

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Alasan peneliti memilih di tempat tersebut karena berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan di tempat tersebut memiliki masalah mengenai keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Selain itu, juga karena faktor keterjangkauan, yaitu kesediaan Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang menerima dan memberikan izin kepada peneliti untuk meneliti di lingkungan tersebut, sehingga memudahkan dalam pengambilan data. Penelitian ini dilaksanakan daring atau *online* melalui survei *Google Form* yang disebar dengan tujuan mempersingkat waktu dan menghemat biaya.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama enam bulan, yaitu dimulai dari bulan Januari 2020 sampai bulan Juni 2020. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian.

B. Pendekatan Penelitian

1. Metode

Menurut Sugiyono (2016:2), menyatakan bahwa metode penelitian diartikan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan 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.

Menurut Sugiyono (2014:81), metode survei adalah penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Lebih lanjut menurut Sugiyono (2014:102) pendekatan korelasional adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan suatu variabel dengan variabel-variabel lain. Hubungan antara satu dengan beberapa variabel lain dinyatakan dengan besarnya koefisien korelasi dan keberartian (signifikan) secara statistik.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan korelasional. Adapun alasan memilih pendekatan korelasional adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel X dengan variabel Y. Jika terdapat pengaruh, seberapa erat pengaruh dan seberapa berarti hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat diketahui pengaruh variabel bebas (harga) yang diberi simbol X_1 terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi dan pengaruh variabel bebas (citra merek) yang diberi simbol X_2 terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi dan pengaruh variabel bebas (iklan)

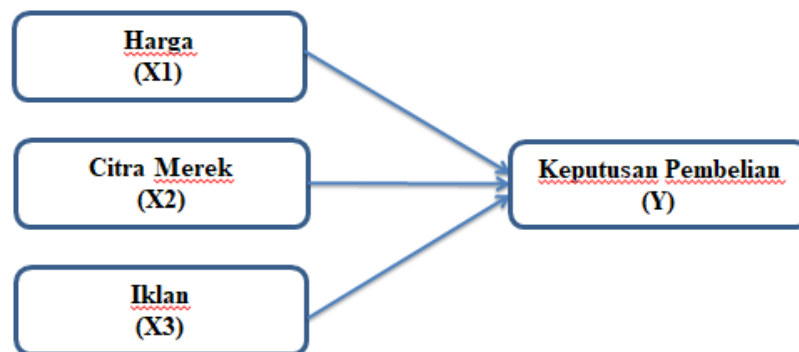
yang diberi simbol X_3 terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. Konstelasi Pengaruh Antar Variabel

Berdasarkan hipotesis yang telah dirumuskan bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga (*price*) dengan keputusan pembelian.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek (*brand image*) dengan keputusan pembelian.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara iklan (*advertisement*) dengan keputusan pembelian.

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



Gambar III. 1 Konstelasi X_1 , X_2 dan X_3 (Harga, Citra Merek dan Iklan) dengan Y (Keputusan Pembelian)

Sumber : Diolah oleh Penulis

Keterangan:

- Variabel Bebas (X_1) : Harga
 Variabel Bebas (X_2) : Citra Merek
 Variabel Bebas (X_3) : Iklan

Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian
 ───────────────────▶ : Arah Hubungan

C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Mahardika (2015:204), populasi adalah universe yaitu semesta atau keseluruhan subjek penelitian yang karakteristiknya ditetapkan oleh peneliti. Populasi dapat berupa orang, kejadian, benda, atau subjek lain yang karakteristiknya sudah diidentifikasi dan ditetapkan untuk dijadikan subjek penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan survei awal yang distribusikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta, terdapat konsumen yang membeli *smartphone* Oppo.

2. Sampel

Menurut Zikmund dan Babin (2013:142) proses pengambilan sampel melibatkan penyusunan kesimpulan tentang keseluruhan populasi dengan melakukan pengukuran dari hanya satu bagian dari keseluruhan elemen populasi. Pengambilan sampel membuat riset menjadi mungkin dalam kasus di mana pengukuran yang dilakukan dari setiap orang atau apa pun adalah satu hal yang tidak mungkin. Sebuah sampel (*sample*) dapat digambarkan sebagai sebuah bagian kecil atau beberapa bagian dari sebuah populasi yang lebih besar di mana karakteristik populasi diperkirakan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah metode *purposive sampling* yang termasuk dalam *non probability sampling*. Sampel yang akan peneliti ambil adalah mahasiswa Fakultas

Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang pernah membeli dan menggunakan *smartphone* Oppo dan responden yang akan diteliti sebanyak 150 mahasiswa.

D. Penyusunan Instrumen

Penelitian ini meneliti empat variabel, yaitu harga (variabel X_1), citra merek (variabel X_2), iklan (variabel X_3) dan keputusan pembelian (variabel Y). Adapun instrumen untuk mengukur keempat variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian merupakan proses evaluasi konsumen melalui tahapan-tahapan untuk menentukan pilihan dari dua atau lebih alternatif atas produk atau jasa.

b. Definisi Operasional

Terdapat empat dimensi yang dapat mengukur keputusan pembelian. Dimensi pertama adalah identifikasi kebutuhan dengan indikator pertama adalah internal dengan sub indikator diri sendiri, indikator kedua adalah rangsangan dari luar atau lingkungan dengan sub indikator pengaruh orang lain. Dimensi kedua adalah pencarian informasi yang memiliki indikator pertama sumber internal dengan sub indikator keluarga dan teman, indikator kedua adalah sumber pemasaran dengan sub indikator iklan (media cetak dan elektronik), indikator ketiga adalah sumber pengalaman dengan sub indikator pernah menggunakan. Dimensi ketiga yaitu evaluasi alternatif dengan indikator membandingkan dengan merek lain. Dimensi keempat yaitu keputusan pembelian dengan indikator sikap dan sub indikator menggunakan merek yang disukai.

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 diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 1.

Tabel III. 1 Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Identifikasi Kebutuhan	Internal	Diri Sendiri	1, 2, 3	4		1, 2, 3	4	1, 2, 3	4
	Eksternal	Pengaruh Orang Lain	6,7			6,7		6,7	
		Keluarga	8, 9			8, 9		8, 9	
	Sumber Internal	Teman	10, 11, 12			10, 11, 12		10, 11, 12	
Pencarian Informasi	Sumber Pemasaran	Iklan (Media Cetak dan Elektronik)	13			13		13	
	Sumber Pengalaman	Pernah Menggunakan	15, 16	14, 17	14	15, 16	17	15, 16	17
Evaluasi Alternatif	Membandingkan merek lain	Memilih diantara dua atau lebih pilihan	18, 20	19	19	18, 20		18, 20	
Keputusan Pembelian	Sikap	Membeli merek yang disukai	5			5		5	

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

sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

Tabel III. 2 Skala Instrumen Penilaian Keputusan Pembelian

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak setuju (TS)	2	4
5.	Sangat tidak setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian

Proses pengembangan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keputusan pembelian terlihat pada tabel III.1 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.1. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diuji cobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi di 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*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 7 halaman 111) dari 20 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang drop, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 18 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

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

Dimana:

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

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

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

Dimana:

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,40$, $S_t^2 = 42,28$ dan r_{ii} sebesar 0,7720 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 halaman 112). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 18 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

2. Harga (Variabel X1)

a. Definisi Konseptual

Harga adalah sejumlah nilai yang dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang diinginkan.

b. Definisi Operasional

Terdapat empat dimensi yang dapat mengukur harga. Dimensi pertama adalah harga yang wajar dengan indikator pertama harga yang layak, indikator kedua harga yang dapat diterima. Dimensi kedua adalah kepastian harga dengan indikator pertama kejelasan harga dan indikator kedua kesesuaian harga. Dimensi ketiga adalah harga yang dapat diandalkan, dengan indikator pertama harga yang baik atau bagus, harga yang dapat dipercaya, dan dimensi keempat adalah harga relatif dengan indikator harga kompetitif.

c. Kisi-kisi Instrumen Harga

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel harga yang

diuji cobakan 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 validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 3.

Tabel III. 3 Kisi-kisi Instrumen Harga

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Fair Price</i> (harga yang wajar)	<i>Worthly Price</i> (harga yang layak)	2			2		2	
	<i>Acceptable Price</i> (harga yang dapat diterima)	3			3		3	
<i>Fix Price</i> (kepastian harga)	<i>Clarity Price</i> (kejelasan harga)	1, 4			1, 4		1, 4	
	<i>Suitability Price</i> (kesesuaian harga)	5	6		5	6	5	6
<i>Reliable Price</i> (harga yang diandalkan)	<i>Good Price</i> (harga yang baik/bagus)	7			7		7	
	<i>Price can be Trusted</i> (harga dapat dipercaya)	8	9	9	8		8	
	<i>Price Comparison</i> (perbandingan harga)	10			10		10	
<i>Relative Price</i> (harga relatif)	<i>Competitive Price</i> (harga kompetitif)	11	12		11	12	11	12

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

Tabel III. 4 Skala Instrumen Penilaian 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 berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel harga terlihat pada tabel III.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel harga.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel harga sebagaimana tercantum pada tabel III.3. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diuji cobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi di 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*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 12 halaman 117) dari 12 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 1 pernyataan yang drop, sehingga yang valid dan tetap digunakan 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. 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

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

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

Dimana:

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,43$, $S_t^2 = 17,89$ dan r_{ii} sebesar 0,7667 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 13 halaman 118). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 11 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur harga.

3. Citra Merek (Variabel X2)

a. Definisi Konseptual

Citra merek merupakan gambaran keseluruhan mengenai sebuah merek dari konsumen yang dapat menambah nilai.

b. Definisi Operasional

Terdapat dua dimensi yang mengukur citra merek. Dimensi pertama adalah asosiasi merek dengan indikator pertama atribut produk, indikator kedua adalah manfaat fungsional, dimensi kedua adalah keunggulan dengan indikator pertama desain yang menarik dan indikator kedua adalah kamera selfie yang bagus.

c. Kisi-kisi Instrumen Citra Merek

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel citra merek yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel citra merek. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir

yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III. 5.

Tabel III. 5 Kisi-kisi Instrumen Citra Merek

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Asosiasi Merek	Atribut Produk	Fitur Produk	6, 10, 11, 12, 13, 14			6, 10, 11, 12, 13, 14		6, 10, 11, 12, 13, 14	
	Manfaat Fungsional	Memudahkan Berkomunikasi	1, 2, 5, 15, 4, 7	3, 9	9	1, 2, 5, 15, 4, 7	3	1, 2, 5, 15, 4, 7	3
Keunggulan	Desain yang menarik Kamera selfie yang bagus		8			8		8	

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

Tabel III. 6 Skala Instrumen Penilaian Citra Merek

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak setuju (TS)	2	4
5.	Sangat tidak setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Citra Merek

Proses pengembangan 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.5 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.5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diuji cobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi di 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*. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 17 halaman 123) 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. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

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

Dimana:

$$\begin{aligned} r_{ii} &= \text{Reliabilitas instrumen} \\ k &= \text{Banyak butir pernyataan (yang valid)} \\ \sum si^2 &= \text{Jumlah varians skor butir} \\ st^2 &= \text{Varian skor total} \end{aligned}$$

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

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

Dimana:

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $Si^2 = 0,43$, $St^2 = 31,45$ dan r_{ii} sebesar 0,7834 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 18 halaman 124). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 14 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur citra merek.

4. Iklan (Variabel X3)

a. Definisi Konseptual

Iklan merupakan bentuk pesan yang menawarkan suatu produk/jasa yang ditujukan kepada konsumen melalui media massa.

b. Definisi Operasional

Terdapat tiga dimensi yang dapat mengukur iklan. Dimensi pertama yaitu media cetak yang memiliki indikator surat kabar dengan sub indikator koran. Dimensi kedua adalah media elektronik yang memiliki indikator *audio* dengan sub indikator yaitu radio dan memiliki indikator *audio visual* dengan sub indikator yaitu televisi.

c. Kisi-kisi Instrumen Iklan

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel iklan yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel iklan. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.7.

Tabel III. 7 Kisi-kisi Instrumen Iklan

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Media Cetak	<i>Visual</i>	Koran	3, 2, 8, 9	7		3, 2, 8, 9	7	3, 2, 8, 9	7
	<i>Audio</i>	Radio	4, 10			4, 10		4, 10	
Media Elektronik	<i>Audio Visual</i>	Televisi	1, 5, 6, 11, 12, 13, 14	15	15	1, 5, 6, 11, 12, 13, 14		1, 5, 6, 11, 12, 13, 14	

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. 8 Skala Instrumen Penilaian Iklan

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 Iklan

Proses pengembangan instrumen iklan dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel iklan terlihat pada tabel III.7 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel iklan.

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.7. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diuji cobakan kepada 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi di 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. Berdasarkan perhitungan (proses perhitungan terdapat pada lampiran 22 halaman 129) 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. 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

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

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

Dimana:

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

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,43$, $St^2 = 37,77$ dan r_{ii} sebesar 0,7975 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 23 halaman 130). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 14 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur iklan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Mengutip Firdaus dan Zamzam (2018:103) mengatakan bahwa pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian, sehingga diperlukannya teknik pengumpulan data yang tepat agar menghasilkan data yang sesuai. Karena tanpa teknik pengumpulan data yang tepat, peneliti akan sulit mendapatkan data penelitian.

Menurut Juliandi, Irfan dan Manurung (2014:65-66) mengatakan bahwa suatu aktivitas penelitian membutuhkan data-data yang akan diolah, dianalisis dan diuji untuk menjawab rumusan masalah penelitian atau membuktikan hipotesis penelitian. Teknik pengumpulan data penelitian merupakan cara untuk mengumpulkan data-data yang relevan bagi penelitian.

Menurut sumber perolehannya, data dikelompokkan menjadi dua bagian, yakni data primer dan data sekunder:

- a. Data primer adalah data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan dari orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya dan data tersebut sebelumnya tidak ada. Contoh data primer, adalah data yang dikumpulkan melalui instrumen yaitu wawancara/*interview*, angket/kuesioner dan pengamatan/observasi.
- b. Data sekunder adalah data yang sudah tersedia yang dikutip oleh peneliti guna kepentingan penelitiannya. Data aslinya tidak diambil peneliti tetapi oleh pihak lain. Contoh data sekunder adalah data yang dikumpulkan melalui studi dokumentasi.

Data yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah data primer melalui instrumen angket/kuisisioner. Juliandi, Irfan dan Manurung (2014:69) mengatakan pula bahwa angket/kuisisioner merupakan pertanyaan atau pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui adanya pendapat atau persepsi dari responden mengenai variabel yang akan diteliti. Angket dibagi menjadi 2 (dua) bentuk:

- a. Angket terbuka: pilihan jawaban yang tidak disediakan oleh peneliti, responden bebas menuliskan jawaban menurut persepsi/pendapat mereka.
- b. Angket tertutup: pilihan jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti, responden memilih jawaban menurut persepsi/pendapat mereka.

Menurut Burhan Bungin (2005:133) bentuk umum dari sebuah angket terdiri dari bagian pendahuluan berisikan petunjuk pengisian angket, bagian identitas berisikan identitas responden seperti: nama, alamat, umur, pekerjaan, jenis kelamin, status pribadi dan sebagainya. Setelah itu baru memasuki bagian isi dari angket yang akan disebarkan. Pada penelitian ini, angket tertutup digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Peneliti melakukan

penyebaran angket/kuisisioner kepada responden. Dimana, setelah diisi angket/kuesioner tersebut dikumpulkan dan diolah kembali oleh peneliti untuk kepentingan penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Adapun 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 Kadir (2015:147) pengujian normalitas data hasil penelitian dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Perumusan hipotesis

H_0 : data berdistribusi normal

H_1 : data tidak berdistribusi normal

b. Data diurutkan dari yang terkecil ke yang terbesar

c. Menentukan kumulatif proporsi (kp)

d. Data ditransformasi ke skor baku: $z_1 = \frac{x_i - \bar{x}}{SD}$

e. Menentukan luas kurva z_i (z-tabel)

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 Linearitas Regresi

Menurut Purnomo (2017:94) uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi pearson atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05. 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. Persamaan Regresi Linier Berganda

Mengutip Rachbini *et.al* (2018:88) bahwa regresi linier berganda dimaksudkan sebagai variabel tak bebas (dependen) yang tergantung pada dua atau lebih variabel bebas (independen).

Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

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

X_1 = variabel bebas pertama (harga)

X_2 = variabel bebas kedua (citra merek)

X_3 = variabel bebas ketiga (iklan)

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

b_1 = koefisien regresi variabel bebas pertama, X_1 (harga)

b_2 = koefisien regresi variabel bebas kedua, X_2 (citra merek)

b_3 = koefisien regresi variabel bebas kedua, X_3 (iklan)

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Menurut Eriyanto (2015:335) Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (β_i) dalam model sama dengan nol, yang berarti apakah semua variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap dependen, atau:

$$H_0 : \beta_i = 0$$

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

$$H_0 : \beta_i \neq 0$$

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

Menurut Sugiyono (2017:231) menyatakan bahwa korelasi ganda (*multiple correlation*) merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel independen secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel dependen. Analisis korelasi ganda ini dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 22.

5. Perhitungan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Jadi, koefisien determinasi menurut Suharyadi dan Purwanto (2009:162) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Untuk melakukan perhitungan koefisien determinasi, dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 22.