

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014:7) penelitian kuantitatif biasa disebut dengan penelitian tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah menjadi tradisi yang digunakan untuk penelitian. Metode ini juga disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini juga sebagai metode konkrit/empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga biasa disebut discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan dalam berbagai iptek baru. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Untuk menganalisis pengaruh variabel independen (X) yang terdiri dari citra merek dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Maka dalam penelitian ini, digunakan teknis analisis linear berganda. Dengan teknik tersebut dapat di uji hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh secara parsial antara variabel independen (X) yaitu citra merek (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Serta dapat diketahui bahwa kedua variabel citra merek dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan di beberapa gerai minuman Boba di Kabupaten Lumajang, adapun pertimbangan –pertimbangan yang mendasari peneliti memilih minuman Boba di Kabupaten Lumajang :

1. Ketersediaan waktu yang dimiliki dan biaya yang tidak begitu besar dalam pelaksanaan proses penelitian.
2. Hubungan baik antara peneliti dengan pemilik perusahaan tersebut sangat membantu peneliti dalam menyebarkan data kuesioner ke para konsumen.
3. Perkembangan penjualan minuman Boba yang cukup pesat.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer, menurut Suryani, (2015:171) data primer ialah data yang dikumpulkan serta diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari obyeknya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuisoner oleh responden konsumen yang pernah melakukan pembelian di outlet minuman Boba di Kabupaten Lumajang. Hasil dari data primer adalah jawaban dari responden atas pernyataan dan pertanyaan yang diajukan didalam kuisoner tersebut. Pernyataan atau pertanyaan menyangkut tentang citra merek, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian minuman Boba di Kabupaten Lumajang.

3.3.2 Sumber Data

a. Data Internal

Suryani dan Hendryadi (2016:170-171) mengatakan bahwa data internal merupakan sebuah data yang tertera didalam data sekunder atau data yang menggambarkan sebuah kegiatan didalam suatu organisasi. Data internal dalam penelitian ini berupa profil minuman Boba di Kabupaten Lumajang.

b. Data Eksternal

Suryani dan Hendrayadi (2016:171) sedangkan data eksternal berbanding terbalik dari data sebelumnya yaitu data internal. Data eksternal berasal dari sumber luar yang artinya tidak didapat dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi, artinya data tersebut berasal dari luar. Dalam data ini tidak menggunakan data eksternal.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari : objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Sugiyono (2015:148).

Populasi dalam penelitian yaitu konsumen Boba di Kabupaten Lumajang periode bulan Maret dengan jumlah populasi $21 \times 30 = 630$ populasi per bulan.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah data karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, yang akan digunakan untuk menduga karakteristik populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

Probability Sampling (*Random Sampling*) yang merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, Sugiyono (2015:149).

Metode penentuan ukuran sampel yang digunakan ialah metode yang dikembangkan oleh Rascoe dalam bukunya *Research Methods For Business* seperti yang dikutip dalam (Sugiyono, 2015:154-155) :

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian ini adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri swasta dan lainlain) maka jumlah anggota sampel minimal 30.
- c. Bila dalam peneliti akan melakukan analisis multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti, termasuk di dalamnya adalah jumlah variabel independen dan dependen.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini merupakan analisis multivariate yaitu regresi linier berganda yang terdiri dari 2 (dua) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen maka ukuran sampel yang diambil minimal 20×3 variabel = 60 anggota sampel.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu Probability Sampling yang meliputi, simple random, proportionate stratified random. Non-probability Sampling meliputi, sampling sistematis, sampling kuota, sampling aksidental, purposive sampling, sampling jenuh dan snowball sampling, Sugiyono (2015:150).

Menurut Sugiyono (2014:81) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan *Probability Sampling (Random Sampling)* yang berarti teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsure atau anggota dalam dalam populasi untuk dipilih menjadi bagian anggota populasi.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:38) variabel penelitian adalah suatu objek dalam penelitian yang secara langsung ditentukan oleh peneliti guna mendapatkan informasi-informasi yang kemudian ditentukan kesimpulan dari informasi yang telah didapatkan.

Sugiyono (2014:38), Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain.

Variabel dalam penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel, yang terdiri dari 2(dua) variabel independen yaitu citra merek dan kualitas pelayanan, serta 1 (satu) variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

a. Variabel Independen

Variabel independen atau yang biasa disebut variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi penyebab berubahnya variabel dependen (Sugiyono, 2014:39). Variabel independen pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Citra Merek (X_1)
- 2) Kualitas Pelayanan (X_2)

b. Variabel Dependen

Variabel Dependen atau yang biasa disebut variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014:39). Variabel dependen dalam penelitian ini, yaitu keputusan pembelian (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Citra Merek (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), terhadap variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Pembelian. Teori-teori yang mendasari konsep Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian ini merupakan literatur-literatur yang berhubungan dengan ketiga variabel penelitian tersebut.

a. Citra Merek (X_1)

Priansa (2017:265) menyatakan citra merek merupakan respons konsumen terhadap keseluruhan penawaran yang telah diberikan oleh pihak perusahaan.

Citra perusahaan dapat dipahami juga sebagai sejumlah kepercayaan, dan kesan pelanggan kepada perusahaan.

b. Kualitas Pelayanan (X_2)

Ellitan (2007:182) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan.

c. Keputusan Pembelian (Y)

Rusman (2020:46) keputusan pembelian merupakan proses keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen melewati lima tahap yaitu tahap pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, pasca pembelian dan perilaku ke pasca pembelian yang dimulai jauh sebelum pembelian aktual dilakukan dan memiliki dampak yang lama setelah itu.

Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu masalah yang timbul dari kebutuhan yang dirasakan dan keinginan untuk memenuhi kebutuhan itu dengan konsumsi produk atau jasa yang sesuai. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pemenuhan keinginan kebutuhan.

3.5.3 Definisi Operasional

a. Citra Merek (X_1)

Menurut Firmansyah (2019) citra merek dapat dideskripsikan sebagai suatu persepsi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat suatu merek dari produk tertentu. Priansa (2017:268) menyatakan bahwa citra merek bisa diukur menggunakan indikator berikut:

1. Kepribadian (*personality*)
2. Reputasi (*reputation*)
3. Nilai-nilai (*value*)
4. Identitas perusahaan (*corporate identity*)

Berdasarkan indikator tentang Citra Merek maka disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skala pengukuran berikut ini :

1. Saya membeli minuman boba sesuai keinginan saya sendiri.
2. Minuman boba memiliki reputasi yang baik di mata masyarakat.
3. Pemilik outlet minuman boba mampu menyelesaikan keluhan pelanggan.
4. Minuman boba memiliki logo perusahaan yang menarik.

b. Kualitas Pelayanan (X₂)

(Sari & Lestari, 2019) menyatakan, keunggulan layanan dapat dibentuk melalui pengintegrasian empat *pillar service excellence* yang saling berkaitan erat, yaitu: kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan pelayanan. Dimensi yang sering digunakan untuk menilai kualitas pelayanan menurut Ellitan (2017:184) meliputi lima indikator pokok, yaitu :

1. Berwujud (*tangibles*)
2. Keandalan (*reliability*)
3. Daya tanggap (*responsiveness*)
4. Jaminan (*assurance*)
5. Empati (*emphaty*)

Berdasarkan indikator tentang Kualitas Pelayanan maka disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skala pengukuran berikut ini :

- a) Pelayanan minuman boba sangat baik sehingga konsumen merasa puas.
- b) Keandalan dari kualitas pelayanan yang diberikan di outlet minuman boba sangat baik.
- c) Ketanggapan pemilik outlet minuman boba terhadap konsumen membuat merasa diperhatikan.
- d) Kerjasama kualitas pelayanan yang diberikan oleh outlet minuman boba sangat baik.
- e) Pelayanan yang diberikan oleh outlet minuman boba sangat bersahabat bagi konsumen.

c. Keputusan Pembelian (Y)

Kholidah dan Afriyanto (2020:10) keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Indikator keputusan pembelian menurut Priansa (2017:481) ada beberapa indikator yaitu :

1. Pilihan Produk
2. Pilihan Saluran Pembelian
3. Waktu Pembelian
4. Jumlah Pembelian

Berdasarkan indikator tentang Keputusan Pembelian maka disusun kuisisioner dengan jawaban dalam skala pengukuran berikut ini :

1. Saya memilih membeli produk minuman boba atas keinginan saya sendiri.
2. Lokasi minuman boba strategis dan mudah di temui di Kabupaten Lumajang.
3. Saya membeli minuman boba satu minggu sekali.
4. Saya membeli minuman boba dengan jumlah yang saya inginkan.

3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2014:102) instrumen penelitian merupakan alat yang dapat digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut dengan variabel penelitian.

Dalam penelitian ini terdapat 3 instrumen, yaitu :

1. Instrumen untuk mengukur citra merek.
2. Instrumen untuk mengukur kualitas pelayanan.
3. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian.

Menurut Sugiyono (2015:167) Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut jika digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini merupakan skala ordinal. Skala ordinal adalah skala yang memiliki urutan, namun jarak antara titik-titik atau kategori terdekat tidak perlu menunjukkan rentang yang sama. Skala ordinal hanya mengindikasikan kategori yang menjadi urutan pertama posisinya lebih tinggi daripada kategori urutan kedua dan kategori kedua punya kedudukan yang lebih tinggi daripada ketiga dan seterusnya (Istijanto, 2010:10).

Tabel 3.1

Variabel, Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

NO	Variabel	Instrumen Penelitian	Skala	Sumber
1.	Citra Merek (X ₁)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya membeli minuman Boba sesuai keinginan 2. Minuman Boba memiliki reputasi yang baik di mata masyarakat 3. Pemilik outlet minuman boba mampu menyelesaikan keluhan pelanggan. 4. Minuman Boba memiliki logo perusahaan yang menarik 	Ordinal	Priansa (2017:268)
2.	Kualitas Pelayanan (X ₂)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan minuman Boba sangat baik sehingga konsumen merasa puas 2. Keandalan dari kualitas pelayanan yang diberikan di outlet minuman Boba sangat baik 3. Ketanggapan pemilik outlet minuman Boba terhadap konsumen membuat merasa diperhatikan 4. Kerjasama kualitas pelayanan yang diberikan oleh outlet minuman Boba sangat baik 5. Pelayanan yang diberikan oleh outlet minuman Boba sangat bersahabat bagi konsumen 	Ordinal	Ellitan (2017:184)

3.	Keputusan Pembelian (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memilih membeli produk minuman Boba atas keinginan saya sendiri 2. Lokasi minuman Boba strategis dan mudah ditemui di Kabupaten Lumajang 3. Saya membeli minuman Boba satu minggu sekali 4. Saya membeli minuman Boba dengan jumlah yang saya inginkan 	Ordinal	Priansa, 2017:481
----	-------------------------	---	---------	-------------------

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Wawancara

Wawancara merupakan proses percakapan yang dilakukan oleh *interviewer* dan *interview* dengan tujuan tertentu, dengan pedoman, dan bisa bertatap muka maupun melalui alat komunikasi tertentu (Edi, 2016:3). Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan konsumen minuman boba di Kabupaten Lumajang.

3.7.2 Observasi

Sugiyono (2014:145) menyatakan bahwa, observasi ialah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting merupakan proses pengamatan dan ingatan. Observasi yang dilakukan peneliti adalah datang langsung ke konsumen minuman boba di Kabupaten Lumajang.

3.7.3 Kuesioner

“Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014:148).”

Pengukuran data untuk variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, dilakukan dengan cara memberi skor pada tiap-tiap jawaban dari butir pertanyaan dari kuesioner. Pemberian skor dalam penelitian ini berdasarkan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Adapun bentuk skala *likert* antara lain:

- | | |
|------------------------|---|
| a. Sangat setuju | 5 |
| b. Setuju | 4 |
| c. Netral | 3 |
| d. Tidak setuju | 2 |
| e. Sangat tidak setuju | 1 |

(Sugiyono, 2013:108).

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data ialah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data diantaranya : meneglompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan

masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan Sugiyono (2014:147).

Berdasarkan kesesuaian dengan hipotesis serta tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi berganda dan uji alat statistic SPSS 21 dengan berupa hubungan asosiatif kasual, yang digunakan dalam mengetahui variabel independen dalam memprediksi variabel dependen penelitian ini. Sebelum dilakukan analisis serta uji pengaruh, maka perlu dilakukan kuisoner untuk pengujian validitas dan reliabilitas. Kemudian akan dilakukan analisis dan uji pengaruh menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwa data harus berkontribusi normal, terbebas dari multikolinieritas dan heteroskedastisitas.

3.8.1 Pengujian Instrumen

Pengujian hipotesis dapat dilanjutkan ketika pengujian validitas dan pengujian reabilitas pada kuesioner sudah dilakukan yaitu dengan mengevaluasi data – data responden yang diperoleh karena kuesioner harus valid dan dapat dibuktikan kebenaran datanya. Menurut Hikmawati (2017:30) menjelaskan bahwa pengujian instrumen penelitian merupakan suatu piranti peneliti mengukur fenomena sosial yang menjadi fokus peneliti atau bisa disebut dengan variabel.

Penelitian lain juga menjelaskan uji instrumen ialah alat pengukur yang merupakan faktor penting dalam menghimpun data yang diharapkan (Indrawan dan Yaniati, 2014:123). Untuk melihat baik tidaknya alat pengukuran, dapat diketahui dengan melihat kriteria utamanya, yaitu: (a) validitas, yaitu tingkat dimana sebuah pengujian benar-benar diukur, (b) reliabilitas, dengan akurasi dan

presisi dari sebuah prosedur pengukuran, (c) kepraktisan, rentang yang luas dari faktor ekonomi, kenyamanan, dan kemudahan penafsiran.

a. Pengujian Validitas

Kuesioner yang sudah disebar dan akan diajukan perlu dilakukan uji validitas agar mengetahui adanya kesalahan atau tidak untuk memperoleh informasi dari kuesioner tersebut. Siregar (2013:46) mengatakan validitas merupakan alat ukur untuk menentukan benar tidaknya apa yang akan diukur. Pengujian pada kuesioner memiliki beberapa kriteria untuk mengukurnya yaitu :

- 1) Apabila koefisien korelasi berada pada *product moment* diatas 0,3
- 2) Apabila koefisien korelasi pada *product moment* lebih besar dari r-tabel ($\alpha ; n-2$) = jumlah sampel
- 3) Nilai Sig. lebih kecil dari α

Rumus yang digunakan untuk uji validitas pada korelasi *product moment* yaitu:

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

Keterangan :

- n : jumlah responden
- x : skor variabel (jawaban responden)
- y : skor total dari variabel (jawaban responden)

b. Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas merupakan konsistensi atau kestabilan skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama, dan diberikan dalam waktu yang berbeda (Yusuf, 2015:242). Uji Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan suatu alat ukur untuk dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Suatu item pernyataan

dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6 (Yuandari & Rahman, 2017:57).

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini diuji menggunakan analisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu. Pengujian reliabilitas dapat mengacu pada nilai *Cronbach Alpha* (α), dimana suatu variabel dinyatakan dinyatakan reliabel apabila mempunyai *Cronbach Alpha* (α) > 0,7.

Adapun indeks kriteria reliabilitas menurut (Nugroho, 2011:33) adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Indeks Kriteria Reliabilitas

No	Interval Alpha Cronbach	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 - 0,20	Kurang Reliabel
2	0,201 - 0,40	Agak Reliabel
3	0,401 - 0,60	Cukup Reliabel
4	0,601 - 0,80	Reliabel
5	0,801 - 1,00	Sangat Reliabel

Sumber : Nugroho (2011:33)

3.8.2 Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

Penelitian yang menggunakan regresi linier berganda harus memenuhi asumsi-asumsi yang ditetapkan agar menghasilkan nilai-nilai koefisien sebagai penduga yang tidak biasa. Adapun asumsi-asumsi yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- a. Variabel tak bebas dan variabel bebas memiliki hubungan linier atau hubungan berupa garis lurus.
- b. Variabel tak bebas haruslah bersifat *continue* atau setidaknya berskala interval.
- c. Keragaman dari selisih nilai pengamatan dan pendugaan harus sama untuk semua nilai perkiraan Y. Jadi, $(Y - Y')$ kira-kira harus sama semua nilai Y'

Apabila kondisi ini tidak terpenuhi maka disebut heteroskedastisitas dan residu yang dihitung dari $(Y - Y')$ harus menyebar normal dengan rata-rata nol.

- d. Pengamatan-pengamatan variabel tak bebas berikutnya harus tidak berkorelasi. Pelanggaran asumsi ini disebut autokorelasi yang biasanya terjadi pada data *time series* (runtun waktu).

Tidak adanya korelasi yang sempurna antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain. Apabila asumsi ini dilanggar disebut multikolinearitas (Sanusi, 2011:135).

a. Pengujian Normalitas Data

Menurut Umar (2011:181) menyatakan bahwa uji normalitas dilakukan untuk mengetahui variabel dependen, variabel independen atau pun keduanya memiliki distribusi normal, mendekati atau tidak berdistribusi sama sekali. Model regresi yang bagus adalah berdistribusi normal atau mendekati, hal tersebut dapat diketahui dengan adanya penggambaran penyebaran pada data di grafik. Apabila data tersebut menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah dari garis diagonalnya maka dapat dikatakan regresi tersebut diasumsikan normal. Normalitas data dapat diuji dengan beberapa cara seperti yang disebutkan oleh Santoso (2012:361) adalah sebagai berikut :

- 1) Pengukur bentuk, distribusi normal memiliki bentuk simetris pada nilai mean, median dan mengumpul disatu titik tengah.
- 2) Normalitas data dapat diukur dengan rumus *skweness*. Apabila *skweness* memiliki nilai positif sebaran yang dihasilkan menceng ke kiri, apabila *skweness* memiliki nilai negatif sebaran yang dihasilkan menceng ke kanan.

$$Z = \frac{Skweness}{\sqrt{6/N}}$$

- 3) Cara menilai yang selanjutnya adalah dengan membandingkan nilai yang ada pada Z tabel dengan Z hitung, apabila nilai Z hitung lebih kecil dapat dikatakan asumsi normalitasnya terpenuhi.
- 4) Normalitas dinilai dengan melihat pada *output* SPSS yaitu *normal probability plot*, apabila nilai sebarannya letanya disekitar garis lurus maka normalitasnya terpenuhi.

b. Pengujian Multikolinieritas

Umar (2011:177), menyatakan bahwa uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui model regresi ada hubungan antar variabel independen atau tidak. Apabila tidak ada korelasi inilah yang menjadi masalah pada multikolinieritas. Beberapa cara untuk mengatasi multikolinieritas adalah sebagai berikut :

- 1) Korelasi tinggi menunjukkan adanya kolinearitas, akan tetapi kolinearitas juga bisa terjadi saat korelasi rendah.
- 2) R^2 dalam keadaan tinggi akan tetapi r^2 parsialnya dalam keadaan rendah menunjukkan variabel bebas berkorelasi tinggi atau satu diantaranya berlebihan.

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Menurut Umar (2011:179) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat ketidaksamaan varians residual pengamatan yang satu dengan yang lain pada model regresi. Pengamatan satu dengan yang lain memiliki varians residual tetap dinamakan homoskedastistas, apabila varians residualnya berbeda dinamakan heteroskedastistas. Model regresi yang bagus yaitu yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengambilan keputusan memiliki dasar pengambilan yang akan menentukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas menurut Ghozali (2013:134) adalah sebagai berikut :

- 1) Apabila terdapat pola tertentu, titik – titik yang membentuk pola teratur dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Apabila pola yang ada tidak jelas dan penyebaran titik berada di atas atau dibawah angka 0 di sumbu Y maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Siregar (2013:301) Analisis linier berganda ialah pengembangan regresi dari linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan di masa yang akan datang berdasarkan data masa lalu atau pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap jumlah variabel bebas (*dependent*).

Rumus Regresi Linier Berganda

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

- Y = Variabel Keputusan Pembelian
- α = Koefisien konstanta
- b = Koefisien beta dengan variabel independen
- X1 = Citra merek
- X2 = Kualitas pelayanan
- e = Error

3.8.4 Pengajuan Hipotesis

Analisis regresi linier berganda sudah dilakukan maka langkah selanjutnya adalah pengajuan hipotesis untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun signifikan antara variabel independen yaitu X_1 dan X_2 terhadap variabel dependen yaitu Y .

a. Uji t (Uji Parsial)

Widarjono (2015:22) menyatakan bahwa uji t berfungsi untuk memberikan bukti terhadap variabel independen secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Peneliti mengajukan dua hipotesis yaitu hipotesis nol H_0 dan hipotesis alternatif H_a . Hipotesis nol disebutkan dengan anggapan benar yang kemudian akan dibuktikan salah dengan sampel yang ada. Sedangkan hipotesis alternatif disebutkan harus memiliki kebenaran ketika hipotesis nol dibuktikan salah. Langkah – langkah pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

1) Merumuskan hipotesis.

Hipotesis Pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara citra merek terhadap keputusan pembelian minuman boba di Kabupaten Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh secara parsial antara citra merek terhadap keputusan pembelian minuman boba di Kabupaten Lumajang.

Hipotesis Kedua

H_0 : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian minuman boba di Kabupaten Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian minuman boba di Kabupaten Lumajang.

Hipotesis Ketiga

H_o : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada minuman boba di Kabupaten Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh secara simultan antara citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada minuman boba di Kabupaten Lumajang.

2) Menentukan level signifikansi $\alpha=5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian:

Apabila $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_o ditolak dan H_a diterima

Apabila $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_o diterima dan H_a ditolak

4) Menemukan nilai t hitung dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{Koefisien\beta}{Standar\error}$$

5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t hitung dengan t tabel.

b. Uji F (Uji Simultan)

Widarjono (2015:19) menyatakan bahwa uji F berfungsi untuk melakukan evaluasi pada pengaruhnya variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F dijelaskan dengan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA). Hipotesis ketiga adalah sebagai berikut :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara citra merek dan kualitas pelayanan yang simultan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman boba di Kabupaten Lumajang.

H_a : Terdapat pengaruh antara citra merek dan kualitas pelayanan yang simultan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman boba di Kabupaten Lumajang.

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

Apabila $-t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Apabila $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3.8.5 Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir sama dengan koefisien r^2 . R juga hampir serupa dengan r , tetapi keduanya berbeda dalam fungsi (kecuali regresi linier sederhana) / determinasi pada regresi linier berganda ialah dengan menggunakan nilai *R-Square* (Sanusi, 2011:136).

Koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini ialah untuk mencari besarnya pengaruh antara variabel independen yaitu citra merek dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.