



## BAB III

### METODE PENELITIAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hak cipta dimiliki IBI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

#### A. Objek Penelitian

Menurut Digdowiseiso & Ec (2017), penelitian adalah cara dan proses penemuan melalui pengamatan atau penyelidikan bertujuan untuk mencari jawaban permasalahan atau persoalan sebagai suatu masalah yang diteliti. Objek menurut Mukhtazar (2020), adalah topik permasalahan yang dikaji dalam penelitian. Objek penelitian dapat berupa orang, organisasi, kegiatan atau barang yang dapat diteliti dan dapat ditarik sebuah kesimpulan. Topik yang dibahas dalam penelitian ini meliputi branding, promosi, dan pembelian produk Uniqlo di toko *online* Uniqlo.

#### B. Desain Penelitian

Desain penelitian menurut Sumarwan (2018), adalah prosedur rinci dalam rangka mengumpulkan seluruh informasi yang berkaitan dengan penelitian untuk melakukan proses pemecahan masalah penelitian. Desain penelitian memberikan pedoman untuk pengumpulan data. Ini melibatkan pemilihan pendekatan penelitian. Dalam penelitian menggunakan jenis kuantitatif. Penelitian Kuantitatif yaitu metode penelitian dimana data-data yang dikumpulkan berwujud sebuah angka atau pernyataan yang kemudian dinilai dan dianalisis melalui analisis statistik dengan sifat penelitian objektif, induktif dan ilmiah. Menurut Cooper et al., (2018), terdapat beberapa kategori dalam desain penelitian yaitu:

1. Tingkat Penyelesaian Pertanyaan Penelitian

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.



Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan pengujian hipotesis dan

kemudian diharuskan untuk menjawab pertanyaan yang diberikan oleh peneliti yang telah dikemukakan sehingga penelitian ini termasuk dalam studi formal.

## 2. Metode Pengumpulan Data

Metode yang akan dikumpulkan di dalam penelitian ini menggunakan studi komunikasi dengan cara menyebarkan kuisioner elektronik melalui *Google Forms* yang berisikan beberapa pertanyaan kepada responden dan kemudian mengumpulkan respon dari mereka.

## 3. Kontrol Peneliti terhadap Variabel

Desain *ex post facto* digunakan dalam penelitian ini dimana desain tersebut menjadikan peneliti tidak mempunyai kontrol variabel-variabel yang berarti peneliti sulit dan tidak bisa memanipulasi suatu variabel.

## 4. Tujuan Studi

Penelitian ini berfokus kepada bagaimana satu variabel menyebabkan perubahan terhadap variabel lainnya sehingga penelitian ini dapat disebut penelitian kausal eksplanatori.

## 5. Dimensi Waktu

*Cross sectional study* digunakan dalam penelitian ini karena penelitian ini dilakukan satu kali dengan menyediakan potret dari sebuah kejadian dalam satu waktu.

## 6. Cakupan Topik

Studi statistik digunakan dalam penelitian ini karena desainnya untuk mencakup yang lebih luas. Tujuan studi ini yaitu untuk membuat kesimpulan dari karakteristik sampel dan hipotesis yang akan diuji secara kuantitatif.

## 7. Lingkungan Penelitian

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.



Dalam penelitian penyebarannya dilakukan melalui kuisioner kepada pra responden sehingga penelitian ini termasuk dalam konsidi lingkungan yang aktual.

## 8. Kesadaran Persepsi Partisipan

Hasil dari penelitian dipengaruhi oleh kesadaran persepsi responden pada saat mengisi kuisioner.

## C Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

### 1. Variabel penelitian

Menurut Syahza (2021), variabel adalah sifat, jumlah atau besaran yang mempunyai nilai kategori (bertingkat) baik kualitatif maupun kuantitatif, sebagai hasil penelaahan mendasar dari konsep, sedangkan variabel penelitian adalah factor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti.

#### a. Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas atau independen merupakan penyebab yang memberikan perubahan terhadap variabel terikat (dependen). Dalam keterangan salah satu ahli yakni Mukhtazar (2020), bahwa variabel bebas di maknai sebagai suatu penyebab yang merubah variabel terikat. Penelitian ini memiliki variabel bebas, yakni citra merek (X1) dan promosi (X2).

#### b. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat adalah variabel yang hadir karena sebab yang dimunculkan oleh variabel bebas (independen) (Mukhtazar, 2020). Keputusan pembelian (Y) menjadi variabel terikat dalam penelitian ini.

### 2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (diobservasi) (Syahza, 2021). Jika dalam konteks



penelitian, operasional diartikan sebagai ukuran seseorang untuk melakukan pengukuran terhadap variabel. Dalam penelitian yang akan dibahas ini bahwa variabel bebas terdapat pada merek dan promosi, sedangkan keputusan pembelian terdapat pada variabel terikat.

Definisi operasional variabel – variabel dalam penelitian ini:

- a. Citra merek (X1) adalah gambaran atau kesan yang ditimbulkan oleh suatu merek dalam benak pelanggan (Mohammad Hamim Sul-toni, 2020).

**Tabel 3.1**  
**Dimensi Citra merek**

| Variabel    | Dimensi   | Indikator Pernyataan  | Skala    | Pernyataan |
|-------------|---|---|----------|------------|
| Citra Merek | <i>Brand Identity</i><br>(Identitas Merek)                    | a. Uniqlo memiliki Simbol atau logo yang mudah diingat<br>b. Uniqlo memiliki reputasi yang baik bagi konsumen | Interval | P1 – P2    |
|             | <i>Brand Personality</i><br>(Kepribadian Merek)               | Produk Uniqlo memiliki ciri khas tersendiri   | Interval | P3         |
|             | <i>Brand Association</i><br>(Asosiasi Merek)                  | Produk Uniqlo berkesan bagi konsumen  | Interval | P4         |
|             | <i>Brand Attitude and Behavior</i> (Sikap dan Perilaku Merek) | Uniqlo memberikan kemudahan serta layanan yang baik pada konsumen   | Interval | P5         |

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.



© 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 menggunakan 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) | <i>Brand Benefit and Competence</i> | Produk Uniqlo adalah salah satu produk yang memiliki kualitas baik. | Interval | P6 |
|---|-------------------------------------|---|----------|----|

b. Promosi (X2) adalah aktivitas pemasaran memperkenalkan atau menginfokan barang supaya konsumen tertarik untuk melakukan kegiatan pembelian (Sitorus & Utami, 2017).

**Tabel 3.2**  
**Dimensi Promosi**

| Variabel | Dimensi            | Indikator Pernyataan   | Skala    | Pernyataan |
|----------|--------------------|--|----------|------------|
| Promosi  | Periklanan         | a. Iklan yang ditampilkan di media cukup sering<br>b. Tema iklan yang disampaikan Uniqlo dapat menarik perhatian | Interval | P1-P2      |
|          | Promosi Penjualan  | a. Uniqlo menyediakan souvenir yang menarik (tumbler, tote bag)<br>b. Diskon yang diberikan Uniqlo menarik       | Interval | P3-P4      |
|          | Pemasaran Langsung | Penjelasan yang diberikan dalam produk Uniqlo cukup baik   | Interval | P5         |
|          | Publisitas         | a. Cukup sering melihat kerabat menggunakan produk Uniqlo  | Interval | P6-P7      |



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**c.**

Keputusan pembelian (Y) oleh konsumen konsumen dalam memilih produk atau jasa merupakan suatu proses menilai dan menerima isu merek, dengan mempertimbangkan bagaimana merek lain dapat memenuhi kebutuhannya sehingga konsumen dapat menetapkan merek mana yang akan dipilih (Samad, Wibowo dan Wijayanti 2016).

**Tabel 3.3**

**Dimensi Keputusan Pembelian**

| Variabel            | Dimensi          | Indikator Pernyataan  | Skala    | Pernyataan |
|---------------------|------------------|---|----------|------------|
| Keputusan Pembelian | Pemilihan Produk | Saya memutuskan melakukan pembelian produk Uniqlo karena kemudahan mendapatkan produk tersebut.                                 | Interval | P1         |
|                     | Jumlah Pembelian | a. Saya memutuskan melakukan pembelian produk Uniqlo karena semakin banyak pembelian maka semakin banyak diskon yang diberikan. | Interval | P2-P3      |

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.



|  |                        |   |          |    |
|--|------------------------|---|----------|----|
| <p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> |                        | b. Saya akan melakukan pembelian Kembali produk Uniqlo  |          |    |
|  | Waktu Pembelian        | Saya akan membeli Produk Uniqlo kapanpun saya inginkan  | Interval | P4 |
|  | Memberikan Rekomendasi | Saya merasa puas dengan produk Uniqlo dan bersedia memberi informasi serta memberi rekomendasi kepada keluarga, teman dan kerabat tanpa dibayar oleh pihak Uniqlo | Interval | P5 |

#### D. Teknik Pemilihan Sampel

Menurut Ahmad Albar Tanjung et al (2021), sampel adalah perwakilan dari sebagian kecil jumlah dan karakteristik suatu populasi. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan beberapa jenis data penelitian kuantitatif dalam rupa angka dan kemudian analisis SPSS. Sampel penelitian yang dihimpun oleh peneliti di penelitian ini merupakan *Non-probability Sampling* dengan pendekatan *Judgement/purposive sampling*, adalah teknik pemilihan sampel dari anggota yang tidak menawarkan kesempatan atau bahkan kesempatan yang sama untuk setiap komponen atau anggota dari populasinya (Sugiyono, 2018). Teknik pengambilan sampel ini akan ditujukan kepada 100 pelanggan Uniqlo dengan kriteria yang pernah berbelanja pada Uniqlo *online store*.

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu :

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. Penelitian Keperpustakaan

- Ⓒ Teknik penelitian keperpustakaan menggunakan dan memanfaatkan buku-buku serta bahan-bahan kuliah yang ada kaitannya dengan pokok dari masalah-masalah yang dalam proses pembahasan.

## 2. Penelitian lapangan

Penelitian lapangan adalah teknik untuk mengumpulkan sebuah data untuk menemukan fakta dengan mengadakan penelitian langsung. Untuk mengembangkan teknik ini peneliti menggunakan Kuesioner secara elektronik melalui *Google Forms* kepada responden. Kuesioner merupakan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden yang kemudian datanya dikumpulkan menjadi satu baik dilakukan secara lisan maupun tertulis (Sugiyono, 2018). Kemudian jenis sebuah angket yang akan digunakan merupakan pertanyaan sudah disiapkan terlebih dahulu dengan menyajikan beberapa pertanyaan untuk dipilih oleh responden yang sebelumnya telah disiapkan oleh peneliti. Dalam penelitian kuesioner yang digunakan merupakan susunan dari skala *Likert*, yang memiliki lima tingkatan yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju.

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Evaluasi Model Pengukuran

#### a. Uji Validitas

Validitas yaitu ukuran yang dapat menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur dapat mengukur apa yang akan diukur (Kurniawan, 2019). Koesioner dalam hal ini akan diuji melalui uji validitas agar koesioner tersebut dapat diketahui keabsahannya. Dalam teorinya, sah atau valid suatu koesioner jika

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





pertanyaan-pertanyaanya dapat menunjukkan sesuatu sehingga dapat diukur dengan survei tersebut. Metode pengujian validitas menggunakan cara korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan:

$r_{xy}$  = keeratan hubungan (korelasi)

$x$  = jumlah skor pertanyaan

$y$  = jumlah skor total pertanyaan

$n$  = jumlah sampel yang akan diuji

kriteria putusan :  $r_{xy}$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka valid

$r_{xy}$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka tidak valid

Dalam keterangan di atas bahwa untuk melakukan pengujian validitas, dapat menggunakan alat ukur dalam komputer yang sering dinamai sebagai SPSS, dan kemudian jika dalam alat ukur memiliki hubungan yang sangat signifikan dari skor item dan skor total, maka bisa dikatakan skor yang diukur tersebut merupakan skor valid.

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



dapat dipercaya jika nilai Cronbach Alpha-nya > 60%. Jika nilai alpha < 60%, masih menunjukkan banyak peserta dengan tanggapan yang tidak konsisten. Secara lengkap akan dijabarkan rumus pengujian reabilitas, yang diuraikan dengan rumus korelasi Cronbach Alpha tersebut, rinciannya sebagai berikut :

Keterangan:

k = jumlah butir dalam skala pengukuran

$$S_i^2 \alpha = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

= ragam (variance) dari butir ke – i

$S_t^2$  = ragam (variance) dari skor total

Menggunakan suatu perhitungan Alpha, biasanya dibantu dengan program

komputer yang dinamakan SPSS dan model yang digunakan adalah Alpha.

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

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran tanggapan partisipan dari variabel penelitian yang sudah dipergunakan. Kemudian analisis yang dilakukan melalui mean yang bertujuan untuk menggambarkan tentang banyaknya pertanyaan yang resnpen pikirkan. Metode nilai indeks digunakan sebagai metode dalam penelitian ini dengan skala 1 hingga 5 yang dipilih sesuai jawaban para responden.

a. Skor rata-rata

Skor rata-rata didapatkan dari seluruh penjumlahan yang didapat dari data kelompok sampel dan setelah itu dibagi dengan jumlah sampelnya. Rumus yang dimaksud, sebagai berikut :

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

Keterangan:



$\bar{X}$  = Rata-rata hitung

$X_i$  = Data

$n$  = Jumlah data

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**b. Rentang Skala**

Maksud dari rentang skala adalah penentuan posisi dari responden, yang dilakukan dengan cara menggunakan skor dari setiap variabel. Rumus yang dimaksud, sebagai berikut :

$$R_s = \frac{m-1}{m}$$

Keterangan:

$R_s$  = Rentang skala penelitian

$m$  = Banyaknya kategori

Skor terbesar dalam penelitian ini yaitu 5, sedangkan skor terkecil yaitu 1. sedangkan jumlah kategori yaitu 5, maka dapat ditentukan rentang skala sebagai berikut:

$$R_s = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

**Tabel 3.4**  
**Rentang Skala**

| Skala       | Keterangan                |
|-------------|---------------------------|
| 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)        |

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**c. Skala Likert**

Skala *Likert*, memiliki kegunaan untuk melakukan pengukuran terhadap pendapat, gagasan, dan sikap seseorang maupun sekelompok orang tentang

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.



suatu peristiwa sosial. Melalui skala Likert bahwa variabel yang nantinya diukur akan diterjemahkan dalam bentuk variabel, jawaban dari setiap objek perangkat dalam skala likert dapat memunculkan gradasi dari yang sangat positif hingga sampai ke sangat negatif, yang berupa kata-kata. Penggunaan skala likert akan menghasilkan data interval (Cooper dan Schindler, 2018)

**Tabel 3.5**  
**Skala Likert**

| Kata-Kata                 | Skor |
|---------------------------|------|
| Sangat Setuju (SS)        | 5    |
| Setuju (S)                | 4    |
| Netral (N)                | 3    |
| Tidak Setuju (TS)         | 2    |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1    |

Sumber: Sugiyono (2018)

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

3. Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas

Uji normalitas data adalah uji distribusi yang akan dianalisis, apakah penyebarannya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik (Digdowiseiso & Ec, 2017). Pengujian normalitas mempunyai sebuah tujuan, tujuan tersebut adalah untuk mencari tahu tentang variabel dependen dan independen, apakah kedua variabel tersebut dapat diregresi dengan baik sebab model regresi yang terbilang baik, ternyata distribusinya datanya adalah normal atau mendekati normal. Bukti apakah data terdistribusi normal dapat dilihat sebagai distribusi data pada histogram atau plot probabilitas normal. Histogram menunjukkan bahwa data berdistribusi normal ketika data berbentuk lonceng. Dalam plot probabilitas normal, data dianggap normal ketika ada distribusi titik di sekitar diagonal dan distribusi ke arah diagonal.



## b. Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan regresi linear (Digdowiseiso & Ec, 2017). Uji ini memiliki tujuan guna mencari tahu hubungan diantara konstruk satu dengan konstruk yang lainnya dalam permodelan regresi yang sesuai. Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* dapat memperlihatkan multikolinearitas. Apabila skor  $VIF < 10$  atau  $Tolerance > 0,10$ , oleh karena pada studi ini tidak ada multikolinearitas diantara variabel independen di dalam model regresi.

## c. Heteroskedastitas

Heteroskedastisitas adalah variasi residual tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga variansi residual bersifat homoskedastisitas yaitu pengamatn yang lain sama agar memberikan pendugaan model yang lebih akurat (Digdowiseiso & Ec, 2017). Terdapat beberapa tujuan dalam melakukan pengujian ini, tujuan tersebut adalah untuk mencari tahu sekaligus menentukan apakah residual yang dilakukan melalui satu pengamatan pada permodelan regresi akan memiliki perbedaan atas jenis residual sebuah observasi dengan observasi yang lain. Jika jenis residual observasi dengan observasi yang lain menghasilkan hasil konstan maka hal itu dikenal dengan homoskedastisitas, sedangkan jika hasilnya berbeda, maka akan dinyatakan sebagai heteroskedastitas. Permodelan yang sesuai atau tetap disebut sebagai homokedastisitas, namun jika tidak terjadi atau berbeda maka disebut sebagai heteroskedastitas.

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



Kemudian untuk mencari tahu apakah penelitian memiliki varians atau jenis, maka caranya dengan memeriksa grafik yang dilakukan melalui estimasi variabel dependen (ZPRED) dan sisanya (SRESID). Untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastitas, dilakukan dengan cara mencari sebuah pola-pola titik dalam grafik yang disebut scatterplot, dimana grafik tersebut terpadu antara SPRESID dan ZPRED, kemudian pada Y merupakan Y yang sebelumnya sudah diperkirakan serta pada sumbu X merupakan X. Rincian dasar analisis dari yang dimaksud, sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadi heterokedastisitas.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 4. Uji Regresi Linier Berganda

Statistik parametrik memiliki sub bagian yakni analisis regresi. Statistik parametrik selalu dikaitkan dengan inferensi statistik (pengambilan keputusan atas masalah tertentu), dimana pembahasan yang di bahas biasanya adalah parameter populasi seperti rata-rata, proporsi dan lainnya. Statistik parametrik memiliki ciri-ciri seperti data dalam jumlah besar (lebih dari 30), data berdistribusi normal, dan tipe data interval atau rasio (Santoso, 2019). Analisis berganda nantinya akan dapat digunakan untuk mencari tahu seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap citra merek (X1), promosi (X2) dan keputusan pembelian (Y) untuk produk Uniqlo.

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.



Terdapat bentuk persamaan regresi linier berganda, dimana bentuk-bentuk tersebut

nantinya akan digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

$\beta_1$  = Koefisien regresi citra merek

$\beta_2$  = Koefisien regresi promosi

X1 = Citra Merek

X2 = Promosi

e = Error

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

#### 5. Pengujian Kesesuaian Model (Uji F)

Uji F atau ANOVA (*Analysis of Variances*) merupakan cara atau sebuah metode untuk melakukan pengujian terhadap keberfungsian model regresi. Nilai hitung dan signifikansi F diambil dari tabel ANOVA. Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan uji F yaitu dijabarkan menjadi:

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

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

#### 6. Pengujian Hipotesis penelitian (Uji t)

Uji-t akan dipergunakan guna mencari tahu apabila tiap konstruk mempunyai pengaruh yang secara drastis kepada variabel dependen yang telah disusun. Jumlah dan nilai probabilitas (Sig.) Diberikan untuk menentukan uji-t dengan SPSS. Dasar pengambilan keputusannya yaitu sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = 0$$



$$H_a: \beta_1 > 0$$

$$H_0: \beta_2 = 0$$

$$H_a: \beta_2 > 0$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## 7. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen (Kurniawan, 2019). Koefisien determinasi pada hakekatnya harus melakukan pengukuran tahap kapabilitas permodelan dalam merespon variasi pada konstruk terikat. Skor koef. determinasi bervariasi antara 0 dan 1, dan semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka semakin baik kemampuan menerangkan tingkah laku konstruk terikat. Ada 2 tipe koefisien determinasi, yakni koef. determinasi normal serta koef. determinasi yang diatur (adjusted R-square). Dalam regresi linier berganda, disarankan menggunakan determinan yang disesuaikan karena akan memberi tahu Anda seberapa baik model dibandingkan dengan determinan

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.