



BAB III

METODE PENELITIAN



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Obyek Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah duta merek NCT DREAM dan citra merek pada produk mie instan berposisi sehat Lemonilo. Subyek penelitiannya adalah konsumen atau pelanggan yang mengenal duta merek NCT DREAM melalui iklan produk mie instan berposisi sehat Lemonilo.

B. Desain Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2017:109) desain penelitian disebut sebagai perencanaan dalam melakukan pengumpulan, mengukur serta menganalisis data dengan didasarkan pada pernyataan penelitian sehingga desain penelitian ini dapat diartikan sebagai rancangan dalam melakukan sebuah penelitian dan sebagai pedoman penelitian. Riset ini dibuat dalam rangka melakukan pengumpulan bukti perihal korelasi sebab akibat pada pelaksanaan penelitian, lain halnya metode yang digunakan yaitu dengan survei unit analisis konsumen mie instan Lemonilo serta survei ini dilaksanakan sebanyak satu kali (*cross-sectional*)

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.



C. Variabel Penelitian

Ⓒ Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel yang akan digunakan sebagai bahan analisis. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah duta merek, citra merek, dan niat pembelian. Variabel *dependent* (variabel terikat) adalah niat pembelian pada produk mie instan Lemonilo, sedangkan variabel *independent* (variabel bebas) adalah duta merek dan citra merek. Dimensi dan indikator variabel penelitian adalah sebagai berikut:

1. Duta Merek

Tabel 3. 1

Indikator Variabel Duta Merek (X1)

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Duta Merek (Menurut Kertamukti (2015:70))	Kepopuleran (<i>Visibility</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. NCT DREAM merupakan boyband dengan tingkat pupularitas tinggi 2. NCT DREAM dikenal banyak orang 	Interval
	Kredibilitas (<i>Credibility</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. NCT DREAM memiliki keahlian dalam mempromosikan berbagai macam produk 2. Saya percaya dengan pesan iklan yang disampaikan oleh NCT DREAM 	Interval
	Daya tarik (<i>Attraction</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. NCT DREAM memiliki daya tarik fisik tersendiri 2. NCT DREAM memiliki kepribadian yang dapat memotivasi saya untuk menjadi generasi muda hebat yang sehat 3. NCT DREAM memiliki gambaran diri yang sama dengan kepribadian saya 4. NCT DREAM memiliki interaksi yang kuat dengan <i>followers</i> saat melakukan <i>live</i> di media sosial instagram 	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



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.

	Kekuatan (Power)	<ol style="list-style-type: none"> 1. NCT DREAM memiliki power yang kuat dalam merubah persepsi saya untuk membeli produk 2. NCT DREAM mempengaruhi saya untuk membeli produk 	Interval
--	---------------------	---	----------

2 Citra Merek

Tabel 3. 2

Indikator Variabel Citra Merek (X2)

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Citra Merek (Wardhana (2022:129))	<i>Strengthness</i> (kekuatan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemasan produk mie instan merek Lemonilo sangat menarik 2. Mie instan sehat merek Lemonilo termasuk merek mie instan sehat terbaik di Indonesia 	Interval
	<i>Favorable</i> (kesukaan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mie instan sehat merek Lemonilo mudah diingat 2. Mie instan sehat merek Lemonilo mudah diucapkan 3. Saya menyukai mie instan sehat merek Lemonilo karena manfaat yang ditawarkan dapat memnuhi kebutuhan saya 4. Saya menyukai mie instan sehat merek Lemonilo karena inovasi generasi muda sehat yang ditawarkan mewakili kepribadian saya 5. Saya percaya manfaat yang ditawarkan mie instan sehat merek Lemonilo dapat memenuhi kebutuhan saya 	Interval



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.

	<i>Uniqueness</i> (keunikan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mie instan sehat merek Lemonilo memiliki keunikan tersendiri dibanding dengan mie instan sehat merek lain 2. Mie instan sehat merek Lemonilo memiliki varian rasa yang berbeda dengan merek mie instan sehat lainnya 	Interval
--	---------------------------------	--	----------

3 Niat Pembelian

Tabel 3. 3

Indikator Variabel Niat Pembelian (Y)

Variabel	Indikator	Butir Pernyataan	Skala
Niat Pembelian (Schiffman dan Kanuk (2010))	Tertarik mencari informasi mengenai produk	Saya tertarik mencari informasi lebih banyak tentang mie instan sehat Lemonilo	Interval
	Mempertimbangkan untuk membeli	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli produk mie instan Lemonilo	Interval
	Tertarik untuk mencoba	Saya tertarik untuk mencoba produk mie instan Lemonilo	Interval
	Ingin mengetahui produk	Saya ingin mengetahui produk mie instan Lemonilo	Interval
	Ingin memiliki produk	Saya ingin memiliki produk mie instan Lemonilo	Interval



D. Teknik Pengambilan Sampel

© Hak Cipta milik 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probabilitas. Menurut Sugiyono (2017: 90), *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Unsur atau anggota populasi yang terpilih menjadi sampel didasarkan pada kriteria-kriteria subyektif yang sudah dirancang oleh peneliti.

Sedangkan teknik pendekatan yang digunakan adalah pendekatan *Judgement Sampling*, dalam pengambilan anggota sampel penelitian dilakukan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan yaitu responden yang mengenal duta merek NCT DREAM melalui iklan pada produk mie instan Lemonilo.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Teknik komunikasi. Untuk memperoleh data, yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada 120 responden menggunakan *Google Form*. Dalam kuesioner disediakan alternatif jawaban yang dapat dipilih oleh responden sebagai salah satu jawaban yang tepat.

Penetapan total sampel penelitian, penulis menggunakan pernyataan Hair et al. (2017) dengan total sampel responden dilakukan penyesuaian melalui keseluruhan indikator dalam pernyataan kuesioner. Dalam asumsinya yaitu $n \times 5$, pada pelaksanaan penelitian memiliki total item 24 pernyataan. Sehingga, perolehan total responden yaitu 24 item pernyataan dikalikan 5 hasilnya 120 responden.



Pengumpulan data kuisioner yang dilakukan oleh penulis menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert mempunyai lima tingkat prefrensi jawaban yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju, dapat berupa angka yang dimulai dari 1 sampai dengan 5, dimana 1 untuk nilai terendah dan 5 untuk nilai tertinggi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali (2018: 51) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Jika suatu kuisioner dinyatakan valid maka pertanyaan didalam kuisioner mampu menyatakan fakta yang ingin diteliti. Jadi uji validitas juga membantu untuk mengukur apakah pernyataan yang diajukan di kuisioner sudah tepat untuk penelitian. Dalam penelitian ini, rumus yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Rumus dapat diformulasikan 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

x = Skor pertanyaan

y = Skor total

n = Jumlah Responden

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :



1. Jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid



2. Uji Reliabilitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS 24 yaitu dengan rumus

Cronbach's Alpha, sebagai berikut:

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

Keterangan:

r_{ii} = Reliabilitas internal seluruh instrument

k = Jumlah

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varian Total

Variabel penelitian ini dinyatakan reliabel dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,70 maka reliabel
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $<$ 0,70 maka tidak reliabel

3. Analisis Deskriptif

- a. Rata-Rata Hitung (*Mean*)

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.



Cara menghitung skor dengan menggunakan seluruh perkalian antara frekuensi dengan nilai skor masing-masing dibagi dengan jumlah total frekuensi.

$$\bar{x} = \sum \frac{F_i \cdot X_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{x} : Skor rata-rata

F_i : Frekuensi pemilihan nilai

X_i : Skor (1, 2, 3, 4, 5)

n : Jumlah total frekuensi/data yang digunakan

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendidikan. Analisis ini untuk menghitung persentase dengan rumus:

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

Keterangan:

P = Persentase dari responden yang memiliki kategori tertentu

f_i = Banyak responden yang menjawab satu jenis jawaban tertentu

$\sum f_i$ = Jumlah total responden

c. Rata-rata Tertimbang

Rata-rata tertimbang adalah rata-rata yang dihitung dengan memperhitungkan timbangan atau bobot untuk setiap datanya. Setiap penimbang atau bobot tersebut

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.



merupakan pasangan setiap data. Rumus dari rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum fi. wi}{n}$$

Keterangan:

\bar{x} = Skor rata-rata tertimbang

fi = Frekuensi

wi = Bobot masing-masing pertanyaan

n = Total jumlah responden

d. Rentang Skala

Pengukuran data kuesioner dilakukan menggunakan skala Likert. Menurut Cooper dan Schindler (2014:278), skala Likert adalah variasi yang paling sering digunakan dari skala penilaian yang dijumlahkan. Skala penilaian yang dijumlahkan terdiri atas pernyataan yang mengekspresikan baik sikap mendukung dan tidak mendukung terhadap obyek kepentingan. Setiap respon diberikan skor numerik untuk menyatakan tingkat dukungan sikap dan skor tersebut mungkin dijumlahkan untuk mengukur sikap keseluruhan partisipan.

Dihitung dengan rumus rentang skala sebagai berikut:

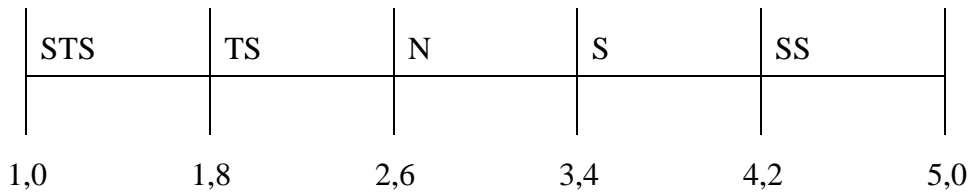
$$range = \frac{m - p}{b}$$

Keterangan:

m = Rata-rata tertinggi

p = Rata-rata terendah

b = Jumlah kelas / banyaknya kategori



Keterangan:

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju (TS)

2,61 – 3,40 = Netral (N)

3,41 – 4,30 = Setuju (S)

4,21 – 5,00 = Sangat Setuju (SS)

© 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.

4) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2016:154) uji normalitas berguna untuk untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji statistik digunakan untuk menguji normalitas residual. Uji statistik non-parametrik Kolmogorov Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis sebagai berikut:

H_0 = Data residual berdistribusi normal

H_a = Data residual tidak berdistribusi normal

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :



- (a) Tidak tolak H_0 bila probabilitas ≥ 0.05
- (b) Tolak H_0 bila probabilitas < 0.05

Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual berdistribusi normal.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Uji Multikolinieritas

Menurut Imam Ghozali (2016: 103), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel *independent*. Jika variabel *independent* saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independent* sama dengan nol. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- (a) Jika $VIF < 10$ dan $TOL > 0.1$ maka tidak terdapat multikolinieritas.
- (b) Jika $VIF > 10$ dan $TOL < 0.1$ maka terdapat multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedasitas

Menurut Imam Ghozali (2016: 134) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengalaman yang lain. Jika suatu varian dari residual satu pengamatan tetap maka disebut homoskedasitas dan jika berbeda disebut heteroskedasitas.

Model regresi yang baik adalah sebagai berikut:

- (a) Jika koefisien *parameter sign* < 0.05 maka terjadi Heteroskedasitas
- (b) Jika koefisien *parameter sign* > 0.05 maka tidak terjadi Heteroskedasitas



5. Regresi linier berganda

Menurut Sekaran dan Bougie (2017: 139), analisis regresi berganda adalah teknik multivariat yang sering kali digunakan dalam penelitian bisnis. Analisis regresi berganda menggunakan lebih dari satu variabel bebas untuk menjelaskan varians dalam variabel terikat. Bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

Keterangan:

α = Konstanta

β = Koefisiensi regresi

Y = Variabel niat pembelian

X_1 = Variabel duta merek

X_2 = Variabel citra merek

e = *term of error*

a. Uji F

Uji statistik F menunjukkan apakah variabel independent atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi layak untuk digunakan atau tidak. Dengan hipotesis sebagai berikut:

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



H_a : Paling sedikit ada satu dari $\beta_i \neq 0$; $i = 1, 2$

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- (a) Jika signifikansi ≤ 0.05 atau F hitung $\geq F$ table maka tolak H_0 atau dapat disimpulkan model regresi layak digunakan.
- (b) Jika signifikansi > 0.05 atau F hitung $< F$ table maka tidak tolak H_0 maka dapat disimpulkan model regresi tidak layak digunakan.

b. Uji t

Uji T digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Uji T dapat dilihat di table *coefficients* pada kolom sig (*significance*). Jika angka probabilitas $< \alpha = 5\%$, maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Jika angka probabilitas $> \alpha = 5\%$, maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut:

1) Pengaruh duta merek (X1) terhadap niat pembelian (Y)

H_{01} : $\beta_1 = 0$, tidak terdapat pengaruh positif antara duta merek terhadap niat pembelian.

H_{a1} : $\beta_1 > 0$, terdapat pengaruh positif antara duta merek terhadap niat pembelian.

Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

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.



- (a) Jika nilai $\text{sig-t} < 0,05$, maka tolak H_0 , atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif duta merek terhadap niat pembelian.
- (b) Jika nilai $\text{sig-t} > 0,05$, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif duta merek terhadap niat pembelian.

2) Pengaruh citra merek (X2) terhadap niat pembelian (Y)

$H_{02}: \beta_2 = 0$, tidak terdapat pengaruh positif antara citra merek terhadap niat pembelian.

$H_{a2}: \beta_2 > 0$, terdapat pengaruh positif antara citra merek terhadap niat pembelian.

Dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- (a) Jika nilai $\text{sig-t} < 0,05$, maka tolak H_0 , atau dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif citra merek terhadap niat pembelian.
- (b) Jika nilai $\text{sig-t} > 0,05$, maka tidak tolak H_0 atau dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif citra merek terhadap niat pembelian.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Imam Ghazali (2016: 95), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menertangkan variasi variabel terikat. Uji koefisien berguna untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Apabila analisis yang digunakan adalah regresi berganda, maka menggunakan *adjusted R square*.

Hasil perhitungan *adjusted R²* dapat dilihat pada output *model summary*. Pada kolom *adjusted R²* dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat. Sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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

