

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat peneliti yang akan diteliti adalah Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Dipilihnya Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta sebagai tempat penelitian karena menurut hasil survei awal mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta terdapat masalah pada keputusan pembelian di *Marketplace Shopee*.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret 2019 sampai Juli 2019 karena masa perkuliahan sedang aktif, sehingga dengan waktu tersebut peneliti dapat fokus dalam melakukan penelitian ini.

B. Metode Penelitian

1. Metode

Timotius (2017: 5) menyatakan metode penelitian menolong peneliti untuk mengumpulkan data dari sampel dan menemukan jalan keluar atas permasalahan tertentu. Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode

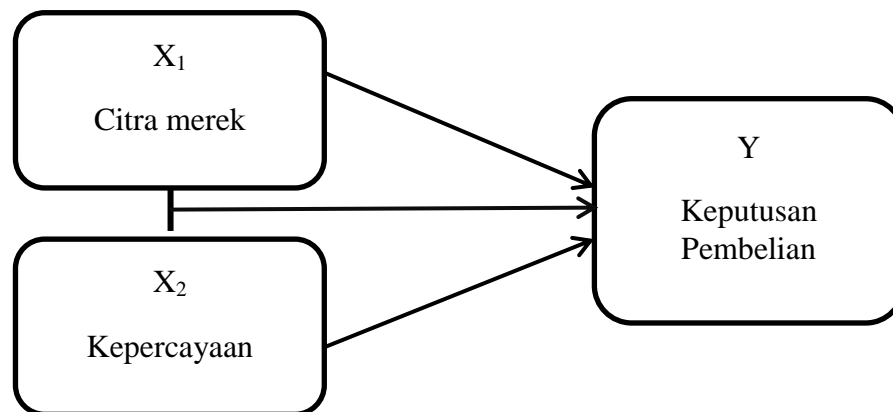
survei. Menurut W Lawrence yang di kutip oleh Sugiono (2014: 12) sebagai berikut:

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 berkenaan dengan pernyataan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

Sedangkan pendekatan yang digunakan peneliti adalah dalam penelitian ini adalah pendekatan korelasional. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan korelasional untuk menentukan ada atau tidaknya hubungan antara variabel. Jika terdapat hubungan antara variabel tersebut maka seberapa eratnya hubungan antara variabel tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara ketiga variabel yaitu variabel bebas citra merek (X_1) dan kepercayaan (X_2) serta variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y) sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. Konstelasi Hubungan antara Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti bahwa terhadap hubungan secara positif dan signifikan antara variabel X_1 yaitu Citra Merek dan variabel X_2 yaitu Kepercayaan dengan variabel Y Keputusan Pembelian, maka konstelasi hubungan antara variabel X dan Y dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

Variabel bebas (X₁) : Citra Merek

Variabel bebas (X₂) : Kepercayaan

Variabel terikat (Y) : Keputusan Pembelian

—————> : Arah Hubungan

C. Populasi dan Sampling

1. Populasi

Menurut Morissan (2012: 117) menyatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini peneliti memilih populasi yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi, di Universitas Negeri Jakarta. Alasan peneliti memilih populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta karena menurut hasil survei awal menunjukkan bahwa terdapat masalah pada keputusan pembelian *Marketplace Shopee*.

2. Sampel

Menurut Morissan (2012: 118) menyatakan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini teknik sampling yang di gunakan oleh peneliti adalah *purposive sampling*.

Menurut Sugiyono (2010: 96) menyatakan *purposive sampling* adalah taknik pengumpulan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Sampel dalam penelitian ini menunjuk pada responden yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Yang pernah melakukan transaksi jual beli di *Marketplace Shopee* sebanyak 115 orang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini meneliti tiga variabel, yaitu Citra Merek (variabel X_1), Kepercayaan (variabel X_2), dan Keputusan Pembelian (variabel Y). Adapun instrument untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

1. Keputusan Pembelian

a. Deskripsi Konseptual

Bedasarkan pendapat beberapa ahli di atas dapat di simpulkan bahwa Keputusan pembelian adalah serangkaian proses dari tahap-tahap yang harus dilewati oleh konsumen ketika akan melakukan pembelian terhadap suatu barang atau jasa.

b. Definisi Oprasional

Keputusan pembelian dapat diukur melalui empat dimensi. Dimensi pertama yaitu pengenalan kebutuhan dengan indikator pertama yaitu internal dengan sub indikator diri sendiri, indikator kedua yaitu eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain. Dimensi kedua yaitu pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi dengan sub indikator teman, indikator sumber komersial dengan sub indikator situs web. Dimensi ketiga yaitu evaluasi alternatif dengan indikator membandingkan dengan produk lain. Dimensi keempat yaitu keputusan pembelian dengan indikator sikap dengan sub indikator menggunakan produk yang disukai.

c. Kisi – Kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Kisi – kisi instrument yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi – kisi instrument yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-Kisi instrumen keputusan pembelian diujicoba dan dijadikan kisi – kisi instrumen final untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi – kisi ini disajikan dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi – kisi instrumen dilihat pada table berikut.

Tabel III.1 Kisi Kisi Instrumen Keputusan Pembelian (Variabel Y)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba	Drop	No Butir Vaild	No Butir Vinal
Pengenalan Kebutuhan	Internal	Diri Sendiri	1, 16, 17	-	1, 16, 17	1, 14, 15
	Eksternal	Pengaruh Orang Lain	2, 9, 14, 15	2	9, 14, 15	7, 12, 13
Pencarian Informasi	Sumber Pribadi	Teman	3, 6, 8	8	3, 6	2, 5
	Sumber Komersial	Web	4, 7	-	4, 7	3, 6
Evaluasi Alternatife	Membandingkan Dengan Produk Lain	-	5, 11	-	5, 11	4, 9
Keputusan Pembelian	Sikap	Menggunakan Produk Yang Disukai	10, 12, 13	-	10, 12, 13	8, 10, 11

Untuk mengisi setiap table pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari lima alternatif yang disediakan. Lima alternative jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternative jawaban yang digunakan sebagai berikut.

Tabel III.2 Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian (Variabel Y)

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

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.2 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.2. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Univeritas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

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 sebagai berikut:

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

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 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 7 halaman 109) dari 17 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 15 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. Menurut Maolani (2010: 145) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

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

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:

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

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,89$, $S_t^2 = 101,29$ dan r_{ii} sebesar 0,9189 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 halaman 110). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 15 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

2. Citra Merek (Variabel X₁)

a. Definisi Konseptual

Dari pendapat beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa citra merek adalah keseluruhan kesan pelanggan kepada produk yang diproduksi dan dipakai oleh perusahaan.

b. Definisi Oprasional

Citra merek dapat diukur dengan dua dimensi. Dimensi pertama adalah asosiasi merek, dengan indikator pertama adalah atribut produk dengan sub indikator adalah fitur produk. Indikator kedua adalah keunggulan dengan sub indikator pertama fungsional sub indikator ke dua adalah simbol dan sub indikator ke tiga adalah pengalaman. Dimensi kedua adalah keunggulan dengan indikator Merek Terkenal.

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. Kisi – kisi instrumen citra merek diujicoba dan dijadikan kisi – kisi final untuk mengukur

variabel citra merek. Kisi – kisi disajikan dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai butir – butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reabilitas. Kisi – kisi instrumen dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel III. 3 Kisi Kisi Instrumen Citra Merek (Variabel X₁)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba	Drop	No Butir Vaild	No Butri Final
Asosiasi Merek	Atribut Produk	Fitur Produk	2, 3, 5, 6, 13	-	2, 3, 5, 6, 13	2, 3, 5, 6, 13
		Fungsional	7, 12, 10	-	7, 12, 10	7, 12, 10
	Keuntungan	Simbol	4, 15	-	4, 15	4, 14
		Pengalaman	1, 11, 14	14	1, 11	1, 11
Keunggulan	Merek Terkenal		8, 9	-	8, 9	8, 9

Untuk mengisi setiap table pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari lima alternatif yang disediakan. Lima alternative jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternative jawaban yang digunakan sebagai berikut.

Tabel III. 4 Skala Penilaian Instrumen Citra Merek (Variabel X₁)

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

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

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 sebagai berikut:

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

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 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 12 halaman 115) dari 15 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 1 pernyataan yang drop, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 14 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. Menurut Maolani (2010: 145) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

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

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:

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

Dimana:

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,60$, $S_t^2 = 112,13$ dan r_{ii} sebesar 0,928 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 13 halaman 116). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 14 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur citra merek.

3. Kepercayaan (Variabel X₂)

a. Definisi Konseptual

Kepercayaan adalah suatu keyakinan yang dimiliki oleh konsumen. Kepercayaan akan timbul apabila konsumen telah merasakan kepuasan setelah mengkonsumsi atau menggunakan produk dengan merek tertentu.

b. Definisi Operasional

Kepercayaan dapat diukur melalui tiga dimensi. Dimensi pertama, yaitu kemampuan dengan indikator pengalaman. Dimensi kedua, yaitu perbuatan baik dengan indikator adalah perhatian. Dimensi ketiga, yaitu integritas dengan indikator pertama kesetiaan dan indikator kedua kejujuran.

c. Kisi – kisi Instrumen Kepercayaan

Kisi – kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi – kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kepercayaan. Kisi – kisi instrumen kepercayaan diujicoba dan dijadikan kisi – kisi final untuk mengukur variabel kepercayaan. Kisi – kisi disajikan dengan tujuan untuk memberikan

informs mengenai butir – butir yang dimasukan setelah uji validitas dan uji reabilitas. Kisi – kisi instrumen dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel III. 5 Kisi Kisi Instrumen Kpercayaan (Variabel X₂)

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba	Drop	No Butir Valid	No Butir Final
Kemampuan	Pengalaman	1, 4, 13, 15	-	1, 4, 13, 15	1, 4, 13, 14
Perbuatan Baik	Perhatian	3, 8, 9, 14	14	3, 8, 9	3, 8, 9
Integritas	Kesetiaan	10, 11, 12	-	10, 11, 12	10, 11, 12
	Kejujuran	2, 6, 7, 5	-	2, 6, 7, 5	2, 6, 7, 5

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

Tabel III. 6 Skala Penilaian Instrumen Kepercayaan (X₂)

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

d. Validasi Instrumen Kepercayaan

Proses pengembangan instrumen kepercayaan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala likert yang mengacu pada model

indikator-indikator variabel kepercayaan terlihat pada tabel III.6 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kepercayaan.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kepercayaan sebagaimana tercantum pada tabel III.6. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Univeritas Negeri Jakarta yang sesuai dengan karakteristik populasi di luar sampel.

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 sebagai berikut:

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

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 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 17 halaman 121) dari 15 pernyataan tersebut,

setelah divalidasi terdapat 1 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 14 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. Menurut Maolani (2010: 145) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

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

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:

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

Dimana:

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 0,92$, $St^2 = 92,29$ dan r_{ii} sebesar 0,904 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 18 halaman 122). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori sangat

tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 14 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kepercayaan.

E. Teknik Analisis Data

Langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Menurut Nirmala dan Janie (2012: 35) bahwa, untuk mendeteksi apakah model yang peneliti gunakan memiliki distribusi normal atau tidak yaitu, dengan menggunakan uji statistic (Uji *Kolmogrov Smirnov*).

Hipotesis penelitiannya adalah:

Ho : Residual berdistribusi normal

Ha : Residual tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian dengan uji statistic *Kolmogrov Smirnov*, yaitu:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka Ho diterima artinya data berdistribusi normal.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka Ho ditolak artinya data tidak berdistribusikan normal.

b. Uji Linieritas

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Menurut Nirmala dan Janie (2012: 35), Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”.

Hipotesis penelitiannya adalah:

Ho : artinya data tidak linier

Ha : artinya data linier

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

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

2. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel *independent (explanatory)* terhadap satu variabel dependen. Adapun Menurut Nirmala dan Janie (2012:13) perhitungan persamaan umum regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

\hat{Y} = variabel terikat (keputusan pembelian)

X_1 = variabel bebas pertama (citra merek)

X_2 = variabel bebas kedua (kepercayaan)

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

b_1 = koefisien regresi variabel bebas pertama, X_1 (citra merek)

b_2 = koefisien regresi variabel bebas kedua, X_2 (kepercayaan)

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Menurut Santoso (2016: 106) bahwa, Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel dependen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen, atau menurut Kuncoro (2011: 107):

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_n = 0$$

Hipotesis alternatifnya (H_a) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau:

$$H_a : b_1 \neq b_2 = \dots \neq b_n \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $F_{hitung} > F_{Tabel}$ atau nilai probabilitas sig. < 0,05
- 2) H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $F_{hitung} < F_{Tabel}$ dan nilai probabilitas sig. > 0,05

b. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Menurut Eriyanto (2015: 335) bahwa, uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap dependen, atau:

$$H_0 : b_i = 0$$

Hipotesis alternatifnya (H_a) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_i \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan hasil analisis adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{Tabel}$ atau nilai probabilitas $sig. < 0,05$
- 2) H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $t_{hitung} < t_{Tabel}$ dan nilai probabilitas $sig. > 0,05$

4. Analisis Korelasi Ganda

Analisis korelasi ganda dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independent (X_1, X_2, \dots, X_n) terhadap variabel dependent secara bersamaan/simultan. Analisis korelasi ganda ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 22.0.

5. Perhitungan Korelasi Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Untuk melakukan perhitungan koefisien determinasi, dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 22.0.