



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN



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

A. Pengantar

Model penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah menggunakan suatu model empirik. Model empirik tersebut digunakan untuk memecahkan masalah penelitian yaitu bagaimana pengaruh *inovasi* dan *citra merek* terhadap *keputusan pembelian* pada *Groovy Event Organizer*

Sehubungan dengan permasalahan penelitian yang telah disampaikan, berikut ini akan dijelaskan mengenai desain penelitian, obyek penelitian, definisi operasional dan pengukuran variable penelitian, metode pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

B. Desain Penelitian

Menurut Cooper dan Schindler (2006: 157), metode penelitian dikelompokkan dengan memakai delapan perspektif. Berikut adalah desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan delapan perspektif:

1. Derajat Kristalisasi Pertanyaan Riset

Merupakan tingkat sejauh mana masalah penelitian telah dirumuskan. Studinya dapat bersifat penjajakan atau formal. Berdasarkan tingkat perumusan masalah, studi yang digunakan berkaitan dengan penelitian ini adalah studi formal. Studi formal dimulai dengan hipotesis atau pertanyaan dan mencakup prosedur-prosedur yang cermat dan rincian mengenai sumber data. Tujuan dari desain penelitian formal adalah untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang diajukan.

2. Metode Pengumpulan Data

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.



Pengelompokan ini membedakan antara proses-proses pemantauan dan survey.

2. Berdasarkan perspektif metode pengumpulan data, penelitian ini menggunakan teknik komunikasi dengan studi survey. Pada cara survey sendiri, peneliti mengajukan pertanyaan kepada subjek dan mengumpulkan jawaban-jawabannya melalui cara-cara personal atau nonpersonal.

3. Pengendalian Variabel-variabel oleh Peneliti

Perspektif ini melihat dari aspek kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel-variabel. Studinya dapat berupa desain eksperimental dan desain *ex post facto*. Penelitian ini menggunakan desain *ex post facto*. Pada desain *ex post facto* tersebut, para penyidik tidak mempunyai kendala terhadap variabel-variabel dalam artian mampu untuk memanipulasinya. Peneliti hanya dapat melaporkan apa yang telah terjadi atau tidak terjadi.

4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, terdapat dua jenis studi penelitian, yaitu studi deskriptif dan kausal. Penelitian ini menggunakan studi deskriptif dan kausal.

Penelitian deskriptif berkaitan dengan mencari tahu tentang apa, siapa, di mana, bilamana, atau berapa banyak dan digunakan untuk menggambarkan bagaimana penelitian konsumen terhadap *Groovy Event Organizer*. Sedangkan studi kausal berusaha untuk menjelaskan hubungan-hubungan antara variabel yaitu bagaimana pengaruh *inovasi, citra merek* terhadap *keputusan pembelian* pada *Groovy Event Organizer*.

5. Dimensi Waktu.

Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini berupa studi lintas seksi (*cross-sectional study*). Studi ini dilaksanakan satu kali dan mencerminkan potret dari suatu keadaan pada saat tertentu.

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



6. Ruang Lingkup Topik Bahasan

- C Ruang lingkup topik bahasan melihat dari luas dan kedalaman penelitian. Penelitian ini berupa studi statistik. Studi statistik lebih mementingkan keluasan dan bukan kedalaman. Studi ini berusaha untuk mengetahui ciri-ciri populasi melalui penarikan kesimpulan secara inferensi berdasarkan ciri-ciri sampel. Hipotesis akan diuji secara kuantitatif.

7. Lingkungan Penelitian

Berdasarkan lingkungan penelitian, studi penelitian berupa kondisi lapangan. Kondisi lapangan sejalan dengan kondisi lingkungan aktual atau kondisi-kondisi yang lain.

8. Persepsi Peserta

Dalam penelitian ini, persepsi subjek yang diusahakan adalah subjek tidak merasa ada penyimpangan dari situasi sehari-hari sampai subjek merasa ada penyimpangan teori tetapi tidak dikaitkan dengan penelitian.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan survey. Penelitian deskriptif ini bertujuan membuat gambaran mengenai variabel-variabel penelitian serta menarik suatu kesimpulan. Pendekatan survey dilakukan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner yang berisi sejumlah pertanyaan mengenai bagaimana pengaruh *inovasi dan citra merek* terhadap *keputusan pembelian* pada *Groovy Event Organizer*.

C. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah *Groovy Event Organizer*. Sedangkan subjek yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah para *client* yang pernah melakukan pembelian/penggunaan jasa pada *Groovy Event Organizer*. Penelitian ini

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.



dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online terhadap responden yang pernah melakukan pembelian/penggunaan jasa pada di *Groovy Event Organizer*.

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Berdasarkan batasan masalah yang akan diteliti, diperoleh beberapa variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis dari penelitian ini, yaitu *inovasi*, *citra merek*, dan *keputusan pembelian* yang dioperasionalisasi sebagai berikut:

1. Definisi Inovasi menurut Avanti Fontana (2011: 20) kesuksesan ekonomi berkat diperkenalkannya cara baru atau kombinasi baru dari cara-cara lama dalam mentransformasi input menjadi output yang menciptakan perubahan besar dalam hubungan antara nilai guna dan harga yang ditawarkan kepada konsumen dan/atau pengguna.

Variabel *inovasi*, dengan dimensi-dimensi yang terdiri dari:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel *Inovasi*

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
struktur, metode atau proses, produk atau peluang pasar yang menurut manajer unit inovasi dianggap baru <i>Jon-Arild Johannessen, Bjørn Olsen, G.T. Lumpkin (2001)</i>	Produk inovatif	Konsep, acara, dekorasi, <i>games</i> , undangan, dan <i>video trailer</i>	Interval
	Peluang baru	Menciptakan <i>trend</i> yang baru	Interval
		menjangkau ke level/tingkatan pasar yang baru	Interval
	Jenis layanan baru	Menyediakan jenis layanan yang baru	Interval
	Cara mengorganisir	Memiliki kemampuan beradaptasi dengan segala jenis acara yang dipegang	Interval

Sumber : Avanti Fontana (2009), Frank Q. Fu, Eli Jones, and Willy Bolander (2008: 356),

dan Jon-Arild Johannessen, Bjørn Olsen, G.T. Lumpkin (2001)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



2. Definisi menurut Keller, *Journal of marketing* dalam Rangkuti (2009:90) Variabel

Citra merek, dengan dimensi-dimensi yang terdiri dari :

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Citra Merek

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Pengertian Citra Merek menurut Keller, <i>Journal of marketing</i> , September 1993 dalam Rangkuti (2009:90), adalah persepsi merek yang dihubungkan dengan asosiasi merek yang melekat dalam ingatan konsumen. Asosiasi merupakan informasi terhadap merek yang diberikan oleh konsumen yang ada dalam ingatan mereka dan mengandung arti merek tersebut.	Atribut tidak berwujud	Reputasi event organizer	Interval
		Persepsi kualitas, kesan nilai	Interval
		Merek yang mudah diingat	Interval
		Logo yang mudah dikenali	Interval
	Pengguna/pelanggan	Kemudahan menghubungi event organizer	Interval
	Manfaat bagi pelanggan	Manfaat rasional dan psikologis	Interval
	Harga relatif	Harga sebanding dengan kualitas	Interval
	Gaya hidup	Kepribadian	Interval
	Pesaing	Pilihan utama	Interval
	Kelas produk	Rendah, menengah, tinggi	Interval

Sumber : Keller, *Journal of marketing* dalam Rangkuti (2009:90), dan Angel F. Villarejo-Ramos dan Manuel J. Sannchez-Franco (2005)

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



3. Variabel *keputusan pembelian*, dengan indikator yang terdiri dari:

Tabel 3.3
Operasionalisasi Variabel *keputusan pembelian*

Variable	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan pembelian adalah membentuk preferensi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan.	Perilaku pembelian konsumen	Pembelian Ulang	Interval
		Pembelian Jangka Panjang	Interval

Sumber : (Eon Schiffman, Leslie Lazar Kanuk, 2007)

E Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik komunikasi. Teknik komunikasi yaitu dengan menyebarkan daftar pertanyaan (kuesioner) kepada responden. Kuesioner diberikan kepada konsumen yang pernah menggunakan jasa/ pernah merasakan pengalaman bersama *Groovy Event Organizer*. Jenis kuesioner yang digunakan adalah pertanyaan tertutup, yaitu pertanyaan yang telah disusun sebelumnya dengan alternative jawaban yang sudah ditetapkan.

Pengumpulan data kuesioner dilakukan dengan menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang meminta persetujuan atas suatu *statement*. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun butir-butir instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap butir instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Lalu masing-masing jawaban tersebut diberi skor mulai dari yang terkecil sampai yang terbesar. Menurut

© Hak cipta ini dilindungi Undang-Undang
 IBIKKG
 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Uma Sekaran (2009: 152), skala likert didesain untuk menelaah seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pertanyaan pada skala 5 titik.

F. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, penulis melakukan pengambilan sampel dengan *non probability sampling*. Dalam penggunaan *non probability sampling* ini, pengetahuan, kepercayaan, dan pengalaman seseorang sering dijadikan pertimbangan untuk menentukan anggota populasi yang akan dijadikan sebagai sampel. Dengan demikian tidak semua anggota memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih secara acak sebagai sampel.

Pendekatan yang digunakan adalah *judgement sampling* atau sampling pertimbangan, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan pada kriteria atau pertimbangan tertentu. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis telah menetapkan bahwa sampel yang akan diambil adalah para pelanggan yang pernah menggunakan / hadir dalam penyelenggaraan jasa *Groovy Event Organizer*, dengan jumlah responden 100 orang

G. Teknik Analisis Data

Setelah melakukan pengumpulan data melalui kuesioner, maka penulis mengolah data tersebut untuk dianalisis agar menjadi informasi yang berguna untuk menjawab masalah yang ada. Alat bantu berupa *software* komputer yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS 19.0. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Mengevaluasi Model Pengukuran

a. Uji Validitas

Menurut Imam Ghazali (2011:49), 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. Dalam penelitian ini akan digunakan rumus Korelasi *Pearson Product Moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r = korelasi instrumen

x = skor tiap pertanyaan / item

y = skor total

n = jumlah responden

Selanjutnya dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi atau r hitung, dalam Yamin (2009: 284) menyatakan bahwa suatu item dianggap valid jika nilai corrected item total correlation memenuhi syarat $> r$ tabel (0,361). Bila korelasi antara butir dengan skor kurang dari 0,361 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Butir yang dinyatakan tidak valid tersebut akan dibuang. Dalam melakukan uji validitas dan reliabilitas, peneliti melakukan penyebaran awal kepada 30 responden.

© 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.



reliabilitas adalah dengan menggunakan *cronbach alpha* yang diambil dari Husein Umar (2008: 58), rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Dimana :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

σ^2 = varian total

$\sum ob^2$ = jumlah varian butir

Sebelum menghitung dengan rumus *cronbach alpha*, jumlah varian butir dicari dulu dengan cara mencari nilai varian tiap butir, kemudian jumlahkan.

Rumus varian yang digunakan sebagai berikut:

$$S^2 : \frac{\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2}{n-1}$$

Keterangan :

n = jumlah responden

X_i = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)ke- i

S^2 = varians sampel

Pada pengujian reliabilitas, penulis akan menggunakan program SPSS 19. Data yang terkumpul dari kuesioner, dianalisis dan diolah lebih lanjut. Menurut Nunnally dalam Imam Ghozali (2011:46), suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70. Jika r hitung > r tabel maka reliabel, sebaliknya jika r hitung < r tabel maka pertanyaan tersebut tidak reliable.

© 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.



2. Analisis Deskriptif

Ⓒ Pengertian statistik deskriptif menurut Sugiyono (2006: 142), adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum dan generalisasi. Perhitungan deskriptif statistik dapat dilakukan melalui :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

a. Rata-rata Hitung (\bar{x})

Mean adalah jumlah nilai yang diamati dalam distribusi dibagi dengan jumlah pengamatan. Rumus rata-rata hitung adalah :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{n}$$

Keterangan :

\bar{X} : Rata – rata hitung (mean)

X_i : indikator i

n : Jumlah data

b. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui jumlah jawaban terbanyak dalam bentuk persentase terutama dalam mendeskripsikan data responden yaitu jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, dan sebagainya. Rumus yang digunakan adalah :

$$Fr_i = \frac{\sum fi}{n} X 100\%$$

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



Keterangan :

F_{ri} : frekuensi relatif untuk setiap kategori

$\sum f_i$: nomor atau responden yang termasuk dalam kategori i

n : total responden

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Rata-rata Tertimbang

Dalam analisis rata-rata tertimbang, rumus yang digunakan adalah :

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i \cdot X_i}{\sum f_i}$$

Keterangan

f_i : Frekuensi

X_i : Bobot Nilai

$\sum f_i$: Jumlah responden

3. Rentang skala

Dalam penelitian ini, langkah-langkah dalam analisis rentang skala adalah:

- Semua penilaian dari responden dikumpulkan dan dijumlahkan sehingga masing-masing pernyataan atau indikator memiliki skor total
- Mengatur seluruh skor total dan memilih sebagian dari skor total tertinggi dan terendah, misalkan 25% tertinggi dan 25% terendah. Kedua kelompok ekstrim ini mencerminkan sikap-sikap paling setuju dan paling tidak setuju terhadap topik yang sedang diteliti.
- Dengan menggunakan rumus, maka penulis menghitung nilai dari rata-rata nilai responden, membentuk kelas dari range tersebut, dan mengetahui pernyataan-pernyataan tersebut berdasarkan kelasnya masing-masing.

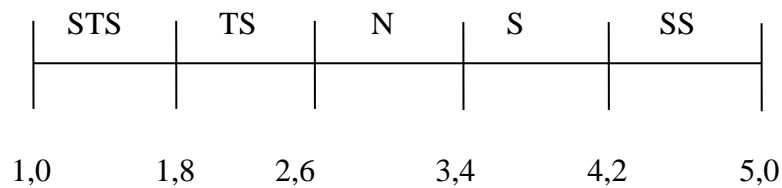


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

$$Range = \frac{m-p}{b}$$

Keterangan :

- m : Rata-rata nilai tertinggi
 p : Rata-rata nilai terendah
 b : Jumlah kelas/ banyaknya kategori



Interpretasi angka-angka yang tercantum di atas adalah:

- 1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)
 1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)
 2,61 – 3,40 = Netral (N)
 3,41 – 4,20 = Setuju (S)
 4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

Pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen

(1) Regresi Linear Berganda

Menurut Imam Ghozali (2006:86) Analisa regresi berganda ini digunakan selain mengetahui seberapa besar pengaruh sebuah variabel terhadap variabel lain, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen.

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

X₁ = Inovasi



X_2 = Citra Merek

Y = Keputusan Pembelian

β_0 = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel X_1

β_2 = koefisien regresi variabel X_2

ϵ = komponen sisaan yang tidak diketahui nilainya (acak)

(2) Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji F ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Imam Ghozali, 2011: 98). Pada uji F dapat dilihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian tersebut layak atau tidak untuk digunakan. Dalam analisisnya menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$

H_a : paling sedikit satu dari $\beta_i \neq 0$

Keterangan : $i = 1,2$

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

(a) Jika nilai $\text{Sig.} \leq 0.05$ atau F hitung \geq

F tabel maka tolak H_0 , yang berarti model regresi tersebut dapat digunakan untuk

(b) Jika nilai $\text{Sig.} > 0.05$ atau F hitung $< F$ tabel maka tidak tolak H_0 , yang

berarti model regresi tersebut tidak dapat digunakan untuk memprediksi

Y .

(3) Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

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



Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Imam Ghazali, 2011: 98). Hipotesis statistik dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$H_0: \beta_i = 0$$

$$H_a: \beta_i > 0$$

$$i = 1, 2$$

Dasar pengambilan keputusan:

- (a) Jika nilai Sig. $\leq \alpha$ atau t hitung $> t$ tabel, maka tolak H_0 , yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- (b) Jika nilai Sig. $> \alpha$ atau t hitung $< t$ tabel, maka tidak tolak H_0 , yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

(4) Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghazali (2011: 97) koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 100%. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati 100% berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-



variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada dalam selang $0\% \leq R^2 \leq 100\%$, dimana:

- (a) $R^2 = 0$, berarti variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).
- (b) $R^2 = 1$, berarti variabel independen (X) secara sepenuhnya mampu menjelaskan variabel dependen (Y).

(5) Uji Asumsi Klasik

Regresi yang baik adalah regresi yang BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*), yaitu prediksi linear yang tidak bias. Supaya BLUE maka harus memenuhi kriteria dalam uji klasik, yang termasuk dalam uji klasik adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

(a) Uji Normalitas Residual

Menurut Imam Ghazali (2011: 147), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal. Salah satu cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak adalah metode normal probability plot, yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data akan membandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

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



(b) Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghozali (2011: 105), pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi di antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas di antara variabel bebas. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel - variabel ini tidak ortogonal (variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol). Multikolinieritas dapat ditentukan dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance* pada tabel *coefficient*.

Dasar pengambilan keputusan :

- (i). Jika nilai *tolerance* ≥ 0.10 atau $VIF < 10$ maka tidak terdapat multikolinieritas.
- (ii). Jika nilai *tolerance* < 0.10 atau $VIF \geq 10$ maka terdapat multikolinieritas.

(c) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2011: 139), uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *Park*. Park mengemukakan metode bahwa *variance* merupakan fungsi dari 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.



- variabel independen yang dinyatakan dalam persamaan. Uji heteroskedastisitas juga dapat ditentukan dari nilai signifikannya, tolak H_0 jika nilai signifikannya $< \alpha$. Dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Homoskedastisitas

H_a : Heteroskedastisitas

(d) Uji Autokorelasi

Menurut Imam Ghozali (2011: 110), uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi di antara sesama data pengamatan, dimana terdapat suatu data yang dipengaruhi oleh data periode sebelumnya (data *time series* yang saling berhubungan). Jika terjadi korelasi maka terjadi autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi pada penelitian ini, dilakukan dengan uji Durbin Watson. Untuk melihat apakah terjadi autokorelasi atau tidak yaitu dengan cara membandingkan angka batas atas dan batas bawah dengan angka yang ada pada Durbin Watson. Hipotesisnya adalah:

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negative	Tolak	$4-dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negative	Tidak ada keputusan	$4-du \leq d \leq 4-dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negative	Tidak ditolak	$du < d < 4-du$

Sumber: Imam Ghozali (2011:111).

© 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.