukur promosi.

3. Citra Merek (Variabel X₂)

A. Definisi konseptual

Citra merek adalah representasi dari keseluruhan pemikiran terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu.

⁴⁰*Ibid.*, h.89.

⁴¹ Sudjana, *loc.cit.*

B. Definisi Operasional

Citra merek sendiri memiliki empat dimensi. Pertama tipe dengan indikator pertama *Benefits* dengan sub indikator *function* lalu indikator kedua yaitu *overall evaluations* dengan sub indikator yaitu *experiential* . dimensi kedua yaitu *flavouribility* dengan indikator yaitu pelayanan jasa dan fasilitas penerbangan. Dimensi ketiga yaitu keunikan dengan indikator logo maskapai.

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 (Variabel X₂)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Tipe	<i>Benefits</i>	<i>Function</i>	1	2		1	2	1	2
	<i>Overall evaluations (attitude)</i>	<i>Experiential</i>	3,5	4,6		3,5	4,6	3,5	4,6
<i>Favouribili</i>	Pelayanan jasa		7,8,10,12	9,11,13		7,8,10,1 2	9,11,13	7,8,10, 12	9,11,13

ty	Fasilitas penerbangan		14,15,18	16,17,19		14,15,18	16,17,19	14,15,18	16,17,19
keunikannya	Logo maskapai		20,21	22	21,22	20		20	

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 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 instrument citra merek dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel Citra Merek terlihat pada tabel III.6.

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 warga RW 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang diluar 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 :

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 42$$

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 22 pernyataan tersebut,

⁴²Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*

setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop* sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 20 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 :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 43$$

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:

$$s_i^2 = \sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n} \quad 44$$

Dimana :

S_i^2	= Simpangan baku
n	= Jumlah populasi
$\sum X_i^2$	= Jumlah kuadrat data X
$\sum X_i$	= Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh $Si^2 = 0,38$, $St^2 = 79,69$ dan r_{ii} sebesar 0,9229 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14) hal ini menunjukkan bahwa koefisien reabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat

⁴³*Ibid.*, h.89.

⁴⁴ Sudjana, *loc.cit.*

dikatakan bahwa instrument yang berjumlah 20 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrument final mengukur keputusan pembelian.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan uji regresi linear sederhana dan korelasi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mencari Persamaan Regresi

Mencari persamaan regresi dengan rumus:

$$\hat{Y} = a + bX^{45}$$

Dimana Koefisien a dan b dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:⁴⁶

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Dimana:

$$\sum x^2 = \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}$$

$$\sum xy = \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n}$$

Keterangan:

\hat{Y} = Persamaan regresi

a = Konstanta

b = Koefisien arah regresi

⁴⁵Sudjana, *Metoda Statistik* (Bandung :PT Tarsito, 2005), h.312.

⁴⁶Ibid., h.315.

2. 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 *Lilliefors*, pada taraf signifikan (α) = 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 Linearitas Regresi

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan Excel menggunakan Test of Linearity pada taraf signifikansi 0,05. Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi kurang dari 0,05⁴⁷

Hipotesis penelitiannya adalah :

⁴⁷*Ibid.*,h.46.

1) H_0 : artinya data tidak linear

2) H_a : artinya data linear

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data tidak linear.

2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data linear. Untuk mengetahui keberartian dan linearitas persamaan regresi di atas digunakan tabel ANAVA pada tabel III.5 berikut ini:⁴⁸

Tabel III.7

DAFTAR ANALISIS VARIANS

UNTUK UJI KEBERARTIAN DAN LINEARITAS REGRESI

Sumber varians	Bebas (db)	Jumlah kuadrat (jk)	Rata rata jumlah kuadrat (RJK)	Fhitung (Fo)	Ftotal (Ft)
Total (t)	N	$\sum Y^2$	-	-	
Regresi (a)	L	$\frac{(\sum Y^2)}{N}$	-	-	-
Regresi (b/a)	L	$b(\sum xy)$	$\frac{JK(b)}{db(b)}$	$\frac{RJK(b)^{*})}{RJK(s)}$	Fo > Ft maka- Regresi Berarti
Sisa (s)	N-2	JK(T)-JK(a)- JK(b/a)	$\frac{JK(s)}{db(s)}$	-	-
Tuna cocok (TC)	K-2	JK(s)-JK(g)	$\frac{JK(TC)}{db(TC)}$	$\frac{RJK(TC)}{RJK(G)} ns)$	Fo < Ft = Regresi Linier
Galat (G)	N-K	$JK(G)$ $= \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$	$\frac{JK(G)}{db(G)}$	-	-

⁴⁸Sudjana, *Op.cit.*, h.332.

2. Persamaan Regresi Linier Sederhana

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

$$Y = a + bX_i^{49}$$

Keterangan:

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 Keberartian Regresi

Uji keberartian regresi ini digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berarti atau tidak berarti, Dengan hipotesis statistik :

$$H_0 : \beta = 0$$

$$H_1 : \beta \neq 0$$

Kriteria Pengujian :

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka regresi berarti

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi tidak berarti

⁴⁹Sugiyono, *op. cit.*, h. 247.

Regresi dinyatakan positif signifikan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$.

b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel X terhadap variabel Y (besar kecilnya pengaruh antara kedua variabel), maka menghitung r_{xy} dapat menggunakan rumus r_{xy}

Product Moment ⁵⁰ rumus sebagai berikut:

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

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”⁵¹. 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 Promosi (X_1) dengan Keputusan Pembelian (Y) dan hubungan Citra Merek (X_2) dengan Keputusan Pembelian (Y).

T_{hitung} dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

⁵⁰*Ibid.*, h. 241.

⁵¹ Bambang Soepomo, *Statistik Terapan : Dalam Penelitian Ilmu – Ilmu Sosial & Pendidikan*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2000), h. 134.

$$T \text{ hitung} = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

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 ⁵³

d. Perhitungan Koefisien Determinasi

Selanjutnya, dilakukan perhitungan koefisien determinasi (penentu) yaitu untuk mengetahui persentase besarnya variasi variabel Y ditentukan oleh variabel X dengan menggunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = r_{xy}^2 \text{ }^{54}$$

Dimana :

KD = Koefisien determinasi

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

⁵²Sugiyono, *op.cit.*, h. 243.

⁵³*Ibid.*

⁵⁴Sugiyono, *op.cit.*, h. 23