

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini ialah untuk mendapatkan pengetahuan yang tepat (sahih, benar, valid) dan dapat dipercaya (dapat diandalkan, reliable) tentang hubungan antara harga dan citra merek dengan keputusan pembelian motor Honda pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (UNJ). Peneliti melakukan penelitian pada seluruh mahasiswa yang berada di Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (UNJ), karena ditempat ini terdapat masalah dalam keputusan pembelian yang disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi sehingga cocok untuk dijadikan tempat penelitian.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama empat bulan, yaitu dari bulan Maret 2015 sampai dengan Juni 2015. Waktu ini dipilih karena dianggap sebagai waktu yang efektif untuk melaksanakan penelitian, karena peneliti telah memenuhi persyaratan akademik untuk penyusunan skripsi.

C. Metode Penelitian

1. Metode

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu⁵⁹.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*.

Kerlinger mengemukakan bahwa,

Penelitian *survey* 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 relative, distribusi, dan hubungan – hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis⁶⁰.

Alasan peneliti menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan antara variabel bebas (Harga dan Citra Merek) yang diberi simbol X1 dan X2 sebagai variabel yang memberhubungan dengan variabel terikat (Keputusan Pembelian) diberi simbol Y sebagai variabel yang dihubungkan. Apabila terdapat sebuah hubungan diantara kedua variable tersebut, maka seberapa erat hubungannya, dan apakah hubungan tersebut berarti atau tidak.

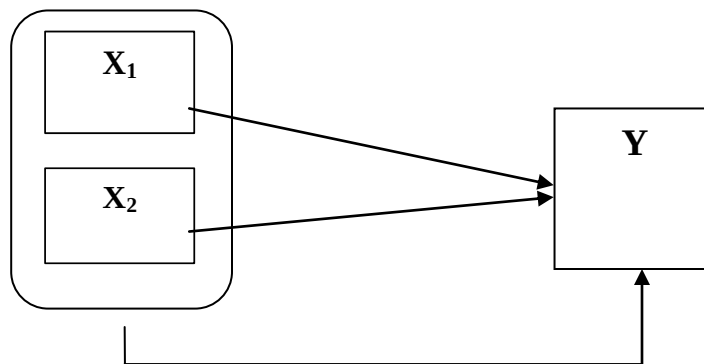
2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel X1 dan X2 (Harga dan Citra Merek) dengan variabel Y

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung:Alfabeta.2007), p. 1

⁶⁰ *Ibid*,p.7

(Keputusan Pembelian), maka konstelasi hubungan antara variabel X_1 dan X_2 dan variabel Y dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar III.1
Konstelasi X_1 dan X_2 (Harga dan Citra Merek) dengan Y (Keputusan Pembelian)

Keterangan:

Variabel Bebas (X_1) : Harga

Variabel Bebas (X_2) : Citra Merek

Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian

—————→ : Arah Hubungan

D. Populasi dan Teknik Sampling

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁶¹. Dengan kata lain keseluruhan obyek yang akan diteliti yang bersifat universal. Jadi, populasi bukan hanya orang tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar

⁶¹ *Ibid*,p.72

jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari tetapi juga meliputi karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu⁶².

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Dengan populasi terjangkau adalah mahasiswa Pendidikan Tata Niaga angkatan 2011 - 2013 Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta dengan alasan berdasarkan hasil *survey* awal, dengan menyebar kuesioner yang paling banyak menggunakan sepeda motor merek Honda, adapun jumlah populasi terjangkau adalah 55 orang mahasiswa. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel III.1 dibawah ini:

Tabel III.1 Populasi dan Sampling

Mahasiswa dari Prodi	Angkatan	Jumlah
Pendidikan Tata Niaga	2011	17 Mahasiswa
	2012	22 Mahasiswa
	2013	16 Mahasiswa
Jumlah		55 Mahasiswa

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁶³. Kemudian, berdasarkan tabel penentuan sampel dari Isaac dan Michael jumlah sampel dari populasi terjangkau dengan *sampling error* 5% adalah 48 mahasiswa.

⁶² *Ibid*,p.80

⁶³ *Ibid*,p.73

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Sampling Purposive. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang peneliti harapkan⁶⁴. Pertimbangan hanya akan memilih sampel yang memenuhi kriteria penelitian sehingga mereka dapat memberikan jawaban yang dapat mendukung jalannya penelitian ini. Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa jurusan Ekonomi dan Administrasi yang pernah dan masih menggunakan sepeda motor merek Honda.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini meneliti tiga variabel yaitu harga dan citra merek (variabel X1 dan X2) 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 suatu proses pemilihan dari berbagai alternatif sehingga konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli produk atau jasa tersebut.

b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian dapat diukur dengan menggunakan empat dimensi. Dimensi pertama yaitu Pengenalan Kebutuhan dengan indikator pertamanya rangsangan internal dengan sub indikator kebutuhan sepeda

⁶⁴Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta,2009),p.218-219

motor yang nyaman. Indikator kedua adalah rangsangan eksternal dengan sub indikator perkembangan teknologi. Dimensi kedua yaitu pencarian informasi dengan indikator pertama adalah sumber pribadi dan sub indikator keluarga, teman dan tetangga. Selanjutnya indikator kedua sumber komersil dengan sub indikator iklan, pramuniaga, dan pedagang perantara. Indikator ketiga yaitu sumber public dengan sub indikator media massa dan website. Indikator keempat sumber pengalaman dengan sub indikator pemakaian produk.

Penyusunan butir instrumen diukur dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan ke responden berdasarkan pengukuran 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. Dan kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji valliditas dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel III.2

Tabel III.2
Kisi-Kisi Instrumen Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No.Butir Valid		No.Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenalan Kebutuhan	Rangsangan Internal	Kebutuhan sepeda motor yang nyaman	1,2,3,4,5	6	-	1,2,3,4,5	6	1,2,3,4,5	6
	Rangsangan Eksternal	Perkembangan teknologi	7,8,9	10	8	7,9	10	7,9	10
Pencarian Informasi	Sumber Pribadi	Keluarga, Teman dan Tetangga	11,12,13	14	-	11,12,13	14	11,12,13	14
	Sumber Komersil	Iklan, Pramuniaga, dan Pedagang Perantara	15,16,17,18	-	-	15,16,17,18	-	15,16,17,18	-
	Sumber Publik	Media Massa dan Website	19,20	21	-	19,20	21	19,20	21
	Sumber Pengalaman	Pemakaian Produk	22,23,24,25,26	27	22,24,25	23,26	27	23,26	27
Sikap pembelian	Keyakinan dalam membeli	Membeli Produk yang disukai	28,29	30	29	28	30	28	30

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. 3
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 menyusun instrumen berbentuk skala likert yang mengacu pada indikator-indikator variabel keputusan pembelian seperti terlihat pada tabel III.3 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 instrumen tersebut telah mengukur dimensi dan indikator dari variabel keputusan pembelian sebagaimana telah tercantum pada tabel III.2. Setelah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen tersebut diuji cobakan kepada 30 mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta (UNJ).

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen yaitu validasi butir dengan menggunakan koefisien korelasi antar skor butir dengan skor total instrumen.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum xi.xt}{\sqrt{\sum xi^2 . \sum xt^2}}^{65}$$

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

$\sum xi^2$ = Jumlah kuadrat deviasi skor butir dari Xi

$\sum xt^2$ = jumlah kuadrat deviasi skor dari Xt

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 maka dari pernyataan yang telah divalidasi terdapat 5 pernyataan yang *drop*, sehingga yang *valid* dan tetap digunakan sebanyak 25 pernyataan (Proses perhitungan lihat lampiran 4).

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.

⁶⁵ Djaali & Pudji Muljono, *Pengukuran dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: PT.Gramedia Widiasarana, 2008), p. 86

Uji reliabilitas dengan rumus *alpha cronbach*, yaitu sebagai berikut:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{66}$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas instrument
 k = Banyaknya butir pertanyaan 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 :

$$si^2 = \frac{\sum Y_i^2 - \frac{(\sum Y_i)^2}{n}}{n}^{67}$$

Keterangan :

S_i^2 = Simpangan baku
 n = Jumlah populasi
 $\sum Y_i^2$ = Jumlah kuadrat data Y
 $\sum Y_i$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 1.63$, $St^2 = 373.56$ dan r_{ii} sebesar 0.954. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Sesuai dengan kriteria yang ditunjukkan oleh tabel *alpha cronbach* $\alpha \geq 0,9$ (perhitungan lihat lampiran 7)

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 25 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

⁶⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi VI* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), p. 276

⁶⁷ Husaini U dan Purnomo S, *Pengantar Statistika* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), p. 292

2. Harga (Variabel X1)

a. Definisi Konseptual

Harga merupakan sejumlah uang (satuan moneter) dan aspek lain yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk.

b. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini harga memiliki tiga dimensi yaitu : Dimensi pertama yaitu tingkat harga dengan indikator harga sesuai dengan pasaran dan harga sesuai dengan mutu produk. Dimensi kedua yaitu cara pembayaran dengan indikator pemilihan cara pembayaran tunai atau kredit dan praktik dalam pembayaran transfer antar bank. Dimensi ketiga yaitu potongan harga dengan indikator pemberian potongan harga pada konsumen.

Penyusunan butir instrumen diukur dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan ke responden berdasarkan pengukuran model skala likert.

c. Kisi-Kisi Instrumen Harga

Kisi-kisi instrumen harga yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel harga yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel harga. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validasi dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen harga dapat dilihat pada tabel III.4

Tabel III.4
Kisi-Kisi Instrumen Variabel X₁ (Harga)

Dimensi	Indikator	Butir uji coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Tingkat harga	a. harga sesuai dengan pasaran	1,2,3,4,5	6,7	6	1,2,3,4,5	7	1,2,3,4,5	7
	b. harga sesuai dengan mutu produk	8,9,10,11,12	13,14	-	8,9,10,11,12	13,14	8,9,10,11,12	13,14
Cara pembayaran	a. pemilihan cara pembayaran tunai atau kredit	15,16	17	17	15,16	-	15,16	-
	b. praktik dalam pembayaran transfer antar bank	18,20	19	20	18	19	18	19
Potongan harga	Pemberian potongan harga pada konsumen	21,22,23,24,25,26,27,30	28,29	22,25,27	21,23,24,26,30	28,29	21,23,24,26,30	28,29

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dengan menggunakan model Skala Likert, telah disediakan 5 alternatif jawaban yang telah disediakan dan setiap jawaban bernilai 1 sampai 5 sesuai dengan tingkat jawabannya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel III.5

Tabel III. 5
Skala Penilaian Untuk Harga

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 Harga

Proses pengembangan Instrumen harga dimulai dengan penyusunan instrumen model Skala Likert yang mengacu pada model indikator-indikator variabel harga 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 dan sub indikator dari variabel harga sebagaimana tercantum pada tabel III.4. Setelah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen tersebut diuji cobakan kepada 30 mahasiswa program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. 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:

$$r_{it} = \frac{\sum xi.xt}{\sqrt{\sum xi^2 . \sum xt^2}}^{68}$$

⁶⁸ Djaali dan Pudji Muljono, *Loc.Cit*

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

$\sum xi^2$ = Jumlah kuadrat deviasi skor butir dari Xi

$\sum xt^2$ = jumlah kuadrat deviasi skor dari Xt

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 maka dari pernyataan yang telah divalidasi terdapat 6 pernyataan yang *drop*, sehingga yang *valid* dan tetap digunakan sebanyak 24 pernyataan (Proses perhitungan lihat lampiran 5).

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*.

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach* yaitu

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{69}$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan 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 :

$$si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}^{70}$$

⁶⁹ Suharsimi Arikunto, *Loc.Cit*

⁷⁰ Husaini U dan Purnomo, *Loc.Cit*

Keterangan :

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 1.72$, $St^2 = 509.43$ dan r_{ii} sebesar 0.979 . Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Sesuai dengan kriteria yang ditunjukkan oleh tabel alpha *cronbach* $\alpha \geq 0,9$ (perhitungan lihat lampiran 13).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 24 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur harga.

3. Citra Merek (Variabel X2)

a. Definisi Konseptual

Citra merek adalah suatu penggambaran yang tercipta dalam pikiran pelanggan yang tersusun dari asosiasi, keunggulan, kekuatan, dan keunikan dari sebuah merek tertentu.

b. Definisi Operasional

Citra merek dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama yaitu jenis asosiasi merek dengan indikator pertama adalah atribut. Indikator kedua adalah manfaat. Indikator ketiga adalah sikap konsumen terhadap merek. Dimensi kedua yaitu Strength Of Brand Association dengan indikator pertama adalah kecocokan pribadi terhadap merek. Indikator kedua adalah

konsistensi konsumen terhadap merek. Dimensi ketiga adalah Favorability Of Brand dengan indikator pertama adalah reliable yaitu apakah merek tersebut dapat diandalkan. Indikator kedua adalah colorful yaitu seberapa berwarna merek tersebut. Dimensi keempat Uniqueness Of Brand Associations dengan indikator tidak ada produk lain yang sama.

Penyusunan butir instrumen diukur dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan ke responden berdasarkan pengukuran model skala likert.

c. Kisi-Kisi Instrumen Citra Merek

Kisi-kisi instrumen citra merek 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. Dan kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan reliabilitas. Kisi-kisi instrumen citra merek dapat dilihat pada tabel III.6

Tabel III.6
Kisi-Kisi Instrumen Variabel X₂ (Citra Merek)

Dimensi	Indikator	Butir uji coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Jenis Asosiasi Merek	Atribut	1,2,3	4	-	1,2,3	4	1,2,3	4
	Manfaat	5,6,7	8	-	5,6,7	8	5,6,7	8
	Sikap konsumen terhadap merek	9,10,11	12	-	9,10,11	12	9,10,11	12
Strength Of Brand Association.	kecocokan pribadi terhadap merek	13,14	15	13	14	15	14	15
	konsistensi konsumen terhadap merek	16,17,18	19	-	16,17,18	19	16,17,18	19
Favorability Of Brand.	reliable yaitu apakah merek tersebut dapat diandalkan	20,21,22, 23,24	25	23,24	20,21,22	25	20,21,22	25
	colorful yaitu seberapa berwarna merek tersebut	26	27	-	26	27	26	27
Uniqueness Of Brand Associations	tidak ada produk lain yang sama	28,29	30	28	29	30	29	30

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dengan menggunakan model

Skala Likert, telah disediakan 5 alternatif jawaban yang telah disediakan dan

setiap jawaban bernilai 1 sampai 5 sesuai dengan tingkat jawabannya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel III.7

Tabel III.7
Skala Penilaian Untuk 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.7.

Tahap berikutnya, konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dan sub indikator dari variabel citra merek sebagaimana tercantum pada tabel III.6. Setelah disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen tersebut diuji cobakan kepada 30 mahasiswa Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. 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:

$$r_{it} = \frac{\sum xi.xt}{\sqrt{\sum xi^2 \cdot \sum xt^2}}^{71}$$

Dimana :

r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen

$\sum xi^2$ = Jumlah kuadrat deviasi skor butir dari Xi

$\sum xt^2$ = jumlah kuadrat deviasi skor dari Xt

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 maka dari pernyataan yang telah divalidasi terdapat 4 pernyataan yang *drop*, sehingga yang *valid* dan tetap digunakan sebanyak 26 pernyataan (Proses perhitungan lihat lampiran 6).

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*.

Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach* yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right]^{72}$$

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan yang valid

$\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir

st^2 = Varians skor total

⁷¹ Djaali dan Pudji Muljono, *Loc. Cit*

⁷² *Ibid*, p. 89

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

$$s_i^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad 73$$

Keterangan :

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 1.38$, $S_t^2 = 408.86$ dan r_{ii} sebesar 0.947 . Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Sesuai dengan kriteria yang ditunjukkan oleh tabel alpha cronbach $\alpha \geq 0,9$ (perhitungan lihat lampiran 19).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 26 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur citra merek.

F. Teknik Analisis Data

A. Deskripsi Data

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran variabel-variabel yang diteliti. Uji statistik deskriptif mencakup nilai rata-rata (*mean*), nilai minimum, nilai maksimum, dan nilai standar deviasi.

⁷³ Husaini U dan Purnomo S, *Loc.Cit*

B. Analisis Data

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Menurut Priyatno, “uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak”⁷⁴. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi normal. Jika data tidak berdistribusi normal, maka metode alternatif yang bisa digunakan adalah statistik non parametrik. Dalam pembahasan ini akan digunakan uji *Liliefors* dengan melihat nilai pada *Kolmogorov-Smirnov*. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05.

b. Uji Linieritas

Pengujian linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan SPSS menggunakan Test of Linearity pada taraf signifikansi 0,05. Variabel dikatakan mempunyai hubungan linier bila kurang dari 0,05⁷⁵.

Hipotesis penelitian adalah :

- 1) H_0 : artinya data tidak linear

⁷⁴ Dewi Priyatni, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2010)p.71

⁷⁵ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan Spss*, (Yogyakarta : Gave Media, 2009),h73

2) H_a : artinya data linear

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistic 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

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukannya pengujian regresi liner berganda terhadap hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian untuk mengetahui ada tidaknya pelanggaran terhadap aumsi-asumsi klasik. Hasil pengujian hipotesis yang lebih baik adalah pengujian yang tidak melanggar asumsi-asumsi klasik, dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolineritas, dan uji autokorelasi.

a. Uji Multikolineritas

Menurut Priyatno, “multikoleniearitas adalah keadaan dimana terjadi hubungan *liner* yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dalam model regresi”⁷⁶. Uji multikolineritas digunakan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya hubungan liner antar variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolineritas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa dilakukan antaranya:

1. Dengan melihat nilai *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi.

⁷⁶ *Ibid*, p.81

2. Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (r^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2).
3. Dengan melihat nilai *Eigenvalue* dan *condition Index*.

Pada pembahasan ini akan dilakukan uji multikoleniearitas dengan melihat nilai *Inflation Factor* (VIF) pada model regresi. Menurut Santoso (2001), pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedasitas

Menurut Priyatno, “heteroskedasitas adalah keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi”⁷⁷. Uji heterokedasitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya varian dari residual pada model regresi. Prasyarat yang harus dilakukan dalam model regresi adalah tidak adanya masalah heterokedasitas.

3. Persamaan Regresi Berganda

Analisis regresi linear ganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi⁷⁸.

Persamaan regresi linier ganda adalah sebagai berikut :

$$\bar{Y} = a + b_1X + b_2X_2$$

Keterangan :

$\bar{Y}$ = variabel terikat (keputusan pembelian)

X_1 = variabel bebas pertama (harga)

⁷⁷ *Ibid*, p.83

⁷⁸ Sugiyono, *Op.Cit*,p.275

X_2 = variabel bebas kedua (citra merek)
 a = Konstanta (nilai $\bar{Y}$ apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)
 b_1 = koefisien regresi variabel bebas pertama
 b_2 = koefisien regresi variabel bebas kedua

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara bersama-sama (Uji F) dan uji koefisien regresi secara parsial (Uji t) yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-Sama (Uji F)

Menurut Priyatno, “uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y)”⁷⁹. F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)} \quad 80$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

n = jumlah data atau kasus

k = jumlah variabel independen

Hasil uji F dapat dilihat pada output ANOVA dari hasil analisis regresi linier berganda diatas.

⁷⁹ *Ibid*, p.67

⁸⁰ *Ibid*, p.68

b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Menurut Priyatno, “uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen ($X_1, X_2, \dots X_n$) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)”⁸¹

Rumus t_{hitung} pada analisis regresi adalah:

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{Sb_i} \quad 82$$

Keterangan :

b_i = koefisien regresi variabel i

Sb_i = standar error variabel

5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Priyatno, “analisis determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen ($X_1, X_2, \dots X_n$) secara serentak terhadap variabel dependen (Y)”⁸³.

Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dengan model mampu menjelaskan variasi variabel dependen. R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel dependen, atau variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau mendekati sempurna.

⁸¹ *Ibid*, p.68

⁸² *Ibid*, p. 69

⁸³ *Ibid*, p.66