

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta pada mahasiswa Fakultas Ekonomi. Alasan peneliti memilih tempat tersebut karena berdasarkan survei awal yang telah peneliti lakukan terhadap 182 responden, terdapat masalah mengenai keputusan pembelian sepatu Vans pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta di antaranya, yaitu citra merek yang kurang baik, desain produk yang tidak menarik. Kemudian, karena faktor keterjangkauan yaitu, peneliti yang juga merupakan warga Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta sehingga memudahkan dalam pengambilan data untuk penelitian.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2019 sampai Juli 2019, karena pada waktu tersebut jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat dan pada waktu tersebut perkuliahan sedang aktif sehingga lebih mudah untuk melakukan penelitian terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

B. Metode Penelitian

1. Metode

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Alasan peneliti memilih metode ini dikarenakan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Menurut Sugiyono (2013:13) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Sedangkan menurut Sugiyono (2014:7) 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 psikologis.

Alasan peneliti memilih metode survei karena metode survei dapat menggambarkan secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat, serta karakter-karakter yang khas dari kasus atau kejadian suatu hal yang bersifat umum.

2. Konstelasi Pengaruh Antar Variabel

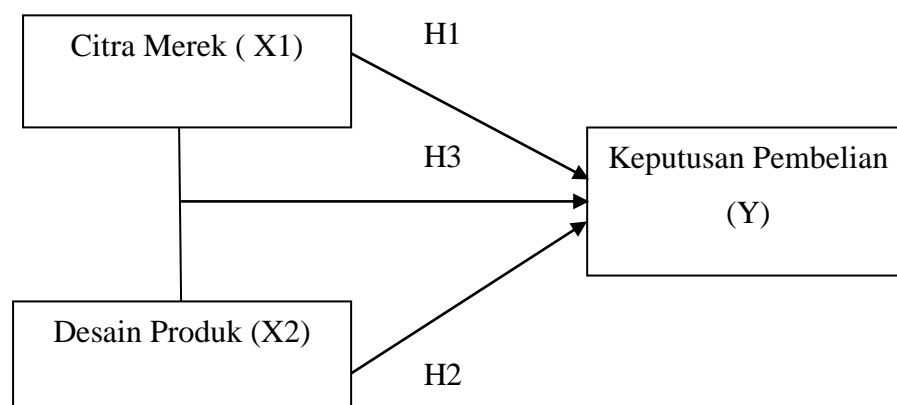
Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa:

H1 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian.

H2 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara desain produk dengan keputusan pembelian.

H3 : Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek dan desain produk dengan keputusan pembelian.

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



Keterangan :

Variabel Bebas (X1) : Citra Merek

Variabel Bebas (X2) : Desain Produk

Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian

—————> : Arah Hubungan

C. Populasi dan *Sampling*

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2014:115) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta sebanyak 182 orang. Hal ini didasarkan bahwa, setelah melakukan survei melalui penyebaran kuesioner pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta, terdapat banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian pada sepatu merek Vans.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2014:116) definisi sampel yaitu sebagai berikut, Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel tersebut secara *purposive*.

Menurut Sugiyono (2016:85) *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Untuk penelitian ini, sampelnya adalah mahasiswa FE UNJ yang pernah melakukan pembelian sepatu Vans sebanyak 152 orang.

D. Teknik Pengumpulan Data

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

1. Keputusan Pembelian

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian merupakan suatu langkah, proses atau tahapan yang dilakukan seorang konsumen dalam memilih suatu produk. Produk tersebut tersedia dalam pilihan alternatif satu dengan yang lainnya. Produk yang akhirnya dipilih konsumen merupakan produk yang benar-benar disukai dan dibutuhkan oleh konsumen. Terpilihnya salah satu produk dari beberapa pilihan yang ada, merupakan hasil dari pertimbangan yang konsumen miliki dan juga hasil dari pengaruh faktor-faktor yang ada.

b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian dapat diukur melalui beberapa dimensi, yaitu:

1. Pengenalan kebutuhan, dengan indikator pertama yaitu internal dengan sub indikator diri sendiri, indikator kedua yaitu eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain.
2. Pencarian informasi, dengan indikator pertama, yaitu sumber pribadi dengan sub indikator pengalaman dan ingatan konsumen, indikator

yang kedua, yaitu sumber eksternal dengan sub indikator, teman atau keluarga.

3. Evaluasi alternatif dengan indikator memilih di antara dua atau lebih alternatif.
4. Pembelian, dengan indikator membeli merek produk atau jasa yang disukai.

c. Kisi-kisi instrumen

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.

Tabel III 1: Kisi-isi Instrumen Keputusan Pembelian

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba	Drop	No. Butir Valid	No. Butir Final
Pengenal an Kebutuhan	Internal	Diri Sendiri	2	-	2	2
	Eksternal	Pengaruh Orang Lain	1	-	1	1
Pencarian Informasi	Sumber Pribadi	Pengalaman	3, 4, 5	-	3, 4, 5	3, 4, 5
		Ingatan	6, 7	-	6, 7	6, 7

Evaluasi Alternatif	Memilih di Antara dua atau lebih alternative		8, 9	-	8, 9	8, 9
Pembelian	Membeli merek yang disukai (Vans)		10	-	10	10

Untuk mengisi setiap butir pernyataan yang berbentuk Skala Likert, telah disediakan lima alternatif jawaban dan setiap jawabannya bernilai dari satu sampai lima sesuai dengan tingkat jawabannya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel III 2: Instrumen Penilaian Keputusan Pembelian

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 model skala likert yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keputusan pembelian terlihat pada tabel III.1.

Tahap selanjutnya, konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing peneliti berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel keputusan pembelian sebagaimana tercantum pada Tabel III.1.

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

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen. Proses validasi dilakukan menggunakan program SPSS versi 22.

Proses pengembangan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator 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 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:

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

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*.

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:

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

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

Hasil perhitungan reliabilitas yaitu sebesar 0,92254 (perhitungan terdapat pada lampiran 8 halaman 111).

2. Citra Merek (Variabel X1)

a. Definisi Konseptual

Citra merek adalah sebuah pendapat, keyakinan dan kepercayaan yang dimiliki konsumen terhadap suatu produk yang dimiliki suatu perusahaan. Pengalaman atau pengetahuan mengenai produk tersebut akan terus melekat diingatan konsumen dan menjadi acuan bagi konsumen dalam melakukan pembelian terhadap produk tersebut di masa yang akan datang.

b. Definisi Operasional

Citra merek dapat diukur melalui tiga dimensi yaitu :

1. Kekuatan asosiasi, dengan indikator reputasi perusahaan.
2. Keunikan asosiasi, dengan indikator identitas fisik dan sub indikator logo, warna, kemasan, dan slogan, indikator yang kedua yaitu kegiatan pemasaran.
3. Keunggulan asosiasi, dengan indikator kualitas produk.

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

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba	Drop	No. Butir Valid	No. Butir Final
Kekuatan Asosiasi	Reputasi Perusahaan		11	-	11	11
Keunikan Asosiasi	Identitas Fisik	Logo Warna	12, 13,	-	12, 13,	12, 13,
		Kemasan Slogan	14	-	14	14
Keunggulan Asosiasi	Kualitas Produk		15, 16, 17	-	15, 16, 17	15, 16, 17

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

Tabel III 4: Instrumen Penilaian Citra Merek

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.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel citra merek.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel citra merek sebagaimana tercantum pada tabel III.4. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 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:

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

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 $r_{\text{tabel}} = 0,361$.
 Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-drop.

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:

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

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

Hasil perhitungan reliabilitas sebesar 0,897 (perhitungan terdapat pada lampiran 12 halaman 116).

3. Desain Produk (Variabel X2)

a. Definisi Konseptual

Desain produk adalah karakteristik dan nilai lebih yang dimiliki sebuah produk yang mudah diingat konsumen dan membuat produk tersebut menjadi menarik serta berfungsi sesuai dengan kebutuhan konsumen. Karakteristik atau ciri tersebut ditunjukkan perusahaan untuk bersaing dan membedakan produknya dari produk yang lainnya.

b. Definisi Operasional

Desain produk dapat diukur melalui tiga dimensi, yaitu:

1. Dimensi pertama yaitu fungsi produk, dengan indikator mudah digunakan kemudian dengan sub indikator kelengkapan dan sesuai dengan kebutuhan, indikator kedua yaitu mudah diperbaiki.
2. Dimensi kedua yaitu estetika produk, dengan indikator pertama yaitu bentuk produk kemudian dengan sub indikator keindahan, keunikan, dan pandangan konsumen, indikator kedua yaitu variasi dengan sub indikator keragaman produk.
3. Dimensi ketiga yaitu daya tarik, dengan indikator warna dan fitur/model.

c. Kisi – kisi Instrumen Desain Produk

Kisi – kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi – kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel desain produk. Kisi – kisi instrumen desain produk diujicoba dan dijadikan kisi – kisi final untuk mengukur variabel desain produk. Kisi – kisi disajikan dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai butir – butir yang dimasukan setelah uji validitas dan uji reabilitas. Kisi – kisi instrumen dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel III 5: Kisi-kisi Instrumen Desain Produk

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba	Drop	No. Butir Valid	No. Butir Final
Fungsi Produk	Mudah Digunakan	Kelengkapan Sesuai dengan kebutuhan	18, 19	-	18, 19	18, 19
Estetika Produk	Bentuk Produk	Keindahan Keunikan	20	-	20	20
Daya Tarik	Warna Fitur/Model		21, 22	-	21, 22	21, 22

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

Tabel III 6: Instrumen Penilaian Desain Produk

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 Desain Produk

Proses pengembangan instrumen desain produk dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel desain produk terlihat pada tabel III.5 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel desain produk.

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

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

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*.

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:

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

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:

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

Hasil perhitungan reliabilitas sebesar 0,885 (perhitungan terdapat pada lampiran 16 halaman 121).

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. Untuk mendeteksi apakah model yang peneliti gunakan memiliki distribusi normal atau tidak yaitu, dengan menggunakan uji statistic (Uji *Kolmogrov Smirnov*).

Hipotesis penelitiannya adalah:

H_0 : residual berdistribusi normal

H_a : residual tidak berdistribusi normal

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

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya residual berdistribusi normal.
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya residual 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. “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”.

Hipotesis penelitiannya adalah:

Ho : data tidak linier

Ha : 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 Berganda

Regresi linier berganda dimasukkan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun 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 (desain produk)

- 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 (desain produk)

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

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:

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

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)

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. Perhitungan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi *R Squared* 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.