



BAB III

METODE PENELITIAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Obyek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah Perlengkapan Komputer Rexus, sedangkan subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan Perlengkapan Komputer merek Rexus.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper & Schindler (2017:146), desain penelitian adalah perencanaan berdasarkan aktivitas, waktu, dan pertanyaan penelitian serta petunjuk untuk memilih informasi dan kerangka kerja untuk menjelaskan hubungan antara variabel. Menurut Cooper & Schindler (2017:147), ada delapan klasifikasi desain penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

Dalam penelitian ini, tingkat penyelesaian pertanyaan penelitian menggunakan studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan penelitian yang melibatkan prosedur yang tepat serta spesifikasi dari sumber data. Tujuan dari desain studi formal adalah untuk menguji hipotesis dan menjawab semua pertanyaan penelitian yang dikemukakan.

2. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data menggunakan studi komunikasi yaitu peneliti memberikan pertanyaan kepada subjek penelitian dan mengumpulkan respon mereka berdasarkan makna personal maupun umum.

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.



Data yang diperoleh yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* yang disebarikan kepada responden yang pernah membeli dan menggunakan Perlengkapan Komputer merek Rexus.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain *ex post facto (ex post facto design)* yang dimana peneliti tidak memiliki kontrol terhadap variabel-variabel, dalam arti memanipulasi variabel-variabel tersebut. Peneliti hanya melaporkan apa yang telah terjadi dan apa yang sedang terjadi sehingga tidak terjadi bias.

4. Tujuan Studi

Studi yang digunakan adalah studi deskriptif dan kausal-eksplanatori. Studi deskriptif bertujuan untuk menemukan siapa, apa, dimana, kapan, atau berapa banyak. Sedangkan studi kausal-eksplanatori bertujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabelnya. Dalam penelitian ini, bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara variabel *brand image*, *product quality* dan *celebrity endorser* terhadap keputusan pembelian.

5. Dimensi Waktu

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi *cross-sectional (cross-sectional studies)* yang dimana dilakukan satu kali dan mencerminkan gambaran dari suatu keadaan pada satu saat tertentu.

6. Cakupan Topik

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi statistik. Studi ini didesain untuk mencakup karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari

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.

karakteristik sampel dan hipotesis pada penelitian ini akan diuji secara kuantitatif.

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

7. Lingkungan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan lingkungan aktual/kondisi lapangan (*field conditions*) dalam melakukan penelitian. Data yang diperoleh adalah secara langsung dari pengguna produk Rexus di wilayah Kelapa Gading, Jakarta Utara.

8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Dalam penelitian ini, persepsi subjek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian. Persepsi subjek yang baik adalah subjek tidak merasa ada penyimpangan dari situasi rutinitas sehari-hari.

C. Variabel Penelitian

Dalam Penelitian ini, penulis menggunakan variable penelitian sebagai berikut:

1. Variabel Brand Image

Menurut Kotler & Keller dalam skripsi Juliet (2020), pengukur citra merek dapat dilakukan berdasarkan aspek sebuah merek yaitu: Kekuatan (*Strengthness*), Keunikan (*Uniqueness*), Kesukaan (*Favourable*). ditunjukkan pada tabel 3.1 dibawah ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Tabel 3. 1 Pengukuran *Brand Image*

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Brand Image</i>	Kekuatan (<i>Strengthness</i>)	1. Aksesoris komputer merek Rexus memiliki reputasi yang baik. 2. Aksesoris komputer merek Rexus memiliki bentuk dan penampilan yang menarik. 3. Aksesoris komputer merek Rexus termasuk <i>top brand</i> di Indonesia.	Interval
	Keunikan (<i>Uniqueness</i>)	1. Aksesoris komputer merek Rexus relatif lebih terjangkau dibandingkan produk merek serupa dengan spesifikasi yang sama. 2. Aksesoris komputer merek Rexus memiliki ciri khas yang unik sehingga mudah dikenal.	Interval
	Kesukaan (<i>Favourable</i>)	1. Aksesoris komputer merek Rexus mudah diucapkan. 2. Aksesoris komputer merek Rexus mudah diingat.	Interval

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.





2. Variabel Product Quality

Menurut Kotler & Keller (2016:393-394), pengukuran pada *Product Quality* dapat diukur melalui *product difference* adalah sebagai berikut : Bentuk (*Form*), Fitur (*Feature*), Kualitas kinerja (*Performance Quality*), Kualitas kesesuaian (*Conformance Quality*), Daya tahan (*Durability*), Keandalan (*Reliability*), Perbaikan (*Repairability*), Gaya (*Style*), Kustomisasi (*Customization*). Ditujukan pada tabel 3.2 dibawah ini.

Tabel 3. 2 Pengukuran *Product Quality*

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Product Quality</i>	Bentuk (<i>Form</i>)	1. Rexus memiliki desain produk yang <i>ergonomis</i> sehingga dapat digunakan secara nyaman.	Interval
	Fitur (<i>Feature</i>)	1. Rexus memiliki fitur LED (<i>Light Emitting Diode</i>) pada setiap produknya. 2. Headset / earphone Rexus memiliki fitur audio yang baik sehingga nyaman digunakan. 3. Keyboard Rexus memiliki fitur <i>double injection</i> yang baik sehingga tulisan tombol pada keyboard anti-luntur dan nyaman digunakan.	Interval

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

	<p>4. Mouse Rexus memiliki fitur <i>Dots Per Inch</i> yang baik, pengguna tidak perlu menggerakkan mouse terlalu jauh untuk mendapatkan jangkauan kursor yang luas sehingga nyaman digunakan.</p> <p>5. Kursi Rexus memiliki fitur yang baik sehingga nyaman digunakan.</p>	
Kualitas kinerja (<i>Performance Quality</i>)	<p>1. Produk Rexus memberikan kualitas terbaik dengan harga yang terjangkau.</p> <p>2. Produk Rexus memberikan kinerja terbaik dengan harga yang terjangkau.</p>	Interval
Kualitas kesesuaian (<i>Conformance Quality</i>)	<p>1. Produk Rexus memenuhi ekspektasi anda.</p>	Interval
Daya tahan (<i>Durability</i>)	<p>1. Produk Rexus memiliki daya tahan yang unggul dibandingkan produk serupa dengan spesifikasi yang sama.</p>	Interval



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

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.

Keandalan (<i>Reliability</i>)	1. Produk Rexus mampu menjalankan fungsinya dengan periode waktu yang relatif lama.	Interval
Perbaikan (<i>Repairability</i>)	1. Rexus menyediakan layanan garansi selama 1 tahun untuk semua produk. 2. Rexus menyediakan <i>Spare Part</i> untuk semua produk.	Interval
Gaya (<i>Style</i>)	1. Desain produk Rexus yang <i>up to date, stylish, modern, elegan</i> . 2. Rexus memiliki desain yang mudah dikenali.	Interval

3. Variabel Celebrity Endorser

Menurut Andrews & Shimp (2017:228-230), menyebutkan ada beberapa atribut pengukuran dari *celebrity endorsement*, yaitu: *Credibility* (Kredibilitas), *Attractiveness* (daya tarik), *Power* (kekuatan). Ditujukan pada tabel 3.3 dibawah ini.

Tabel 3. 3 Pengukuran *Celebrity Endorser*

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
<i>Celebrity Endorser</i>	<i>Credibility</i> (Kredibilitas)	1. Keahlian selebriti dalam mengiklankan produk Rexus membuat saya tertarik untuk membeli produk Rexus.	Interval



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.

	<p>2. Pengalaman yang dimiliki selebriti dalam mengiklankan produk Rexus membuat saya tertarik untuk membeli produk Rexus.</p> <p>3. Kejujuran selebriti dalam menjelaskan produk membuat saya tertarik untuk membeli produk Rexus.</p>	
<i>Attractiveness</i> (daya tarik)	<p>1. Daya tarik selebriti dalam iklan produk Rexus memberikan pengaruh positif terhadap merek Rexus.</p> <p>2. Selebriti produk Rexus <i>related</i> (terhubung/mirip) dengan profil pengguna produk Rexus pada umumnya.</p> <p>3. Selebriti pada produk Rexus dikenali oleh masyarakat luar.</p>	Interval
<i>Power</i> (kekuatan)	<p>1. Kharisma/karakteristik yang dimiliki selebriti dalam iklan membuat saya tertarik untuk membeli Rexus.</p> <p>2. Kharisma/karakteristik yang dimiliki selebriti dalam iklan</p>	Interval



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.

		produk Rexus membuat saya yakin pada Rexus.	
--	--	---	--

4. Variabel Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Keller (2016:96), mengemukakan keputusan pembelian dapat diukur melalui *consumer behavior* sebagai berikut: Pilihan produk, Pilihan merek, Pilihan penyalur, Waktu pembelian, Jumlah pembelian, Metode pembayaran. Ditujukan pada tabel 3.4 dibawah ini.

Tabel 3. 4 Pengukuran Keputusan Pembelian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian	Pilihan produk	1. Rexus memiliki desain yang <i>up to date, stylish, modern, elegan</i> pada setiap produknya. 2. Rexus memiliki keunggulan produk dibanding pesaing dengan spesifikasi sama. 3. Rexus memiliki beragam produk yang ditawarkan.	Interval
	Pilihan merek	1. Aksesori komputer merek Rexus memiliki reputasi yang baik. 2. Rexus termasuk <i>top brand</i> aksesori komputer di Indonesia.	Interval



Waktu pembelian	1. Proses pembelian produk Rexus cepat dan mudah karena banyak yang menyediakan produknya.	Interval
Metode pembayaran	1. Proses pembayaran pembelian produk Rexus sangat mudah karena memiliki berbagai jenis pembayaran.	Interval

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

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 Gie

D. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan *non probability sampling*, menurut Sekaran & Bougie (2017:59), *non probability sampling* adalah elemen tidak memiliki peluang yang diketahui atau yang ditentukan sebelumnya untuk dipilih sebagai subjek. Dengan pendekatan *judgement sampling*, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan kriteria tertentu. Pada penelitian ini, responden yang dipilih adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan Perlengkapan Komputer merek Rexus sebanyak 100 responden.

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus Paul Leedy dalam Syafatra (2016) sebagai berikut :

$$N = \left(\frac{Z}{e}\right)^2(P)(1 - P)$$

Keterangan :

N = Ukuran sampel

Z = Standard score untuk α yang dipilih



e = Sampling error yang dipergunakan

P = Proporsi harus dalam populasi

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka nilai P (1-P) dengan nilai maksimal = 0,25. Bila menggunakan confidence level 95% dengan tingkat kesalahan 10%, maka besarnya sampel adalah :

$$N = \left(\frac{1,96}{0,1} \right)^2 0,25 = 96,4$$

Digenapkan menjadi 100 orang responden, setelah kuesioner 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 adalah IBM SPSS Statistics 26.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan didalam penelitian ini adalah teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner terhadap 100 orang responden, untuk memperoleh data tersebut, penulis menggunakan *Google forms*, dimana para responden dapat mengisi kuesioner secara online. Dimana responden ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan Perlengkapan Komputer merek Rexus

Pada penelitian ini, untuk menentukan penilaian skor 1 – 5 atas jawaban yang diberikan oleh responden, peneliti menetapkan nilai masing –masing pernyataan diperoleh menggunakan skala likert, menurut Sekaran & Bougie, (2017:30) skala likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala lima-titik dengan panduan sebagai berikut :

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

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.



b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018:45), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach's Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70. Tetapi jika hasil *Cronbach's Alpha* < 0.70, maka dikatakan tidak reliabel.

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran data dan variabel-variabel penelitian sehingga lebih mudah untuk dideskripsikan (Umar, 2019). Perhitungan statistik hasil pengujian analisis deskriptif ini menggunakan bantuan program Software IBM SPSS Statistics 26. Analisis yang digunakan antaranya adalah:

a. Rata-rata Hitungan (mean)

Menurut Umar (2019:90) Rata- rata hitung adalah penjumlahan nilai-nilai pengamatan dalam suatu distribusi yang dibagi oleh jumlah pengamatan.

b. Rentang Skala

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.



Menurut Umar (2019:91) Rentang skala untuk menentukan posisi responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Untuk itu, perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$RS = (b - k)/b$$

$$RS = \frac{4}{5} = 0,80$$

Keterangan:

Rs = Rentang skala

b = Skala ukur terbesar

k = Skala ukur terkecil

Berdasarkan rumus diatas maka rentang skala tiap variabel digambarkan melalui **Tabel 3.5** sebagai berikut.

Tabel 3. 5 Rentang Skala

Rentang Skala	Brand Image	Product Quality	Celebrity Endorser	Keputusan Pembelian
1-1,8	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Setuju
1,8-2,6	Tidak Baik	Tidak Baik	Tidak Baik	Tidak Setuju
2,6-3,4	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Setuju
3,4-4,2	Baik	Baik	Baik	Setuju
4,2-5,0	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Setuju

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan-hubungan variabel penelitian. Melalui analisis ini maka akan diketahui apakah hubungan tersebut positif atau negatif. Perhitungan statistik hasil pengujian analisis regresi linier berganda ini menggunakan bantuan program Software IBM SPSS Statistics 26. Analisis yang digunakan antaranya adalah:

a. Model Persamaan Regresi dan Estimasi

Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

β_0 = Konstanta

β_1 - β_3 = Koefisien regresi masing-masing variabel

X_1 = variabel independen (*Brand Image*)

X_2 = variabel independen (*Product Quality*)

X_3 = variabel independen (*Celebrity Endorser*)

e = error

Persamaan regresi tersebut diatas akan diestimasi sehingga diperoleh persamaan regresi estimasi sebagai berikut:

$$\hat{Y} = b + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan:

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



b_1 = estimasi perubahan untuk X_1

b_2 = estimasi perubahan untuk X_2

b_3 = estimasi perubahan untuk X_3

X_1 = variabel independen (*Brand Image*)

X_2 = variabel independen (*Product Quality*)

X_3 = variabel independen (*Celebrity Endorser*)

Persamaan regresi estimasi tersebut diatas diharapkan akan memenuhi kriteria BLUE (*Best Linier Unbiased Estimated*). Kriteria BLUE dapat dipenuhi jika memenuhi asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

b. Uji Asumsi Klasik

(1) Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018:161), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika terdapat normalitas, maka residual akan terdistribusi secara normal dan independen, model yang paling baik adalah distribusi data normal/mendekati normal.

Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan menggunakan uji statistik *non – parametik Kolmogorov – Smirnov (K – S)*. Uji K –S dengan $\alpha = 0.05$ dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

Jika $\text{Sig.} \geq 0.05$ maka data berdistribusi normal.

Jika $\text{Sig.} \leq 0.05$ maka data berdistribusi tidak normal.

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.



Pengujian ini menggunakan bantuan program Software IBM SPSS Statistics 26.

(2) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:137), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Alat heteroskedastisitas yang digunakan pada penelitian ini untuk menguji gangguan heteroskedastisitas adalah metode *Glejser*, uji *Glejser* dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen (bebas) dengan nilai absolutnya dengan persamaan regresi :

$$|U_t| = \alpha + \beta X_t + v_t$$

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Jika Sig > 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas

Jika Sig < 0.05 maka terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian ini menggunakan bantuan program Software IBM SPSS Statistics 26.

(3) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018:107), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal. Variabel

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.



ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel sama dengan nol.

Pada penelitian ini uji gangguan multikolinieritas menggunakan *Variance inflation factor* (VIF). Dasar pengambil keputusannya adalah sebagai berikut :

Jika $VIF < 10$ maka bebas multikolinieritas

Jika $VIF > 10$ maka terdapat multikolinieritas

Pengujian ini menggunakan bantuan program Software IBM SPSS Statistics 26.

c. Uji Kesesuaian Model (Uji F)

Menurut Umar (2019:113), uji kesesuaian model berguna untuk menyatakan apakah model penelitian yang diajukan adalah sesuai atau tidak sesuai setelah data penelitian digunakan.

Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- (1) Jika nilai $\text{sig} \leq 0.05$ maka model yang digunakan sesuai (fit).
- (2) Jika nilai $\text{sig} > 0.05$ maka model yang digunakan tidak sesuai.

Pengujian ini menggunakan bantuan program Software IBM SPSS Statistics 26.

d. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Menurut Umar (2019:137), uji koefisien regresi parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen, jika nilai *P-value Sig (2-tailed)* < 0.05 dapat dikatakan terdapat hubungan. Karena uji yang

dilakukan adalah uji satu arah maka hasil *P-value Sig (2-tailed)* dibagi dua, hasilnya menjadi *P-value Sig (1-tailed)*. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- (1) Jika signifikansi $\leq 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- (2) Jika signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Pengujian ini menggunakan bantuan program Software IBM SPSS Statistics 26.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.