

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, objek penelitian adalah *brand image*, *brand trust*, dan *brand preference* dari Kaskus, OLX, dan Tokopedia. Penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuisioner dengan subjek penelitian yang mengetahui atau pernah menggunakan salah satu dari Kaskus, OLX, atau Tokopedia di wilayah Jakarta. Sehubungan dengan permasalahan yang telah disampaikan, maka akan dijelaskan mengenai desain penelitian, obyek penelitian, definisi operasional, pengukuran variabel penelitian, metode pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Cooper dan Schindler (2017:148-152) dikelompokkan menjadi delapan kategori:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Suatu studi dapat dipandang sebagai studi eksploratif atau formal. Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi formal. Studi formal dimulai saat eksplorasi berakhir, studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian dan melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi sumber data. Tujuannya adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

2. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode komunikasi. Media komunikasi dilakukan peneliti



dengan memberikan pertanyaan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan respon mereka berdasarkan makna personal maupun umum. Metode komunikasi dilakukan dengan cara *survey* yaitu menggunakan media kuesioner yang berisi pertanyaan yang diajukan kepada responden.

3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Berdasarkan kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel, kita membedakan antara eksperimental dan *ex post facto*. Penelitian ini menggunakan *ex post facto*. *Ex post facto* adalah peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, dalam arti memanipulasinya. Pengujian dilakukan dengan membandingkan desain eksperimen dan desain laporan. Periset tidak dapat memanipulasi variabel dalam studi.

4. Tujuan Studi

Berdasarkan tujuan penelitian, terdapat dua jenis penelitian, yaitu studi deskriptif dan kausal-eksplanatori. Penelitian deskriptif berkaitan dengan siapa, apa, dimana, kapan, atau berapa banyak. Kausal-eksplanatori menjelaskan hubungan antara variabel yaitu bagaimana *brand image* dan *brand trust* terhadap *brand preference* pada Kaskus, OLX, dan Tokopedia. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif karena penelitian ini menjawab pertanyaan sesuai dengan batasan masalah dan rumusan masalah.

5. Dimensi Waktu

Dimensi waktu diklasifikasikan menjadi 2, yaitu *cross sectional studies* dan *longitudinal studies*. Penelitian ini menggunakan *cross sectional studies* yang artinya dilakukan satu kali dan menyajikan potret satu kejadian dalam satu waktu.



6. Cakupan Topik

Penelitian ini termasuk dalam studi statistik yaitu didesain untuk cakupan yang lebih luas dan bukan lebih mendalam. Studi ini untuk mengetahui ciri-ciri populasi berdasarkan ciri-ciri sampel. Pengujian hipotesis dilakukan secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual (kondisi lapangan) karena data didapat langsung melalui pengumpulan data primer dengan cara menyebarkan kuesioner.

8. Keadaan Persepsi Partisipan

Dalam mengadakan penelitian ini, adanya kesadaran persepsi partisipan ketika orang-orang di dalam lingkungan studi yang disamakan merasa bahwa penelitian sedang dilakukan. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu dengan pendekatan *survey*. Pendekatan *survey* dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada responden, dimana kuesioner tersebut berisikan pernyataan tentang pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap *e-commerce sites* *brand preference* pada Kaskus, OLX, dan Tokopedia.

C. Variabel Penelitian

Variabel – variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel independen yaitu variabel *brand image* (X1) dan *brand trust* (X2). Sedangkan *brand preference* (Y) sebagai variabel dependen. Variabel – variabel tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

1. Variabel Independen

Variabel independen yaitu variabel yang bebas dan tidak terpengaruh oleh variabel lain.

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *brand image* dan *brand trust*.



Tabel 3. 1
Dimensi dan Indikator dari Variabel *Brand Image* & *Brand Trust*

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA	SIMBOL
<i>Brand Image</i> (Sirimp, 2003)	Atribut	1. Kaskus / OLX / Tokopedia memiliki tampilan situs yang menarik dan mudah digunakan.	Interval	Q1
	Manfaat	2. Situs jual beli <i>online</i> Kaskus OLX / dan Tokopedia memberikan kemudahan dalam berbelanja.	Interval	Q2
	Evaluasi	3. Kaskus/ OLX / Tokopedia memberikan pelayanan yang baik.	Interval	Q3
<i>Brand Trust</i> (Delgado, 2005)	<i>Brand Reliability</i>	4. Kaskus/ OLX / Tokopedia sesuai dengan harapan konsumen.	Interval	Q4
		5. Konsumen percaya bahwa situs jual beli <i>online</i> Kaskus/ OLX / Tokopedia lebih terkenal dibandingkan situs jual beli <i>online</i> lainnya.		Q5
		6. Kaskus/ OLX / Tokopedia tidak pernah mengecewakan konsumen.		Q6
		7. Kaskus/ OLX / Tokopedia memberikan jaminan kepuasan kepada konsumen.		Q7
	<i>Brand Intentions</i>	8. Kaskus/ OLX / Tokopedia akan jujur dan tulus dalam melakukan transaksi jual beli <i>online</i>	Interval	Q8
		9. Kaskus/ OLX / Tokopedia menjamin kepentingan penjual maupun pembeli sehingga kedua pihak merasa aman.		Q9
		10. Kaskus/ OLX / Tokopedia dapat diandalkan ketika ada masalah yang terjadi pada konsumen.		Q10
		11. Kaskus/ OLX/ Tokopedia akan memberikan solusi optimal jika terjadi masalah dalam pemakaian produk oleh konsumen.		Q11



2. Variabel Dependen

Variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi atau tergantung oleh variabel lain.

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *brand preference*.

Tabel 3. 2
Dimensi dan Indikator dari Variabel *Brand Preference*

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA	SIMBOL
<i>Brand Preference</i> (Fongana, 2009)	1. <i>Liking</i>	12. Saya lebih menyukai Kaskus/ OLX / Tokopedia dibandingkan dengan merek situs jual beli <i>online</i> lainnya.	Interval	Q12
	2. <i>Using</i>	13. Saya akan menggunakan Kaskus/ OLX/ Tokopedia dibandingkan dengan merek situs jual beli <i>online</i> lainnya.	Interval	Q13
	3. <i>Choosing</i>	14. Saya akan memilih merek Kaskus/ OLX/ Tokopedia dibandingkan dengan merek situs jual beli <i>online</i> lainnya.	Interval	Q14
	4. <i>Buying</i>	15. Saya lebih cenderung membeli barang / jasa yang ditawarkan oleh Kaskus/ OLX/ Tokopedia dibandingkan dengan merek situs jual beli <i>online</i> lainnya.	Interval	Q15

D. Teknik Pengambilan Sampel

Jenis data yang dikumpulkan berupa data yang bersifat kuantitatif, dalam mengumpulkan data peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden di daerah Jakarta.

Teknik pengambilan sampel atau teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Menurut Sugiyono (2012:120-121) *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pendekatan yang



digunakan adalah teknik *sampling purposive/ judgement sampling*. *Sampling purposive/judgement sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini, profil responden yang dipilih berusia 17 tahun – 60 tahun, mengetahui atau pernah menggunakan Kaskus, OLX, atau Tokopedia di wilayah Jakarta sebanyak 219 responden.

Setelah kuesioner telah diisi dan terkumpul, maka akan dilakukan pengolahan data yang bersumber dari kuesioner tersebut. Olahan data tersebut akan dianalisis agar menjadi informasi yang berguna untuk mendukung hasil penelitian ini. Alat bantu yang digunakan berupa SPSS 20.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memenuhi data yang diperlukan, maka harus ditetapkan jenis data apa saja yang diperlukan, dari mana sumber datanya, dan dengan teknik apa data dikumpulkan:

1. Jenis dan Sumber Data

Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan teknik data primer. Data primer diperoleh peneliti melalui kuisisioner yang disebar oleh peneliti kepada responden di wilayah Jakarta. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku-buku, jurnal, *website* situs jual beli *online* yang bersangkutan, dan penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi yang berhubungan dengan topik penelitian dan permasalahan yang dibahas untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

2. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik komunikasi. Teknik komunikasi (*self-administered questionnaire*) yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan (kuisisioner) kepada responden. Jenis



kuisisioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, yaitu pernyataan yang telah disusun sebelumnya dengan alternatif - alternatif jawaban yang telah disiapkan.

Kuesioner yang disusun dalam penelitian ini diukur menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat seseorang tentang fenomena sosial. Menurut Cooper dan Schindler (2017:327), Skala Likert terdiri dari pernyataan yang mengekspresikan sikap terhadap objek. Responden diminta memberi penilaian dalam bentuk Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan pernyataan yang diberikan.

Dengan Skala Likert variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun pernyataan yang akan diajukan kepada responden. Untuk menciptakan efektivitas dengan analisis kuantitatif, maka jawaban dari pernyataan yang diajukan kepada responden akan diberi skor 1 sampai 5. Angka 1 menunjukkan nilai terendah dan angka 5 menunjukkan nilai tertinggi.

Tabel 3. 3
Kriteria Bobot Jawaban Responden

ALTERNATIF JAWABAN	BOBOT
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2012:135)

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2012:172-173) dikatakan valid berarti instrumen tersebut dapat



digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk pengukuran validitas, peneliti menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson*, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

R_{xy}: besarnya korelasi

X: skor butir

Y: skor total yang diperoleh

N: jumlah populasi

$\sum X$: jumlah skor item

$\sum Y$: jumlah skor total

$\sum X^2$: jumlah skor kuadrat nilai X

$\sum Y^2$: jumlah skor kuadrat nilai Y

Untuk mengetahui valid tidaknya instrument dapat dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel dimana df = n-2 dengan taraf signifikan 5%.

Jika r tabel < r hitung maka valid atau *Corrected Item-Total Correlation* berada di atas standard yaitu 0,361 maka butir pertanyaan dikatakan valid.

6. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Sugiyono (2012:190) instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Perhitungan reliabilitas dapat ditulis sebagai berikut dengan menggunakan rumus

© *Cronbach's Alpha:*

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

σb^2 = varians total

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varians butir

Jika nilai alpha > 0.60 maka butir-butir pertanyaan dianggap reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

Varian butir dapat diketahui dengan rumus:

$$S^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n - 1}$$

Keterangan:

S^2 = Varian

N = Jumlah sampel

X = Nilai skor yang dipilih

2. Analisis Profil Responden

Analisis responden dilakukan berdasarkan data profil responden yang didapat dari pengisian kuisioner oleh responden. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui profil dan latar belakang responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini. Selain itu analisis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



profil responden juga bertujuan untuk menyeleksi apakah data yang diperoleh memenuhi kriteria untuk digunakan sebagai sumber penelitian.

3. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menurut Sugiyono (2012:206) adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Termasuk dalam statistik deskriptif menurut Sugiyono (2013: 148) dalam Purba (2014:37) adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, dan perhitungan prosentase.

Untuk mengetahui atribut utama, digunakan perhitungan nilai rata-rata (*mean score*). Cara menghitung skor yaitu dengan mengaitkan frekuensi dengan nilai skor masing-masing dibagi dengan jumlah total frekuensi. Namun pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan analisis persentase untuk menjelaskan data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner.

Analisis Presentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, pengeluaran, dan pendidikan. Analisis profil dilakukan dengan menghitung presentase dengan rumus:

$$P = \frac{fi}{\sum fi} \times 100\%$$



Keterangan:

P = Presentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

Fi = Banyaknya responden yang menjawab satu jenis jawaban tertentu

$\sum f_i$ = Jumlah total responden

Penelitian ini menggunakan perhitungan persentase untuk menjelaskan data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner.

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana adalah regresi yang memiliki satu variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y). Analisis regresi sederhana ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Variabel yang dipengaruhi disebut variabel dependen, sedangkan variabel yang mempengaruhi disebut variabel independen (Sujarweni:2016). Persamaan variabel yang diperoleh dari proses perhitungan regresi, harus diuji secara statistic nilai koefesien regresinya. Apabila semua koefesien regresi signifikan, persamaan regresi yang diperoleh dapat dipergunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen, jika nilai-nilai variabel independen ditentukan (Rangkuti 2015:150).

Model persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

A = konstanta

b = koefesien variabel independen

x = variabel independen

e = error



5. Analisis Regresi Linear Ganda

Analisis Regresi ganda (*multiple linear refresion analysis*) menurut Sujarweni (2016:108) adalah regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Biasanya digunakan dalam menganalisis hubungan dan pengaruh satu variabel terkait dengan dua atau lebih variabel bebas. Model persamaan regresi ganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	=	Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)
X ₁ dan X ₂	=	Variabel independen
β ₀	=	Konstanta (nilai Y' apabila X ₁ , X ₂X _n =0)
β ₁ dan β ₂	=	Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)
ε	=	Error

6. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Simamora (2017), syarat-syarat regresi linier berganda adalah *error* atau *residual* berdistribusi normal, tidak terdapat multikolinearitas, dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki nilai residual distribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian (Surjaweni 2016:68). Prinsip normalitas berlaku untuk



error (Rawlings et al., 1998; Osborne dan Water, 2002; William et al., 2013) dalam Simamora (2017). *Error* yang disebut juga *residual* adalah perbedaan antara nilai hasil observasi dan nilai prediksi yang diperoleh melalui model regresi sebenarnya yang berlaku untuk populasi secara keseluruhan. Residual adalah perbedaan antara nilai observasi dengan nilai prediksi yang diperoleh dengan menggunakan model regresi estimasi. Untuk setiap kombinasi nilai prediktor, diasumsikan distribusi residual adalah normal.

William et al. (2013) dalam Simamora (2017) menambahkan apabila *error* berdistribusi normal, kita dapat mengambil kesimpulan tentang populasi walaupun ukuran sampel kecil. Untuk menguji normalitas, data menggunakan hasil uji statistik Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk. Dikutip dari situs www.statistikian.com, uji Kolmogorov-Smirnov baik digunakan pada sampel kurang dari 100, sedangkan uji Shapiro-Wilk valid dan reliabel untuk menguji hingga 2000 sampel. Dasar pengambilan keputusan adalah:

- (1) Jika nilai *Asymp. Sig. (2tailed)* $\geq \alpha$ (0,05) berarti data memiliki nilai residual berdistribusi normal.
- (2) Jika nilai *Asymp. Sig. (2tailed)* $< \alpha$ (0,05) berarti data tidak memiliki nilai residual berdistribusi normal.

Ho: data residual berdistribusi normal

Ha: data residual tidak berdistribusi normal

Uji Homoskedastisitas

Heterocedasticity adalah suatu keadaan di mana *error variance* tidak sama pada setiap level variabel independen (Osborne dan Waters, 2002) dalam Simamora (2017).



Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat

C ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians residual antar pengamatan tetap, maka disebut homoskedastisitas namun jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas. Umumnya data *cross-section* mengalami heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar), (Ghozali, 2016). Untuk melakukan uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan Uji Glesjer.

Dasar pengambilan keputusan menurut (Sujarweni 2016:238)

- (1) Jika nilai signifikan dari parameter koefisien persamaan regresi $> (0,05)$ – Variabel dependen tidak berpengaruh pada residual (homoskedastisitas)
- (2) Jika nilai signifikan dari parameter koefisien persamaan regresi $\leq (0,05)$ – Variabel dependen berpengaruh pada residual (heteroskedastisitas)

C Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model (Sujarweni 2016:230-231). Menurut Simamora (2017), dalam regresi berganda, multikolinieritas menyatakan adanya hubungan antara satu variabel independen dengan variabel independen lainnya. Apabila terjadi multikolinearitas, maka koefisien regresi yang dihasilkan tidak bisa dipercaya. Jika tujuan sebuah studi adalah untuk menguji pengaruh sejumlah variabel independen terhadap variabel dependen atau untuk menciptakan suatu persamaan, maka multikolinieritas harus dihindari. Uji

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



multikolinearitas ini dapat dilihat dengan menggunakan besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance* pada tabel *coefficient*.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Dasar pengambilan keputusan:

- (1) Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau $VIF < 10$, maka tidak terdapat multikolinearitas.
- (2) Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau $VIF \geq 10$, maka terdapat multikolinearitas.

Uji Keberartian Model (Uji F)

Menurut Sujarweni (2016:159-160) pengujian koefisien regresi secara serentak (Uji F) merupakan metode pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terkait. Model statistik dari Uji F hipotesisnya sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$$

$$H_a : \text{paling tidak ada satu } \beta_i \neq 0 \text{ (} i=1,2 \text{)}$$

Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- (1) Jika $\text{Sig.-F} < \alpha \text{ (} 0,05 \text{)}$, maka tolak H_0 artinya model regresi signifikan.
- (2) Jika $\text{Sig.-F} \geq \alpha \text{ (} 0,05 \text{)}$, maka tidak tolak H_0 artinya model regresi tidak signifikan.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Menurut Sujarweni (2016:159-160) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas/ independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis statistik yang digunakan sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_0 : \beta_2 = 0$$

$$H_a : \beta_1 \neq 0$$

$$H_a : \beta_2 \neq 0$$

Dasar pengambilan keputusannya adalah:



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

(1) Jika $\text{Sig.-t} < 0,05$; maka tolak H_0 . Artinya variabel independen cukup bukti berpengaruh terhadap variabel dependen.

C

(2) Jika $\text{Sig.-t} \geq 0,05$; maka tidak tolak H_0 . Artinya variabel independen tidak cukup bukti berpengaruh terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi (*R Square*)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016:95). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel bebas (*brand image dan brand trust*) dalam menjelaskan variasi variabel terikat (*brand preference*) amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel bebas, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²* pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted R²* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model. Dalam kenyataan nilai *Adjusted R²* dapat bernilai negatif walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Jika dalam uji empiris didapat nilai *Adjusted R²* negatif, maka nilai *Adjusted R²* dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka *Adjusted R²* = $R^2 = 1$



sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka $Adjusted R^2 = (1-k)/(n-k)$. Jika $k > 1$, maka $Adjusted R^2$ akan bernilai negatif.

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur adalah suatu teknik pengembangan dari regresi linier berganda. Menurut Robert D. Rutherford dalam Goetomo (2017) menyatakan bahwa “Analisis jalur adalah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel terikat tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung.” Sedangkan menurut Paul Webley dalam Goetomo (2014:189) menyatakan bahwa “Analisis jalur merupakan pengembangan langsung bentuk regresi berganda dengan tujuan untuk memberikan estimasi tingkat kepentingan (*magnitude*) dan signifikansi hubungan sebab akibat hipotetikal dalam seperangkat variabel.

Menurut Bimo dalam Goetomo (2017) *Sobel Test* merupakan uji untuk mengetahui apakah hubungan yang melalui sebuah variabel mediasi secara signifikan mampu sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Sebagai contoh pengaruh A terhadap B melalui M. Dalam hal ini variabel M merupakan mediator hubungan dari A ke B. Untuk menguji seberapa besar peran variabel M memediasi pengaruh A terhadap B digunakan *Sobel Test*. Jika nilai $Z > 1.96$ maka dinyatakan variabel mediator memediasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dimana *Sobel Test* menggunakan uji Z dengan rumus sebagai berikut:

$$Z = \frac{A \cdot B}{\sqrt{(B^2 \cdot SE_a^2) + (A^2 \cdot SE_b^2)}}$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Dimana:

A = Koefesien regresi variabel independen terhadap variabel mediasi

B = Koefesien regresi variabel mediasi terhadap variabel dependen

SE_a = *Standard error of estimation* dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

SE_b = *Standart error of estimation* dari pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependen

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.