

BAB III

METODE PENELITIAN

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

A. Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merek Aqua. Subjek penelitian adalah konsumen atau responden yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, yaitu pria atau wanita yang memiliki pengetahuan tentang AMDK merek Aqua. Dalam kasus ini subjeknya adalah responden yang pernah membeli atau mengonsumsi AMDK merek Aqua. Penelitian ini dilakukan melalui pengisian kuesioner oleh responden yang tinggal di wilayah Jakarta Utara. Penelitian dilakukan pada periode bulan Juli tahun 2014.

B. Disain Penelitian

Klasifikasi desain menurut Cooper dan Schindler (2008 : 141), dibagi menjadi delapan perspektif, yaitu:

Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Penelitian ini menggunakan studi formal dimulai dengan suatu hipotesis atau pertanyaan penelitian yang kemudian melibatkan prosedur dan spesifikasi sumber data yang tepat. Tujuan dari studi formal ini adalah untuk menguji hipotesis atau jawaban atas pertanyaan yang ada di dalam batasan masalah penelitian.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode komunikasi, yaitu dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara manual dengan mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada subjek penelitian berkaitan dengan variabel-variabel dalam penelitian yaitu citra merek, harga, dan perilaku pembelian AMDK Aqua.



3. Pengendalian Variabel-Variabel oleh Peneliti

Ⓒ Penelitian ini merupakan penelitian *ex post facto*, karena penelitian ini dilakukan setelah kejadian sesudah fakta atau peristiwa yang telah terjadi sehingga penulis tidak dapat mengontrol variabel bebasnya dan sifatnya tidak dapat dimanipulasi.

4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *causal-predictive* (sebab akibat). Metode ini bertujuan untuk mempelajari mengapa suatu variabel dapat mengakibatkan perubahan atau pengaruh pada persepsi konsumen terhadap suatu produk tertentu.

Dimensi Waktu

Penelitian ini merupakan penelitian studi *cross-section* (studi lintas bagian) dimana penelitian hanya dilakukan sekali dan mewakili satu periode tertentu.

6 Ruang Lingkup Topik

Penelitian ini menggunakan studi disain statistik dengan tujuan untuk memperluas studi bukan untuk memperdalamnya. Hipotesis dalam penelitian ini akan diuji secara kuantitatif dengan menggunakan uji statistik.

7. Lingkungan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kondisi lingkungan aktual (kondisi lapangan), karena data-data didapatkan secara langsung di lapangan dengan menyebarkan kuesioner, khususnya di wilayah Jakarta Utara.

Persepsi Subyek

Hasil kesimpulan dari penelitian ini bergantung kepada jawaban-jawaban yang diberikan oleh subyek penelitian. Dimana persepsi subyek penelitian dapat mempengaruhi hasil penelitian secara tidak terlihat. Oleh karena itu, penulis berusaha memberikan pemahaman kepada subyek penelitian untuk menghindari persepsi negatif terhadap penelitian yang sedang penulis lakukan.

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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



C. Variabel Penelitian

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
2014 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Variabel – variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel independen yaitu variabel citra merek (X_1) dan harga (X_2). Yang berperan sebagai variabel dependen dalam penelitian ini adalah perilaku pembelian.

Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini, variabel bebasnya adalah citra merek (X_1) dan harga (X_2).

a. Variabel Citra Merek (X_1)

Berbagai asosiasi yang saling berhubungan akan menimbulkan suatu rangkaian yang disebut citra merek. Menurut Shimp (2010 : 39), citra merek merupakan asosiasi yang aktif di memori ketika orang berpikir tentang merek tertentu. Asosiasi tersebut dapat dikonseptualisasikan dalam hal jenis, kebaikan, kekuatan, dan keunikan. Variabel ini akan membahas mengenai citra merek Aqua yang akan diukur dari dimensi-dimensi asosiasi merek, dimana dengan citra merek Aqua yang sudah dipersepsikan oleh konsumen, akan dapat menentukan perilaku pembelian konsumen. Dimensi-dimensi citra merek yang diukur dalam variabel ini adalah:

- (1) Atribut. hal-hal yang tidak berhubungan dengan produk (contoh: harga, kemasan, pemakai, dan citra penggunaan), dan hal-hal yang berhubungan dengan produk (contoh: warna, ukuran, desain).
- (2) Manfaat. Manfaat dalam penelitian ini adalah manfaat fungsional yaitu manfaat yang berusaha menyediakan solusi bagi masalah-masalah konsumsi.

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)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Undang-Undang

- Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



Tabel 3.1 (Lanjutan)

Operasionalisasi Variabel Citra Merek

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
	3. Evaluasi Keseluruhan	1. Mengkonsumsi AMDK Aqua dapat membantu konsumen terhindar dari dehidrasi	Interval

Sumber: Data Olahan

b. Variabel Harga (X₂)

Menurut Kotler dan Armstrong (2012 : 314), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa; jumlah atas nilai yang ditukarkan konsumen atas manfaat dari kepemilikan atau penggunaan sebuah produk atau jasa. Dimensi harga yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Good-value pricing* yaitu persepsi kualitas terhadap tingkat harga yang wajar.

Variabel harga dengan dimensinya dapat dilihat dalam tabel 3.2.

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Harga

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Harga (Kotler & Armstrong, 2012)	1. <i>Good-Value Pricing</i>	1. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk AMDK Aqua.	Interval
		2. Harga yang ditawarkan Aqua terjangkau	Interval

Sumber: Data Olahan



2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel bebas atau lainnya.

b. Variabel Perilaku Pembelian (Y)

Dalam penelitian ini, variabel terikat yang digunakan adalah perilaku pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2013 : 157), perilaku pembelian konsumen adalah tingkah laku konsumen akhir, individual dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk dikonsumsi secara pribadi.

Dimensi perilaku pembelian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembelian ulang (*repeat purchase*) dimana konsumen yang merasa puas dan produk yang pernah dicoba lebih baik daripada merek lain, cenderung akan melakukan pembelian ulang.

Variabel perilaku pembelian, dengan dimensinya dapat dilihat dalam tabel 3.3.

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Perilaku Pembelian

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Perilaku Pembelian (Kotler et al., 2013)	1. Pembelian ulang	1. Konsumen bersedia membeli ulang produk perusahaan.	Interval
		2. Dalam jangka waktu panjang, konsumen akan rutin membeli produk perusahaan.	Interval

Sumber: Data Olahan



D. Karakteristik Responden

© Dalam penelitian ini karakteristik responden yang digunakan, antara lain:

Tabel 3.4

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Keterangan
1. Jenis kelamin	a. Pria b. Wanita
2. Usia	a. 17-25 tahun b. 26-30 tahun c. 31-35 tahun d. 36-40 tahun e. > 40 tahun
3. Pendidikan	a. SMP / Sederajat b. SMA / Sederajat c. Diploma (D1/D2/D3) d. Sarjana (S1/S2/S3)
4. Pekerjaan	a. Pelajar b. Mahasiswa/i c. Karyawan/i d. Wiraswasta e. Lainnya

Sumber: Data Olahan

© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Cooper dan Schindler (2008 : 143), teknik Pengumpulan data terdiri dari teknik komunikasi dan teknik observasi. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik komunikasi. Dimana data yang diperoleh adalah data primer, yaitu data yang didapat dari sumber pertama, dari hasil wawancara atau pengisian kuesioner. Penulis menggunakan teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden untuk memperoleh data primer yang diperlukan dalam penelitian ini.

Skala yang dipakai dalam penyusunan kuesioner dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Ghazali (2009 : 45), skala likert yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dari angka yang dimulai dari angka 1 sampai dengan 5, dimana 1 menunjukkan nilai terendah sedangkan angka 5 menunjukkan nilai tertinggi.

<u>Skala Peringkat</u>	<u>Bobot</u>
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Rentang skala digunakan untuk menempatkan skor yang dihasilkan setiap variabel dalam suatu rentang tertentu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



Untuk itu perlu dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

$$Rs = \frac{m - n}{b}$$

Dimana:

- m : skor tertinggi pada skala
n : skor terendah pada skala
b : jumlah kelas atau kategori yang kita buat

Jadi karena skor terbesar = 5, dan skor terkecil = 1, dan jumlah kelas atau kategori adalah 5, maka dapat ditentukan rentang skalanya sebagai berikut.

$$Rs = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Gambar rentang skala:

	STS	TS	N	S	SS
1	1.8	2.6	3.4	4.2	5

Peterangan:

- 1 – 1.8 : Sangat tidak setuju
1.8 – 2.6 : Tidak setuju
2.6 – 3.4 : Netral
3.4 – 4.2 : Setuju
4.2 – 5 : Sangat Setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



F. Teknik Pengambilan Sampel

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability/non-random sampling* atau yang disebut juga penarikan sampel secara tidak acak. Dalam penggunaan *non-probability sampling* ini pengetahuan, kepercayaan, dan pengalaman seseorang sering kali dijadikan pertimbangan untuk menentukan anggota populasi yang akan dijadikan sebagai sampel. Dengan demikian tidak semua anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih secara acak sebagai sampel.

Jenis teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah *judgment sampling* yaitu sampel dipilih berdasarkan penilaian peneliti bahwa dia adalah pihak yang paling baik untuk dijadikan sampel penelitiannya.

Dalam penelitian ini jumlah sampel yang ditentukan adalah sebanyak 150 responden yang berdomisili di wilayah Jakarta Utara.

G. Teknik Analisis Data

Untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, maka data yang diperoleh sebelumnya harus diolah dan dianalisis. Penulis menggunakan bantuan program SPSS versi 19 untuk mempermudah seluruh proses perhitungan dan analisis data. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpul data primer.

Analisis Deskriptif

a. Profil Responden

Digunakan untuk menghitung persentase masing-masing kategori responden.

Cara perhitungannya adalah dengan menggunakan rumus frekuensi relatif sebagai berikut:

$$Pr = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

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. 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.

Keterangan:

Pr : Persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu.

f_i : Jumlah responden kategori tertentu.

$\sum f_i$: Jumlah total responden.

b. Rata-rata (*Mean*)

Setelah memperoleh data yang lengkap, maka harus dicari nilai rata-ratanya.

Perhitungan nilai rata-rata skor adalah dengan menjumlahkan seluruh bobot dibagi dengan jumlah total responden secara sistematis, rata-rata dapat dihitung dengan rumus:

$$Fr_i = \frac{\sum f_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr_i : Frekuensi relatif dari setiap kategori

$\sum f_i$: Jumlah responden yang termasuk kategori - i

n : Total responden

c. Selang Kepercayaan (*Confidence Intervals*)

Menurut Bowerman et al., (2011 : 309) selang kepercayaan untuk rata-rata populasi adalah selang yang dibangun disekitar rata-rata sampel sehingga kita cukup yakin, atau yakin bahwa selang ini mengandung rata-rata populasi.

Selang kepercayaan untuk rata-rata populasi berdasarkan apa yang disebut tingkat kepercayaan. Tingkat kepercayaan ini adalah persentase (misalnya, 95 persen atau 99 persen) yang mengungkapkan seberapa yakin kita bahwa selang kepercayaan mengandung rata-rata populasi. Selang kepercayaan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:



Rumus Selang Kepercayaan:

$$\bar{x} - Z_{\alpha/2} \left(\frac{\sigma}{\sqrt{n}} \right) \leq \mu \leq \bar{x} + Z_{\alpha/2} \left(\frac{\sigma}{\sqrt{n}} \right)$$

Keterangan:

$\bar{x}$: Rata-rata Sampel

α : 1 - (tingkat kepercayaan)

$Z_{(\alpha/2)}$: Nilai Z (dari tabel Z)

σ : Standar Deviasi Populasi

n : Banyaknya Anggota Sampel

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

2 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2009 : 49), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian dilakukan secara statistik dengan menggunakan korelasi *product moment* dengan dukungan komputer melalui bantuan program SPSS 19.

Rumus Validitas *Pearson Product Moment*:

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber: Husein Umar (2010 : 53), *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku*

Karyawan: Paradigma Positivistik dan Berbasis Pemecahan Masalah.

Keterangan :

Ⓒ r : Korelasi *Product Moment*

X : Skor tiap pertanyaan / item

Y : Skor total responden

n : Jumlah responden

Selanjutnya secara metode statistika, nilai korelasi yang diperoleh harus diuji terlebih dahulu dengan menyatakan apakah nilainya signifikan atau tidak. Uji korelasi dilakukan dengan membandingkan r yang didapat dengan r *product moment* pada tabel, dilihat dari n = jumlah responden dengan $\alpha = 5\%$ atau pada tingkat kepercayaan 95%, maka r tabel ($\alpha=5\%$, n=30) = 0,361 (Riduwan, 2009 : 360).

Dasar pengambilan keputusan:

Jika r hitung > r tabel, maka pertanyaan kuesioner valid.

Jika r hitung < r tabel, maka pertanyaan kuesioner tidak valid.

3. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2009 : 45), uji reliabilitas untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten.

Penulis menggunakan program SPSS 19 untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60.

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.



4. Uji Asumsi Klasik



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Regresi yang baik adalah regresi yang BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*), yaitu prediksi linier yang tidak bias. Supaya BLUE maka harus memenuhi kriteria dalam uji asumsi klasik. Yang termasuk dalam uji asumsi klasik ini adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji otokorelasi. Tetapi dalam penelitian ini tidak dilakukan uji otokorelasi, karena uji otokorelasi hanya relevan digunakan jika data yang digunakan adalah *time series*, sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data *cross section*.

a. Uji Normalitas Residual

Menurut Ghozali (2009 : 147), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov* (K-S).

Ho: residual data berdistribusi normal

Ha: residual data tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan:

- (1) Terima Ho bila probabilitas ≥ 0.05
- (2) Tolak Ho bila probabilitas < 0.05

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2009 : 95), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan korelasi kuat antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

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.

(multikolinieritas) korelasi di antara variabel independen. Adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance atau VIF (*Variance Inflation Factor*) dari masing-masing variabel dengan menggunakan *software* SPSS.

Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai *tolerance* ≥ 0.10 atau $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Jika nilai *tolerance* < 0.10 atau $VIF \geq 10$, maka terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2009 : 125), uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Glejser*.

Dasar pengambilan keputusan:

- (1) Jika nilai signifikan dari parameter koefisien persamaan regresi $\geq \alpha$ (0,05), maka tidak terdapat heterokedastisitas.
- (2) Jika nilai signifikan dari parameter koefisien regresi $< \alpha$ (0,05), maka terdapat heterokedastisitas.



5. Analisis Regresi Linear Ganda



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Analisis regresi adalah suatu analisis yang mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika pengukuran pengaruh ini melibatkan dua variabel bebas (X_1) & (X_2) dan variabel terikat (Y), maka dinamakan analisis regresi linear berganda.

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah citra merek (X_1) dan harga (X_2) dan variabel terikat nya adalah perilaku pembelian (Y).

Analisis regresi berganda lazim dikemukakan dalam bentuk persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

Y : Perilaku Pembelian

a : konstanta

b_1, b_2 : Koefisien Regresi

X_1 : Citra Merek

X_2 : Harga

Beberapa pengujian yang perlu dilakukan untuk hasil persamaan regresi adalah:

a. Uji Keberartian Model (Uji Statistik F)

Menurut Ghozali (2009 : 88), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian *fit* dan layak digunakan dalam menentukan suatu

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.



model regresi signifikan atau tidak signifikan. Dalam analisisnya penulis menggunakan bantuan program SPSS 19. Hipotesis statistiknya sebagai berikut:

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

$$H_a : \text{paling sedikit ada satu } \beta_i \neq 0$$

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

(1) Dari tabel ANOVA diperoleh nilai F hitung dan Sig. untuk model regresi.

(2) Bandingkan nilai Sig. dengan $\alpha = 0.05$

(a) Jika nilai Sig. $\leq 0,05$ atau F hitung $\geq$ F tabel, maka Tolak H_0 , yang berarti model fit dan layak digunakan dalam penelitian. (ada pengaruh)

(b) Jika nilai Sig. > 0.05 atau F hitung $<$ F tabel, maka Tidak Tolak H_0 , yang berarti model tidak fit dan tidak layak untuk digunakan dalam penelitian. (tidak ada pengaruh)

b. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Menurut Ghozali (2009 : 88), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu variabel independen signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan SPSS 19 dan hipotesis statistiknya sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_i = 0$$

$$H_a : \beta_i > 0$$

$$i = 1, 2$$

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.



Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- (1) Dari tabel *Coefficient* diperoleh nilai t hitung dan Sig. untuk masing-masing variabel independen yang diuji.
- (2) Bandingkan nilai Sig. dengan $\alpha = 0.05$
 - (a) Jika nilai Sig. $\leq \alpha$ atau t hitung $> t$ tabel maka tolak H_0 , yang berarti variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen.
 - (b) Jika nilai Sig. $> \alpha$ atau t hitung $< t$ tabel, maka tidak tolak H_0 , yang berarti variabel independen tidak berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Catatan: untuk memperoleh Sig. (one tailed) maka nilai Sig. keluaran SPSS dibagi dua.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2009 : 87), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah berkisar $0 \leq R^2 \leq 1$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

- (1) Jika $R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara X dan Y , atau model regresinya yang terbentuk tidak dapat untuk meramalkan Y .
- (2) Jika $R^2 = 1$, berarti garis regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna.