

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang beralamat di Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220. Alasan peneliti memilih di tempat tersebut karena berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan, di tempat tersebut memiliki masalah mengenai minat beli *smartphone* Xiaomi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta di antaranya, yaitu rendahnya Citra Merek dan Citra Negara Asal yang rendah. Selain itu, juga karena faktor keterjangkauan yaitu, kesediaan Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang menerima dan memberikan izin kepada peneliti untuk meneliti di lingkungan tersebut, sehingga memudahkan dalam pengambilan data.

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama lima bulan, mulai dari bulan Maret hingga bulan Juli 2019. Peneliti mengambil waktu tersebut. Karena, waktu peneliti untuk melakukan penelitian sudah tidak terlalu padat. Dan juga waktu tersebut adalah waktu efektif belajar Mahasiswa Fakultas Ekonomi. Sehingga akan

mempermudah peneliti untuk mencurahkan penelitian untuk melakukan penelitian

B. Metode Penelitian

1. Metode

Menurut Sugiono (2007:3) Metode penelitian pada dasarnya merupakan “Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti memilih metode ini dikarenakan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Lawrence dalam buku Sugiyono (2007:12) mengatakan bahwa: *Survey are quantitative beasth. The survey ask many people (call respondent) about their belief, opinions, characteristic and past or present behavior. Survey are appropriate for research questions about self reported belief of behavior.*

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

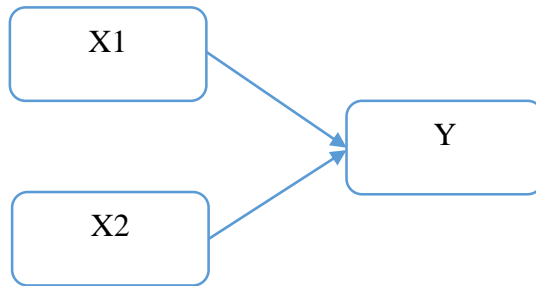
Sedangkan, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan korelasional. Adapun alasan memilih pendekatan korelasional adalah untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel X dengan variabel Y. Jika terdapat hubungan, seberapa erat hubungan dan seberapa berarti hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat diketahui hubungan antara variabel bebas (citra merek) yang diberi simbol X_1 dengan variabel terikat (minat beli) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi dan hubungan antara variabel bebas (*Country of origin*) yang diberi simbol X_2 dengan variabel terikat (minat beli) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi, serta hubungan antara variabel bebas (citra merek) yang diberi simbol X_1 dan variabel bebas (*Country of origin*) yang diberi simbol X_2 dengan variabel terikat (minat beli) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan bahwa:

- a) Terdapat pengaruh citra merek dengan minat beli
- b) Terdapat pengaruh negara asal dengan minat beli

Maka, konstelasi hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar III.5 Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Keterangan:

Variabel Bebas (X1) : citra merek

Variabel Bebas (X2) : Negara asal

Variabel Terikat (Y) : minat beli

Arah Pengaruh : \longrightarrow

C. 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”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Menurut Sugiyono (2010 : 62), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*.

Sugiyono (2007 : 120) mengatakan bahwa, “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”. Jumlah sampel yang didapat oleh peneliti adalah sebanyak 125 responden. Dan dalam hal ini kriteria yang di buat oleh peneliti adalah orang yang tidak mempunyai smartphone Xiaomi, tapi mempunyai minat untuk membeli *smartphone* Xiaomi

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Minat Beli (Variabel Y)

a) Definisi Konseptual

Minat beli adalah kecenderungan konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan untuk membeli, menggunakan, mengkonsumsi suatu merek produk tertentu.

b) Definisi Operasional

Minat beli dapat diukur melalui tiga indicator, yaitu keinginan untuk membeli produk, Kesedian konsumen dan Ketertarikan terhadap situs.

c) Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen penelitian minat beli yang disajikan ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur minat beli dan juga memberikan gambaran sejauh mana instrumen ini mencerminkan indikator minat beli.

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang di drop setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas serta analisis butir soal untuk memberikan gambaran sejauh mana instrumen final masih mencerminkan indikator-indikator minat beli. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.4

Tabel III.4 Kisi-Kisi Instrumen Minat Beli

Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
	(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Keinginan membeli produk	1, 4	7	-	1,4	7	1,4	7
Kesedian konsumen	2,8	6,10	8	2	6,10	2	6,9
Ketertarikan terhadap situs	3,5,9	-	-	3,5,9	-	3,5,8	-

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian responden dapat memilih salah satu jawaban 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 Alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai tingkatan jawaban. Menurut Sugiyono (2013:135) Alternatif jawaban yang digunakan dapat dilihat pada table III.5 berikut:

Tabel III.5Skala Penilaian Instrumen Variabel Y Minat Beli

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

Proses pengembangan instrumen minat beli yang mengacu pada model indikator-indikator variabel minat beli 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 minat beli sebagaimana tercantum pada table III.4 setelah konsep disetujui langkah selanjutnya adalah instrumen di uji cobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, yang berada diluar 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 dalam Sugiono (2014:86) adalah 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 dari 10 pernyataan tersebut, setelah di validasi terdapat 1 pernyataan yang drop, sehingga yang valid dan tetap digunakan adalah sebanyak 9 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 Sugiono (2014:89) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu

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

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

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

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

S_i = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum X_i$ = Jumlah data

Dari hasil yang sudah dihitung, Reliabilitas pada minat beli adalah sebesar 0,808. Maka, instrument memiliki reliabilitas yang sangat tinggi (perhitungan terdapat pada lampiran 8)

2. Brand Image (Variabel X1)

a) Definisi Konseptual

Citra merek (*brand image*) merupakan Persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen terhadap suatu merek.

b) Definisi Operasional

Brand Image dapat diukur dengan dua dimensi, yaitu dimensi pertama adalah asosiasi merek, dengan indikator pertama, yaitu atribut produk, dengan sub indikator harga. Indikator kedua, yaitu keuntungan, dengan sub indikator pertama, yaitu fungsional, sub indikator kedua, yaitu simbol dan sub indikator ketiga, yaitu pengalaman. Dimensi kedua citra merek adalah keunggulan dengan indikator layar yang sensitif dengan sentuhan.

c) Kisi-kisi Instrumen

Kisi-kisi instrumen penelitian brand image yang disajikan ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur brand image dan juga memberikan gambaran sejauh mana instrumen ini mencerminkan indikator *brand image*.

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang di drop setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas serta analisis butir soal untuk memberikan gambaran sejauh mana

instrumen final masih mencerminkan indikator-indikator *brand image*. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.6

Tabel III.6 Kisi-Kisi Instrumen *Brand Image*

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Asosiasi Merek	Atribut Produk	Harga	2,10	11	10	2	11	2	10
		Fitur produk	3,9, 16	12	12	3,9, 16	-	3,9, 14	-
		Warna	4, 13	8	-	4,13	-	4,11	8
	Keuntungan	Percaya Diri	1, 7, 14	-	-	1,7, 14	-	1,7, 12	-
Keunggulan atau keunikan	Layar yang sensitive dengan sentuhan	-	5,6	15	-	5,6	15	5,6	13

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian responden dapat memilih salah satu jawaban 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 Alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai tingkatan jawaban. Menurut Sugiyono (2013:135) Alternatif jawaban yang digunakan dapat dilihat pada table III.7 berikut:

Tabel III.7 Skala Penilaian Instrumen Variabel X1 Brand Image

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

Proses pengembangan instrumen brand image yang mengacu pada model indikator-indikator variabel brand image 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 brand image sebagaimana tercantum pada tabel III.6 Setelah konsep disetujui langkah selanjutnya adalah instrumen di uji cobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, yang berada diluar 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 dalam Sugiono (2014:86) adalah sebagai berikut:

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

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 dari 16 pernyataan tersebut, setelah di validasi terdapat 2 pernyataan yang drop, sehingga yang valid dan tetap digunakan adalah 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 Sugiono (2014:89) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu

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

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

Varian butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan

rumus sebagai berikut :

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}$$

Dimana:

S_i = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum X_i$ = Jumlah data

Dari hasil yang sudah dihitung, Reliabilitas pada *brand image* adalah sebesar 0,585. Maka, instrument memiliki reliabilitas yang cukup (perhitungan terdapat pada lampiran 14)

3. *Country Of Origin* (Variabel X2)

a) Definisi Konseptual

Country of origin merupakan persepsi yang timbul terhadap Negara asal dari suatu produk yang biasa disebut dengan *stereotype*, dan biasa di sampaikan dengan 'made in'

b) Definisi Operasional

Country of origin di ukur dengan tiga dimensi, yaitu dimensi yang pertama adalah *country beliefs* (keyakinan terhadap negara) dengan empat indikator inovasi negara asal, kemajuan teknologi yang dimiliki negara asal, kreatifitas yang dimiliki oleh SDM dari negara asal tersebut, kualitas dalam negara asal. Dimensi yang kedua yaitu *people affect* (pengaruh orang) dengan dua indkator Reputasi yang dimiliki negara asal dan kemajuan dari negara asal. Dan dimensi yang ketiga adalah *desired interaction* (keinginan untuk berinteraksi) dengan indikator negara asal merupak tempat yang ideal untuk di tuju.

c) Kisi-kisi Intrumen

Kisi-kisi instrumen peneltian *country of origin* yang disajikan ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur *country of origin* dan juga memberikan gambaran sejauh mana instrumen ini mencerminkan indikator *country of origin*

Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang di drop setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas serta analisis butir soal untuk memberikan gambaran sejauh mana instrumen final masih mencerminkan indikator-indikator *country of origin*.

Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada table III.8

Tabel III.8 Kisi-Kisi Instrumen Country of Origin

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Keyakinan Terhadap Negara	Inovasi negara asal	3,9	8	-	3,9	8	3,9	8
	Kemajuan teknologi yang dimiliki negara asal	2,7, 13	10	13	2,7	10	2,7	10
	Kretifitas yang dimiliki oleh SDM dari negara asal tersebut	4,6, 11	-	11	4,6	-	4,6	
Pengaruh Orang	Reputasi yang dimiliki negara asal	1	5,12	-	1	5,12	1	5,11

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian responden dapat memilih salah satu jawaban 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 Alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai

tingkatan jawaban. Menurut Sugiyono (2013:135) Alternatif jawaban yang digunakan dapat dilihat pada tabel III.9 berikut:

Tabel III.9 Skala Penilaian Instrumen Variabel X2 *Country of origin*

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 Intrumen

Proses pengembangan instrumen *country of origin* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel *country of origin* terlihat pada table III.8

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel *country of origin* sebagaimana tercantum pada tabel III.8 Setelah konsep disetujui langkah selanjutnya adalah instrumen di uji cobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, yang berada 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 dalam Sugiono (2014:86) adalah sebagai berikut:

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

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 dari 13 pernyataan tersebut, setelah di validasi terdapat 3 pernyataan yang drop, sehingga yang valid dan tetap digunakan adalah sebanyak 11 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 Sugiono (2014:89) uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu

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

Dimana:

r_{ii} = Reliabilitas instrumen

k = Banyak butir pernyataan (yang valid)

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

st^2 = Varian skor total

Varian butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan

rumus sebagai berikut :

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

Dimana:

Si = Simpangan baku

n = Jumlah populasi

$\sum Xi$ = Jumlah kuadrat data X

$\sum Xi$ = Jumlah data

Dari hasil yang sudah dihitung, Reliabilitas pada *country of origin* adalah sebesar 0,748. Maka, instrument memiliki reliabilitas yang tinggi (perhitungan terdapat pada lampiran 20)

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Persyaratan Analisis

a) Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X

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

H_0 : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal.

Hipotesis penelitiannya adalah:

H_0 : data berdistribusi normal

H_a : data tidak berdistribusi normal

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

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data berdistribusi normal.

- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data tidak berdistribusikan normal.

b) Uji Linieritas Regresi

Kadir dan Djaali (2015:180) Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan SPSS menggunakan *Test of Linearity* pada taraf signifikansi 0,05. “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”.

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

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

2. Persyaratan Regresi Linear Sederhana

Analisis dapat dilanjutkan dengan menghitung persamaan regresinya. Persamaan regresi sederhana dapat digunakan untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dimanipulasi (dirubah-ubah). Secara umum persamaan regresi sederhana (dengan satu predictor) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b X$$

Keterangan:

\hat{Y}	= variabel terikat
X	= variabel bebas
a	= konstanta
b	= koefisien regresi variabel bebas

3. Uji Hipotesis

a) Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh signifikan citra merek (X1) dengan minat beli (Y) dan pengaruh *country of origin* (X2) dengan minat beli (Y).

Hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut:

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

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

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 menurut Kuncoro (2011: 106):

$$H_0 : b_i = 0$$

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. Perhitungan Koefisien Determinasi

Imam Ghozali (2013:97) mengemukakan bahwa koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent dalam suatu persamaan regresi. Perhitungan koefisien determinasi dilakukan dengan menggunakan software IBM SPSS Statistics versi 22.