

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif dengan hubungan asosiatif yang bersifat kausal. Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang bertujuan menganalisis dan mengkaji terkait populasi dan juga sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bersifat menyenangkan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan kausal merupakan hubungan yang bersifat sebab-akibat. Jadi di dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi) (Sugiyono, 2015:36).

Untuk menganalisis variabel independen yang terdiri dari variabel kualitas produk dan *brand image* (citra merek) terhadap variabel dependen keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan teknik ini maka dapat diuji hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh antara kualitas produk dan *brand image* (citra merek) terhadap keputusan pembelian.

3.2 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah variabel independen berupa kualitas produk (X_1) dan *brand image* (X_2) terhadap variabel dependen yakni keputusan pembelian (Y) pada sepatu olahraga merek Nike di Kota Lumajang. Pemilihan lokasi ini

bertujuan untuk memudahkan peneliti mendapatkan informasi yang berkaitan dengan persoalan atau masalah penelitian di atas. Oleh karena itu, peneliti mengambil lokasi Kota Lumajang. Pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti melakukan penelitian di Kota Lumajang dikarenakan lokasi objek penelitian yaitu Kota Lumajang mudah dijangkau, sehingga memudahkan dalam melakukan penelitian.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan beberapa sumber data, antara lain:

3.3.1 Jenis Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Siregar, 2014:37). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari pengisian kuisisioner yang berasal dari responden yaitu para pengguna sepatu olahraga Nike di Kota Lumajang. Pertanyaan yang diajukan di dalam kuisisioner menyangkut tentang kualitas produk, *brand image* (citra merek) dan keputusan pembelian pada produk sepatu olahraga Nike.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya (Siregar, 2014:37). Data sekunder diperoleh dari media internet, literatur, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian tentang

keputusan pembelian yang dinilai melalui kualitas produk dan *brand image* (citra merek).

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data eksternal. Data eksternal adalah data yang diperoleh di luar organisasi yang diteliti (Riyanto & Hatmawan, 2020:27). Data eksternal pada penelitian ini diperoleh dari jawaban kuesioner dari responden yaitu konsumen sepatu olahraga merek Nike di Kota Lumajang yang merupakan pihak di luar perusahaan sepatu olahraga Nike.

3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan daerah generalisasi yang terdiri dari objek ataupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari kemudian menarik kesimpulan (Sugiyono, 2015:92). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yakni para konsumen yang membeli sepatu olahraga Nike di M-Store Kota Lumajang periode Februari – April 2020 sebanyak perhari rata-rata 1 orang x 3 bulan (90 hari) = 90. Jadi populasi adalah 90 orang.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan kesimpulannya akan dapat diperlakukan untuk populasi, untuk itu populasi yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili (Sugiyono, 2015:120). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini

adalah dengan menggunakan *nonprobability sampling* dan teknik yang dipilih adalah *sampling insidental*.

Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel dengan berdasarkan kebetulan, yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, jika orang yang ditemui memenuhi kriteria sebagai sumber data. Adapun kriteria yang memenuhi untuk menjadi responden dalam penelitian ini yakni konsumen yang menggunakan sepatu olahraga merek Nike di Kota Lumajang dan responden yang diteliti berusia di atas 17 tahun.

Sugiyono (2017:74) Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Roscoe. Memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

- 1) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian yaitu antara 30 sampai 500
- 2) Apabila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria, wanita, pegawai negeri, swasta, dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- 3) Apabila di dalam penelitian akan melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 20 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 3 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel = $20 \times 3 = 60$.
- 4) Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang digunakan dalam kelompok eksperimen dalam kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing 10 sampai dengan 20.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah *multivariate* yaitu analisis regresi linier berganda yang terdiri dari 2 (dua) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen, maka ukuran sampel yang diambil $20 \times 3 = 60$ orang.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:38). Terdapat 2 (dua) variabel dalam sebuah penelitian meliputi:

a. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2012:4). Variabel independen dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Kualitas produk (X_1)
- 2) *Brand image* (X_2).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya

variabel bebas (Sugiyono, 2012:4). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

a. Kualitas Produk

Kualitas produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsi meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya (Daga, 2017:37).

b. *Brand Image* (Citra Merek)

Citra merek merupakan sebagai persepsi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat suatu merek dari produk tertentu (Firmansyah, 2019:60).

c. Keputusan Pembelian

Pengambilan keputusan adalah sesuatu proses untuk memilih salah satu cara atau arah tindakan dari berbagai alternatif yang ada demi tercapainya hasil yang diinginkan. Pengambilan membuat keputusan berarti melakukan pemilihan dari berbagai kemungkinan atau alternatif (Sari, 2018:170).

3.5.3 Definisi Operasional

a. Kualitas Produk

Indikator variabel independen kualitas produk dalam penelitian ini disebutkan sebagai berikut (Umar, 2005):

- 1) *Performance* (Kinerja)
- 2) *Features* (Fitur)
- 3) *Reability* (Keandalan)
- 4) *Conformance* (Daya Tahan)

5) *Serviceability* (Kemampuan Pelayanan)

6) *Aesthetics* (Estetika)

Berdasarkan indikator tentang kualitas produk, dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Sepatu olahraga merek Nike tahan lama dalam penggunaan sehari-hari.
- 2) Sepatu olahraga merek Nike menyediakan desain untuk semua kalangan.
- 3) Sepatu olahraga merek Nike cocok digunakan pada setiap momen.
- 4) Sepatu olahraga merek Nike memiliki standar spesifikasi yang sesuai dengan harapan konsumen.
- 5) Sepatu olahraga merek Nike memberikan rasa puas dengan layanan yang diberikan.
- 6) Sepatu olahraga merek Nike memiliki bentuk penampilan yang menarik dan dapat memberikan kepuasan konsumen.

b. *Brand Image*

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut (Daga, 2017:25):

- 1) *Recognition* (Pengakuan)
- 2) *Reputation* (Reputasi)
- 3) *Affinity* (Afinitas)

Berdasarkan indikator tentang *brand image* (citra merek), dapat disusun kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Sepatu olahraga merek Nike memiliki kredibilitas dan kepopuleran yang tinggi

- 2) Sepatu olahraga merek Nike memiliki *track record/image* yang baik bagi konsumen
- 3) Pengguna sepatu olahraga merek Nike bangga dengan produk dan sesuai dengan harapan konsumen.

c. Keputusan Pembelian

Indikator variabel dependen keputusan pembelian dalam penelitian ini yang disebutkan sebaai berikut Abubakar, (2018:94):

- 1) Identifikasi Masalah
- 2) Pencarian Informasi
- 3) Evaluasi Alternatif
- 4) Keputusan Pembelian
- 5) Evaluasi Pasca Pembelian

Berdasarkan indikator tentang ketertarikan di atas maka disusun pertanyaan yang sesuai dengan skala pengukuran, antara lain sebagai berikut:

- 1) Saya melakukan pembelian produk sepatu olahraga Nike karena kebutuhan
- 2) Sebelum melakukan pembelian produk sepatu olahraga Nike, saya mencari informasi terlebih dahulu.
- 3) Saya membandingkan sepatu olahraga Nike dengan produk sepatu olahraga lainnya.
- 4) Saya memutuskan membeli produk sepatu olahraga Nike karena saya yakin dan tidak ragu-ragu untuk menggunakannya.
- 5) Saya memutuskan untuk tetap membeli karena sepatu olahraga Nike mampu bertahan lama.

3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Sugiyono, 2015:178). Instrumen pada penelitian ini disusun berdasarkan indikator-indikator variabel dan selanjutnya instrumen penelitian dan skala pengukurannya disajikan dalam tabel 3.1

Tabel 3.1
Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
Kualitas Produk	<i>Performance</i> (kinerja)	Sepatu olahraga merek Nike tahan lama dalam penggunaan sehari-hari.	<i>Ordinal</i>	Umar, (2005)
	<i>Features</i> (Fitur)	Sepatu olahraga Nike menyediakan desain untuk semua kalangan		
	<i>Reability</i> (keandalan)	Sepatu olahraga merek Nike cocok digunakan pada setiap momen		
	<i>Conformance</i> (kesesuaian)	Sepatu olahraga Nike memiliki standar spesifikasi yang sesuai dengan harapan konsumen		
	<i>Serviceability</i>	Sepatu olahraga merek Nike memberikan rasa puas dengan layanan yang diberikan		
	<i>Aesthetics</i>	Sepatu olahraga merek Nike memiliki bentuk tampilan yang menarik dan dapat memberikan kepuasan		
<i>Brand Image</i>	<i>Recognition</i> (pengakuan)	Sepatu olahraga merek Nike memiliki kredibilitas dan kepopuleran yang tinggi	<i>Ordinal</i>	Daga, (2017)
	<i>Reputation</i> (reputasi)	Sepatu olahraga merek Nike memiliki <i>track record/image</i> yang baik bagi konsumen		
	<i>Affinity</i> (Afinitas)	Pengguna sepatu olahraga merek Nike bangga dengan produk dan sesuai harapan konsumen		

Lanjutan Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
Keputusan Pembelian	Identifikasi Masalah	Saya melakukan pembelian produk sepatu olahraga merek Nike karena kebutuhan	<i>Ordinal</i>	Abubakar, (2018:94)
	Pencarian Informasi	Sebelum melakukan pembelian produk sepatu olahraga Nike, saya mencari informasi terlebih dahulu		
	Evaluasi Alternatif	Saya membandingkan sepatu olahraga Nike dengan produk sepatu olahraga lainnya		
	Keputusan Pembelian	Saya memutuskan membeli produk sepatu olahraga Nike karena saya yakin dan tidak ragu-ragu untuk menggunakannya		
	Evaluasi Pasca Pembelian	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian ulang karena sepatu olahraga Nike mampu bertahan lama.		

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Observasi

Observasi sebagai metode teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik jika dibandingkan dengan teknik lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Jika wawancara dan kuisisioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas kepada orang tetapi juga objek-objek alam lainnya (Sugiyono, 2015:235). Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap responden yaitu konsumen yang telah membeli produk Nike di Kota Lumajang.

3.7.2 Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk

dijawabnya (Sugiyono, 2017:225). Teknik skala yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala *ordinal* dan digunakan untuk membedakan data, sekaligus mengandung unsur pemeringkatan (ranking), derajat (*degree*), atau tingkatan (level), melalui penilaian tertentu dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015:136). Adapun bentuk skala *likert* beserta skor dijelaskan pada tabel 3.2

Tabel 3.2
Skala ordinal

No	Pernyataan	Nilai
1	Setuju, selalu, sangat positif, sangat baik	5
2	Setuju, sering, positif, baik	4
3	Ragu-ragu, kadang-kadang, netral, cukup baik	3
4	Tidak setuju, tidak pernah, negatif, tidak baik	2
5	Sangat tidak setuju, sangat negatif, sangat tidak baik	1

Sumber: (Sugiyono, 2015:136)

Dengan menyebar kuesioner ini diharapkan peneliti dapat memperoleh data yang akurat mengenai kualitas produk dan *brand image* (citra merek) terhadap keputusan pembelian sepatu merek Nike di Lumajang.

3.7.3 Studi Pustaka

Studi pustaka adalah kegiatan mendalami, mencermati, menelaah dan mengidentifikasi pengetahuan (Fitrah & Luthfiyah, 2017). Studi pustaka dalam penelitian ini berupa dokumen-dokumen, buku-buku, jurnal atau artikel dan literatur tentang kualitas produk, *brand image* dan keputusan pembelian.

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012:428) menyatakan bahwa pada teknik analisis merupakan proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dokumentasi dengan metode

mengorganisasikan terhadap data tersebut kedalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, selanjutnya membuat kesimpulan dari pemahaman yang secara mudah oleh diri sendiri dan orang lain.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Dengan penelitian kuantitatif teknik analisis data yang digunakan sudah jelas yakni responden diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam proposal.

Sebelum melakukan analisis data dan uji pengaruhnya, maka kuesioner perlu dilakukan dalam uji validitas dan realibitas. Analisis selanjutnya akan dilakukan dalam uji pengaruh yang akan menggunakan asumsi dasar, bahwa data harus berkontribusi normal yang terbebas dari Multikolinearitas dan Heterokedastisitas.

3.8.1 Uji Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reabilitas terhadap kuisisioner yang dilakukan untuk menjaring data responden, dimana asumsi dasar harus dipenuhi oleh kuisisioner adalah data harus valid dan reliable untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahapan berikutnya.

a. Uji Validitas

Validitas merupajan suatu instrumen yang dilakukan untuk mengatur kecocokan objek yang seharusnya diukur. Analisis faktor yang dilaukan pada uji validitas ini adalah dengan cara mengkorelasi jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi setiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 ke atas maka

faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat. Dalam penelitian ini jika korelasi antar skor faktor dengan skor total kurang dari 0,3 maka hasil dari instrumen dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2015:173).

b. Uji Reabilitas

Reabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran relative konsisten dari waktu ke waktu (Purnomo, 2019:70). Realibilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena reabilitas memusatkan perhatian pada masalah konsistensi (Kuncoro, M., 2013:175). Nugroho, (2011:33) mengemukakan bahwa uji reabilitas dapat dilakukan dengan melihat *Alpha Cronbach*. Indeks kriteria reabilitas dibedakan dalam tabel berikut:

Tabel 3.3
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 Uji Asumsi Klasik

Menurut Purnomo, (2019:49) mengemukakan bahwa uji asumsi klasik adalah persyaratan statistic yang harus dipenuhi pada penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Alat uji yang digunakan pada uji asumsi klasik adalah uji normalitas data, uji multikolinearitas, dan uji heterosedastisitas.

a. Pengujian Normalitas Data

Berdasarkan pendapat Basuki, A., & Prawoto, N, (2017:57) Uji normalitas bermanfaat dalam memastikan data yang sudah dikumpulkan telah berdistribusi normal atau diambil berdasar dari populasi normal atau tidak. Dalam uji asumsi klasik pengujian normalitas bisa dikatakan tidak begitu sulit. Sebab berdasarkan beberapa pengalaman dari pakar statistik, data yang lebih banyak dari 30 angka, maka sudah bisa dianggap berdistribusi normal dan bisa dinyatakan sebagai sampel berjumlah besar. Namun dalam hal ini diperlukan pembuktian dengan uji normalitas, sebab data yang berjumlah lebih dari 30 atau kurang dari 30 belum tentu dapat dipastikan berdistribusi normal.

Menurut Bahri, S (2018:162) Uji normalitas adalah pengujian distribusi data yang akan dianalisis, dengan maksud untuk melihat apakah penyebarannya berada di bawah kurva normal atau tidak. Distribusi normal yakni distribusi yang berbentuk mirip lonceng serta simetris. Pengujian ini dipakai untuk menguji normalitas data, salah satu metode yang dapat digunakan yakni metode grafik, yakni dengan mengamati tersebarnya data pada sumber diagonal pada grafik normal *P-PPlot of regression standardized residual*. Apabila titik-titik tersebar di sekitar garis serta mengikuti garis diagonal, maka residual dinyatakan normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode grafik normal *P-P Plot of regression standardized residual*.

b. Pengujian Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda.

Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terkaitnya menjadi terganggu. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan mengacu pada *Variance Inflation Faktor* (VIF) dimana jika nilai <10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 (Purnomo, 2019:56).

c. Pengujian Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah digunakan untuk mencari tahu apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain dalam sebuah model regresi. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara *scattet plot* dengan menggunakan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residunya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu antara grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit (Purnomo, 2019:59). Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *Scatter Plot*.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Sugiyono, (2012:275) analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti untuk meramalkan bagaimana suatu keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), apabila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dimanipulasi. Sehingga analisis regresi linier bergada tersebut dilakukan bila keseluruhan variabel bebasnya minimal dua.

Rumus Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Koefesien Konstanta

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = *Brand Image* (Citra Merek)

e = Error

3.8.4 Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linier berganda sudah dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah pengujian hipotesis untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun signifikan antara variabel independen yaitu pengaruh kualitas produk (X₁) dan *brand image* (Citra merek) (X₂) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

a. Uji t (Parsial)

Menurut Widarjono, (2015:22) uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen, peneliti mengajukan dua hipotesis H₀ dan hipotesis alternative H_a. Hipotesis nol dianggap benar kemudian akan dibuktikan salah berdasarkan sampel yang ada. Sedangkan hipotesis alternatif harus memiliki kebenaran ketika hipotesis nol dibuktikan salah. Berdasarkan rumusan masalah serta tujuan dalam penelitian ini, maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

a. Hipotesis Pertama

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian

b. Hipotesis Kedua

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *brand image* terhadap keputusan pembelian

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara *brand image* terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Nike di Lumajang

2) Menentukan *level of signifikansi* dengan $\alpha = 5\%$

3) Menentukan kriteria pengujian:

Jika $t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka hipotesis diterima

Jika $-t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis ditolak

4) Menentukan nilai t_{tabel}

Nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel t sedangkan t_{hitung} melalui nilai statistik dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{\text{koefisien } \beta}{\text{Standar Error}}$$

5) Membuat kesimpulan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} untuk mengetahui tingkat signifikansi.

b. Uji F

Menurut Widarjono, (2015:19) mengemukakan bahwa uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Uji F dijelaskan dengan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA), dengan hipotesis ketiga adalah:

1) Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan *brand image* yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas produk dan *brand image* yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian.

2) Kriteria pengujiannya:

Jika $f_{hitung} \geq f_{tabel}$, atau $sig \leq 0,05$ maka hipotesis diterima.

Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka $sig > 0,05$ maka hipotesis ditolak.

3) Membuat kesimpulan dengan membandingkan hasil f_{hitung} dengan f_{tabel}

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa baik garis regresi yang sesuai dengan data aktualnya yang ditunjukkan dalam berdasarkan determinasi (R^2) antara 0 sampai 1. Koefisien determinasi diperoleh dari total variasi variabel Y (dependen) yaitu keputusan pembelian yang dijelaskan oleh variabel X (independen) yaitu faktor pribadi dan faktor sosial yang dinyatakan dalam prosentase. Apabila diperoleh $R^2 = 1$ atau mendekati 1, maka garis regresi yang dihasilkan semakin baik, jika garis regresi mendekati 0 maka garis regresi dinyatakan kurang baik (Widarjono, 2015:17). Jadi koefisien determinasi dalam

penelitian ini untuk mengukur kemampuan variabel kualitas produk dan *brand image* yang signifikan dalam menjelaskan keputusan pembelian sepatu olahraga merek Nike di Lumajang.

