



BAB III

METODE PENELITIAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
© Haicipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Kopi Janji Jiwa. Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi Kopi Janji Jiwa yang berada di Jakarta.

B. Desain Penelitian

Menurut Schindler (2022:88) desain penelitian adalah rencana berbasis waktu untuk pelaksanaan semua kegiatan penelitian yang memiliki tiga tugas yaitu : desain pengambilan sampel, desain pengumpulan data, dan pengembangan instrumen pengukuran. Meskipun masing-masing tahapan ini terintegrasi ditangani secara terpisah. Beberapa peneliti memilih untuk memulai dengan desain pengambilan sampel, sementara yang lain memilih untuk memulai dengan desain pengumpulan data; salah satu titik awal sudah tepat. Desain pengambilan sampel menjawab siapa atau apa yang menjadi sumber pengukurannya dan bagaimana mengakses atau merekrut sumber tersebut.

Semua keputusan desain penelitian membahas dimensi-dimensi yang penting dalam desain pengumpulan data (Schindler, 2022:78). Berikut adalah klasifikasi desain penelitian mengenai setiap dimensi menggambarkan sifat dan kontribusinya terhadap pilihan desain peneliti:

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah dimensi yang paling penting dari setiap desain pengumpulan data karena hal ini mempengaruhi pilihan – pilihan yang lainnya. Studi pelaporan memberikan ringkasan data yang sering kali menyusun ulang data untuk mencapai pemahaman yang lebih dalam atau menghasilkan statistik untuk



perbandingan.

2. Kemampuan Peneliti Untuk Memanipulasi Variabel

Peneliti tidak memiliki kemampuan untuk memanipulasi variabel. Sebaliknya, peneliti mempelajari peserta yang telah terpapar dengan variabel independen dan yang belum terpapar kemudian membandingkan hasilnya. Penting bagi peneliti menggunakan desain ini untuk tidak memengaruhi variabel-variabel yang ada, karena jika hal ini dilakukan maka akan menimbulkan bias.

3. Ruang Lingkup Topik

Studi statistik berusaha untuk menangkap karakteristik populasi dengan membuat kesimpulan dari sampel karakteristik. Mereka dirancang untuk keluasan bukan kedalaman, mengekstraksi data yang sama dari beberapa kasus. Hipotesis diuji secara kuantitatif dan generalisasi tentang temuan, disajikan berdasarkan representasi sampel dan validitas desain.

4. Penekanan Pengukuran

Pada umumnya, para peneliti menggunakan penelitian kualitatif dan kuantitatif, terkadang dalam penelitian yang sama. Penelitian kualitatif menggunakan teknik interpretatif untuk menggambarkan, memutuskan, menerjemahkan, dan menyimpulkan dengan makna dari fenomena tertentu. Penelitian kualitatif sering digunakan selama eksplorasi, tetapi juga dapat mengikuti studi statistik untuk lebih memahami apa yang diukur. Sedangkan penelitian kuantitatif tertarik pada kuantitas, frekuensi, atau besarnya suatu fenomena. Hal ini adalah dasar dari studi statistik. Riset kuantitatif bergantung pada kualitas instrumen pengukuran yang digunakan untuk observasi, survei, dan uji eksperimental. Sehingga peneliti tertarik untuk menggunakan pengukuran penelitian kuantitatif pada penelitian ini.

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.



5. Kompleksitas Desain

Desain metodologi tunggal hanya akan menggunakan satu metode yakni adalah sebuah survei. Namun, penelitian bisnis sering kali rumit, mencakup lebih dari satu metodologi pengumpulan data. Sedangkan desain metodologi ganda mungkin mencakup serangkaian metode, serangkaian wawancara pribadi yang diikuti dengan survei. Salah satu studi metodologi ganda yang paling umum adalah desain dua tahap (*two stage design*) yang menggunakan teknik penelitian kualitatif untuk memahami lebih jauh masalah manajemen dan menyusun pertanyaan penelitian, diikuti dengan studi statistik kuantitatif untuk mengumpulkan data terkait dengan pertanyaan-pertanyaan pengukuran.

6. Metode Pengumpulan Data

Dalam studi pemantauan, peneliti memeriksa kegiatan subjek atau sifat dari suatu materi atau kegiatan dan mencatat informasi dari observasi yang peneliti tidak mencoba untuk memperoleh tanggapan dari siapa pun. Observasi ini dapat dilakukan secara langsung atau melalui digital atau mekanis.

7. Lingkungan Penelitian

Ketika mengumpulkan data menggunakan kondisi lapangan, para partisipan tidak mungkin mengubah perilaku mereka yang sebenarnya, perilaku yang mungkin tidak mereka sadari sepenuhnya. Namun, peneliti tidak akan bisa mengamati sebanyak mungkin partisipan dengan menggunakan kondisi lapangan. Sehingga penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* kepada partisipan.

8. Dimensi Waktu

Studi longitudinal adalah pengukuran berulang dari variabel yang sama selama periode tertentu. Keuntungan dari studi longitudinal adalah dapat melacak perubahan



dari waktu ke waktu atau melibatkan partisipan dalam berbagai kegiatan. Studi longitudinal dapat mempelajari orang yang sama dari waktu ke waktu atau menggunakan partisipan yang berbeda untuk setiap pengukuran berikutnya. Informasi yang pernah dikumpulkan tidak dapat dikumpulkan untuk kedua kalinya dari orang yang sama sebab informasi tersebut akan beresiko bias, karena kesadaran partisipan telah ditingkatkan dengan pengenalan terhadap stimulus.

9. Kesadaran Penelitian Partisipan

Manfaat desain penelitian dapat berkurang ketika partisipan merasa bahwa sudah pernah mengumpulkan informasi terhadap penelitian tersebut. Kesadaran ini dapat mempengaruhi hasil penelitian secara tidak langsung. Ada tiga tingkatan persepsi partisipan, yaitu:

- (1) Partisipan tidak melihat adanya penyimpangan dari rutinitas sehari – hari
- (2) Partisipan melihat adanya penyimpangan, tapi tidak terkait dengan penelitian
- (3) Partisipan menganggap penyimpangan sebagai akibat dari penelitian.

C. Variabel Penelitian

Menurut Schindler (2022:15) variabel adalah simbol terukur dari suatu peristiwa, tindakan, karakteristik, sifat, atau atribut. Di dalam praktiknya, satu atau lebih variabel digunakan sebagai pengganti suatu konsep atau konstruk. Dalam Penelitian ini terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel terikat (*Dependent Variable*) dan variabel bebas (*Independent Variable*). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y), dan untuk variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas layanan (X_1) dan citra merek (X_2). Di bawah ini digunakan pengukuran dan penjelasan terkait dengan variabel tersebut :



1. Kualitas Layanan (X_1) :

- Menurut Tjiptono dalam Indrasari (2019:61) kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis, terkait dengan produk yang dihasilkan, pelayanan yang diberikan, orang serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau melebihi ekspektasi dari setiap pengguna atau pembeli.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Kualitas Layanan	Reliability (Kehandalan)	Kopi Janji Jiwa selalu memberikan layanan yang baik kepada konsumen	Interval
		Kopi Janji Jiwa selalu menyajikan minuman sesuai dengan pesanan konsumen	
		Kopi Janji Jiwa selalu memberikan informasi yang akurat dan jelas tentang produk dan promosinya	
	Responsivness (Kepekaan)	Karyawan Kopi Janji Jiwa memiliki respon yang cepat saat melayani konsumen	Interval
		Kopi Janji Jiwa memberikan pemberitahuan yang cepat dan jelas tentang perubahan atau penundaan pesanan	
		Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu siap mendengarkan dan menanggapi pertanyaan konsumen dengan baik	
	Assurance (Jaminan)	Karyawan Kopi Janji Jiwa bersikap ramah dan profesional	Interval
		Kopi Janji Jiwa memberikan jaminan kepuasan terhadap kualitas minuman yang disajikan	
		Karyawan Kopi Janji Jiwa memiliki pengetahuan yang mendalam tentang berbagai jenis kopi yang mereka sajikan	
		Karyawan Kopi Janji Jiwa siap membantu dan menyarankan ketika ada konsumen yang kesulitan saat melakukan pembelian	



<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>	<i>Emphaty</i> (Empati)	Karyawan Kopi Janji Jiwa memperlakukan konsumen dengan ramah dan penuh perhatian	Interval
		Kopi Janji Jiwa selalu memperhatikan umpan balik (<i>feedback</i>) dari pelanggan dan berusaha untuk meningkatkan layanannya	
	<i>Tangibles</i> (Berwujud)	Karyawan Kopi Janji Jiwa berpenampilan yang rapih dan menarik	Interval
		Kebersihan fasilitas Kopi Janji Jiwa selalu diutamakan	
		Peralatan dan perlengkapan yang digunakan oleh Kopi Janji Jiwa selalu dalam kondisi baik dan modern	

Sumber: Kotler et al (2022:227)

2. Citra Merek (X₂) :

Menurut Kotler et al (2019:379) dalam bukunya menjelaskan bahwa citra merek adalah cara konsumen memandang ekspresi visual atau verbal suatu merek, yang mana mengarah pada asosiasi psikologis atau emosional yang ingin diingat oleh merek dari konsumen. Agar citra merek yang tepat dapat terbentuk di benak konsumen, pemasar harus menyampaikannya identitas merek melalui setiap variabel bauran pemasaran yang tersedia. Identitas merek harus disebarkan dalam segala hal yang dilakukan perusahaan.

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Citra Merek

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Citra Merek	<i>Corporate Image</i> (Citra Perusahaan)	Kopi Janji Jiwa sudah dikenal secara nasional	Interval
		Logo Kopi Janji Jiwa menarik dan mudah diingat	
	<i>User Image</i> (Citra Pemakai)	Kopi Janji Jiwa menjadi bagian dari aktivitas sosial para konsumen yang sering menghabiskan waktu bersama teman-teman di kafe atau tempat nongkrong lainnya	Interval



<p>C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG. 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.</p>		Konsumen Kopi Janji Jiwa cenderung memiliki gaya hidup yang aktif dan dinamis seperti bekerja, kuliah, atau menjalankan bisnis	
	<p><i>Product Image</i> (Citra Produk)</p>	Kopi Janji Jiwa dikenal dengan cita rasa yang konsisten dan berkualitas tinggi	Interval
		Desain kemasan Kopi Janji Jiwa yang menarik dan fungsional memudahkan konsumen untuk menikmati kopi di mana saja	

Sumber: Firmansyah (2019:81)

3. Keputusan Pembelian (Y) :

Menurut Indrasari (2019:70) keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Tabel 3.3
Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
<p>Keputusan Pembelian</p>	Pilihan Produk	Saya memilih Kopi Janji Jiwa karena memiliki kualitas yang lebih baik dari para pesaing	Interval
		Saya memilih Kopi Janji Jiwa karena memiliki banyak variasi produk	
	Pilihan Merek	Saya memilih Kopi Janji Jiwa karena lebih dikenal dari merek lain	Interval
	Pilihan Penyalur	Saya memilih Kopi Janji Jiwa karena tersedia di aplikasi pemesanan online	Interval
		Saya memilih Kopi Janji Jiwa karena mudah dipesan melalui aplikasi online	
	Waktu Pembelian	Saya membeli Kopi Janji Jiwa secara rutin	Interval
		Saya membeli Kopi Janji Jiwa hanya saat saya membutuhkannya	
	Total Jumlah Pembelian	Saya membeli produk Kopi Janji Jiwa lebih dari satu kali	Interval

Sumber: Kotler dan Keller dalam Indrasari (2019:74)



D. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan metode *Non-probability sampling* yang menggunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019:84) *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019:85).

Untuk ukuran sampel, (Hair et al, 2019:132) sebaiknya ukuran sampelnya 100 atau lebih besar, dengan minimal lima kali jumlah pernyataan yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini ada 29 pernyataan yang artinya ada $29 \times 5 = 145$ responden.

E. Teknik Pengumpulan data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik komunikasi dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* kepada responden dengan menggunakan *google forms*, kemudian responden mengisi kuesioner tersebut secara *online*. Model kuesioner yang digunakan adalah model tertutup karena pernyataan dan jawabannya sudah ditentukan sebelumnya oleh peneliti.

Untuk pengukurannya, peneliti menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2019:93) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun *item-item* instrumen yang berupa pernyataan-pernyataan yang harus diisi oleh responden untuk penelitian ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Copyright © 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.



Ada lima tingkatan alternatif jawaban yang digunakan pada penelitian ini, yaitu STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju. Kemudian setiap tingkatan mulai dari STS = Sangat Tidak Setuju sampai SS = Sangat Setuju, diberi skor 1 sampai 5.

F. Teknik Analisis data

Setelah data terkumpul melalui kuesioner, maka selanjutnya peneliti akan mengolah data dan melakukan analisis data dengan menggunakan alat bantu *software* IBM SPSS 25.0. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Uji Validitas

Uji validitas menurut Ghazali (2018:51) adalah uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dan suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengevaluasi suatu indikator dapat diuji dengan tingkat signifikansi pengaruh antara suatu variabel laten dengan indikatornya. Apabila $r_{hitung} > r_{table}$ maka pertanyaan atau indikator tersebut valid. Jika $r_{hitung} < r_{table}$ maka pertanyaan atau indikator tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45) uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Yang artinya, reliabilitas suatu ukuran merupakan indikator stabilitas dan konsistensi di mana instrumen tersebut mengukur konsep serta menilai sesuai tidaknya suatu ukuran. Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$. Sedangkan jika



Cronbach's Alpha dengan nilai $< 0,60$ maka dianggap buruk.

3. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan *skewness* (Ghozali, 2018:19). Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif sebagai berikut:

a. Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mengetahui karakteristik dari responden, yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan sebagainya.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Fri = \frac{\sum fi}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr_i = Frekuensi relatif ke-*i* setiap kategori

$\sum f_i$ = Jumlah responden yang termasuk kategori-*i*

n = Total responden

b. Rata-rata Hitung (*Mean*)

Rata-rata hitung atau *mean* dilakukan dengan cara menjumlahkan seluruh nilai data dari suatu kelompok sampel untuk mencari nilai rata-rata atau *mean* dalam kelompok sampel yang digunakan dalam penelitian, setelah dijumlahkan maka dibagi dengan banyaknya sampel yang digunakan. Rumus *mean* yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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.



$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

C Keterangan:

\bar{x} = Rata-rata hitung (*mean*)

x_i = Data

n = Jumlah responden

c. Rata-rata Tertimbang

Dalam penelitian ini, rumus yang digunakan untuk menghitung skor rata-rata tertimbang adalah sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

\bar{x} = Skor rata-rata tertimbang

f_i = Frekuensi

x_i = Bobot nilai

$\sum f_i$ = Jumlah responden

4. Skala Likert

Menurut Schindler (2022:271) Skala Likert adalah pertanyaan berdasarkan skala penilaian yang dijumlahkan terdiri dari pernyataan yang mengekspresikan sikap yang menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap objek yang diteliti. Responden diminta untuk setuju atau tidak setuju dengan setiap pernyataan dalam serangkaian pernyataan. Setiap tanggapan diberikan skor numerik untuk mencerminkan tingkat kesukaannya terhadap sikap, dan skor tersebut dapat ditambahkan untuk mengukur sikap responden secara keseluruhan.

Skala Likert yang digunakan adalah sebagai berikut:

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.



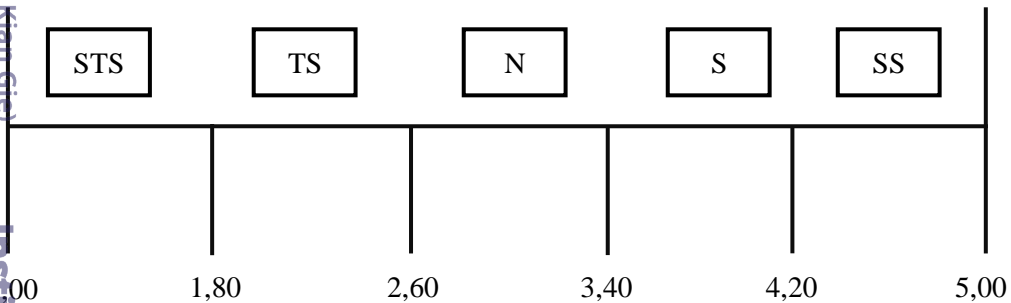
Tabel 3.4
Skala Likert

Skala Peringkat	Skor
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: Peneliti 2024

Untuk menghitung skala penilaian, penelitian ini menggunakan rentang skala Likert sebagai berikut:

Gambar 3.1
Rentang Skala Likert



Keterangan:

1.0 – 1.80 = Sangat Tidak Setuju

1.80 – 2.60 = Tidak Setuju

2.61 – 3.40 = Netral

3.41 – 4.20 = Setuju

4.21 – 5.00 = Sangat Setuju

5. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan memastikan bahwa model yang digunakan memiliki kelayakan atas model regresi yang ada dalam penelitian ini. Pengujian asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang memiliki nilai residual yang berdistribusi normal atau mendekati normal adalah model regresi yang baik. Salah satu cara untuk menguji normalitas residual adalah dengan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S), dengan kriteria yaitu:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka artinya data tidak berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka artinya data berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018:137). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Sedangkan jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kriteria untuk uji heteroskedastisitas yaitu:

1. Jika nilai sig $> 0,05$ maka artinya tidak terjadi heteroskedastisitas
2. Jika nilai sig $\leq 0,05$ maka artinya terjadi heteroskedastisitas.

© 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.



c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (independen), maka model regresi dikatakan baik (Ghozali, 2018:107). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas adalah dengan cara melihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dasar pengambilan keputusan dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu:

1. Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau $VIF < 10$, maka artinya tidak terdapat multikolinearitas.
2. Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau $VIF \geq 10$, maka artinya terdapat multikolinearitas.

6. Analisis Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018:95) analisis regresi linear berganda bertujuan untuk melakukan pengukuran terhadap kekuatan hubungan antara dua atau lebih variabel yang menunjukkan arah hubungan variabel terikat (dependen) dan variabel bebas (independen). Variabel terikat (dependen) memiliki asumsi random yang merupakan distribusi probabilistik dan variabel independen memiliki asumsi nilai tetap. Dalam penelitian ini, model regresi linear berganda yang menjadi variabel terikat (dependen) adalah keputusan pembelian, dan yang menjadi variabel bebas (independen) adalah kualitas layanan dan citra merek. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β_1 = koefisien regresi variable X_1

β_2 = koefisien regresi variable X_2

X_1 = Variabel Kualitas Layanan

X_2 = Variabel Citra Merek

e = *Term of Error*

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

a. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghazali (2018:98) uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variable bebas (independen) dalam model regresi berpengaruh secara individual terhadap variable terikat (dependen), dengan kriteria pengambilan keputusan uji t yaitu:

1. Taraf signifikansi / Sig. t ($\alpha = 0.05$)
2. Jika nilai Sig. t < (0.05) atau t hitung > t tabel maka artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen
3. Jika nilai Sig. t > (0.05) atau t hitung < t tabel maka artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghazali (2018:98) uji F digunakan untuk mengukur variabel bebas (independen) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat (dependen). Kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Taraf signifikansi / Sig. F ($\alpha = 0.05$)
2. Jika nilai Sig. F > (0.05) atau F hitung < F tabel maka artinya model



regresi tidak layak digunakan

3. Jika nilai Sig. F < (0.05) atau F hitung > F tabel maka artinya model regresi layak digunakan



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

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (dependen). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel bebas (independen) dalam menjelaskan variabel terikat (dependen) sangat terbatas. Sedangkan nilai koefisien determinasi (R^2) yang mendekati nilai satu berarti variabel – variabel bebas (independen) mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat (dependen) (Ghozali, 2018:97).

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.