

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan kausal. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi) (sugiyono, 2014:37).

Adapun jenis teknik analisis yang digunakan di dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Teknik tersebut digunakan untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel citra merek dan harga terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian dengan demikian hipotesis yang menyatakan ada tidaknya pengaruh secara parsial atau variabel independen (X) yaitu citra merek (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian akan dapat diuji, serta akan dapat diketahui variabel mana yang memiliki pengaruh paling dominan antara variabel citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian survei (*survey research*) yaitu penelitian yang tidak melakukan perubahan atau tidak ada perlakuan khusus terhadap variabel-variabel yang diteliti (*non experimental*) dan prediksi dimana penelitian eksplanatori (*explanatory research*) dan prediksi dimana penelitian eksplanatori merupakan jenis penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara satu variabel dengan variabel lainnya melalui pengujian hipotesis. Berdasarkan sifatnya penelitian ini bersifat eksploratif karena pengujian

lebih lanjut atas suatu penelitian diperlukan maka peneliti tersebut berifat eksploratif.

3.2. Obyek Penelitian

Objek penelitian ini adalah variabel independen (bebas), yaitu citra merek (X_1) dan harga (X_2) variabel dependen (terikat), yaitu keputusan pembelian (Y).

Dalam penelitian ini lokasi yang dipilih adalah sentra konter seluler pasar senggol lumajang. Adapun pertimbangan-pertimbangan yang mendasari peneliti memilih lokasi tersebut :

- a. Lokasi obyek penelitian yang ada di sentra konter seluler pasar senggol memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.
- b. Perkembangan kartu seluler simpati cukup pesat sehingga mampu bersaing dengan merek kartu seluler yang lain.

3.3. Sumber dan Jenis Data

3.3.1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data eksternal dan data internal.

3.3.1.1. Data Internal

"Data internal yaitu data yang bersumber dari sebuah organisasi dan data itu menunjukkan kondisi organisasi tersebut" (Trenggonowati, 2009:81). Data internal dalam penelitian ini diperoleh dari konter seluler pasar senggol lumajang.

3.3.2. Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

3.3.2.1. Data Primer

"Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dengan sumber data dari responden yang dipilih" (Trenggonowati, 2009:82).

Adapun data primer yang digunakan dalam penelitian bersumber dari hasil pengisian kuesioner oleh responden yaitu konter seluler pasar senggol lumajang, berupa pertanyaan-pertanyaan responden untuk mempresentasikan citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian kartu seluler simpati di sentra konter seluler pasar senggol lumajang.

3.3.2.2. Data Sekunder

"Data sekunder adalah data yang telah siap pakai dan dikumpulkan oleh orang lain baik dari kantor-kantor pemerintah, badan usaha atau hasil dari penelitian orang lain" (Trenggonowati, 2009: 82).

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa data konter seluler pasar senggol lumajang.

3.4. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.4.1. Populasi

"Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas :obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:80).

Menurut Nazir(1999:325) (dalam Trenggonowati, 2009:61), "Populasi adalah kumpulan individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah diterapkan".

Jumlah agen-agen konter seluler di sekitar pasar senggol lumajang adalah berjumlah 35 konter, Dalam penelitian ini populasinya adalah semua agen-agen konter seluler di sekitar pasar senggol lumajang berjumlah 35 konter.

3.4.2. Teknik Pengambilan Sampel

"Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut" (Sugiyono, 2014:81).

"Sampel didefinisikan sebagai himpunan unit observasi yang memberikan keterangan atau data yang diperlukan oleh suatu studi" (Trenggonawati, 2009:62).

Menurut Sugiyono (2013:91), "sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Sampel dalam penelitian ini agen-agen konter seluler di sekitar pasar senggol lumajang.

Teknik pengambilan sampel digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh. Menurut Sugiyono (2013:92) menyatakan bahwa, "Sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel". Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

3.5.1. Survey

"Wawancara adalah tanya jawab antara pewawancara dengan responden" (Trenggonowati, 2009 : 86).

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan konter seluler pasar senggol lumajang.

3.5.2. Observasi

"Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses dan psikologis (Sugiyono, 2014:145).

Observasi yang dilakukan peneliti adalah datang dan mengamati langsung obyek penelitian yaitu mengamati sentra konter seluler pasar senggol lumajang yang membeli kartu seluler simpati.

3.5.3. Dokumentasi

"Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu" (Sugiyono, 2012:422). Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang.

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mencatat, meng-copy dokumen-dokumen yang ada di lokasi penelitian serta dengan membaca literatur-literatur sebagai bahan masukan yang berhubungan dengan data yang relevan dengan variabel penelitian.

3.5.4. Kuesioner

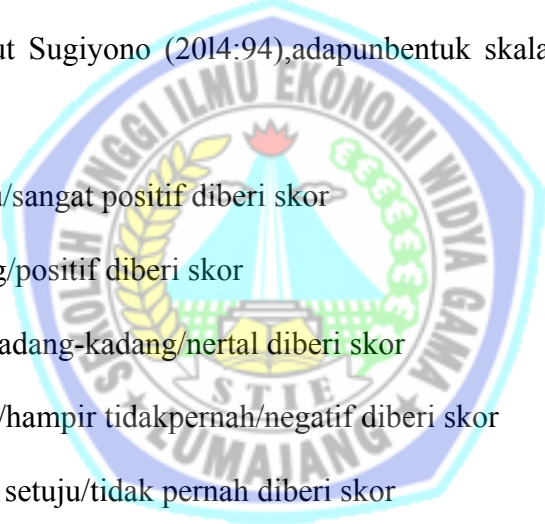
"Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya" (Sugiyono, 2014:142).

Untuk penyebaran kuesioner sebagai bahan dalam penelitian ini, kuesioner diberikan kepada konter seluler pasar senggol lumajang yang membeli kartu seluler simpati sebanyak 30 konter. Dengan menyebarkan kuesioner ini diharapkan akan mendapatkan data tentang pengaruh citra merek dan harga

terhadap keputusan pembelian kartu seluler simpati di sentra konter seluler pasar senggol lumajang.

Pengukuran data untuk variabel Citra Merek dan Harga terdapat variable keputusan pembelian kartu seluler simpati di sentra konter seluler pasar senggol lumajang dilakukan dengan 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 sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2014:93). Menurut Sugiyono (2014:94), adapun bentuk skala *likert* adalah sebagai berikut:

- 
- | | |
|---|---|
| 1. Setuju/selalu/sangat positif diberi skor | 5 |
| 2. Setuju/sering/positif diberi skor | 4 |
| 3. Ragu-ragu/kadang-kadang/nertal diberi skor | 3 |
| 4. Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor | 1 |

3.6. Variabel Penelitian

3.6.1. Identifikasi Variabel

"Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulannya" (Sugiyono, 2014:38).

Variabel dalam penelitian ini tedapat 2 (dua) macam variabel yaitu :

1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulasi, prediktor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. "Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)" (Sugiyono, 2014:39). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah citra merek (X_1) dan Harga (X_2).

2. Variabel Dependen

"Variabel Dependen sering disebut sebagai variabel *output, criteria* konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas" (Sugiyono, 2014:39). Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

3.6.2. Definisi Konseptual Variabel

3.6.2.1. Citra Merek (X_1)

"Citra merek adalah persepsi merek yang dihubungkan dengan asosiasi merek yang melekat dalam ingatan konsumen" (Rangkuti, 2009:90).

3.6.2.2. Harga (X_2)

Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga menjadi faktor utama yang mempengaruhi pilihan para pembeli. Harga menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan" (Kotler dan Armstrong, 2008:345).

3.6.2.3. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Setiadi (2003) dalam Mamang Sangadji (2013:121), “Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satunya”.

3.6.3. Definisi Operasional Variabel

3.6.3.1. Citra Merek (X_1)

Sejumlah teknik kuantitatif dan kualitatif telah dikembangkan untuk membantu mengungkapkan persepsi dan asosiasi konsumen terhadap sebuah merek tersebut. (Fandy, 2005)

Indikator empiris yang digunakan untuk menjelaskan variabel citra merek (*brand image*) menurut Kotler dan Lane (2009:269) adalah sebagai berikut:

1. Dapat diingat
2. Berarti
3. Dapat di sukai
4. Dapat di transfer
5. Dapat dilindungi

3.6.3.2. Harga (X_2)

Menurut Harman (2017:126) harga adalah “alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor-faktor produksi. Dalam

peranannya sebagai penentu alokasi sumber – sumber yang langka, harga menentukan apa yang harus diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan memperoleh berapa banyak barang atau jasa yang diproduksi (permintaan)”.

Menurut Tjiptono (2015:298), Menyatakan permintaan pelanggan sebagai berikut :

- a. Kemampuan para pelanggan untuk membeli
- b. Kemauan atau kesediaan pelanggan untuk membeli
- c. Posisi produk dalam gaya hidup pelanggan
- d. Manfaat yang diberikan produk bersangkutan kepada pelanggan
- e. Harga produk-produk substitusi
- f. Pasar potensial bagi produk
- g. Karakteristik persaingan non-harga
- h. Perilaku konsumen secara umum
- i. Segmen-segmen dalam pasar

3.6.3.3. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Schiffman dan Kanuk (2009), dalam Susanto, (2013:26), keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:179), Proses keputusan pembelian terdiri dari 5 tahap, antara lain :

1. Pengenalan kebutuhan

Proses pembelian di mulai dengan pengenalan kebutuhan pembelian menyadari suatu masalah atau kebutuhan.

2. Pencarian informasi

Konsumen yang tertarik mungkin mencari lebih banyak informasi atau mungkin tidak.

3. Evaluasi alternative

Konsumen memperoleh informasi untuk sampai pada pilihan merek.

4. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling di sukai, tetapi dua factor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.

5. Perilaku pascapembelian

Keputusan pembelian dimana konsumen mengambil tindakan selanjutnya setelah pembelian, berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan.

3.7. Instrumen Penelitian

"Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati" (Sugiyono, 2014:103), Secara spesifik semua fenomena ini disebut variable penelitian. Terdapat tiga instrumen penelitian dalam penelitian ini, diantaranya :

1. Instrumen untuk mengukur harga.
2. Instrumen untuk mengukur citra merek.
3. Instrumen untuk mengukur keputusan pembelian.

“Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga

alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kualitatif' (sugiyono, 2014:92).

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal. Skala ordinal tidak hanya mengkategorikan variable-variabel untuk menunjukkan perbedaan diantara berbagai kategori tetapi juga mengurutkannya kedalam beberapa cara (trenggonowati, 2009:79).

Tabel 3.

Variabel, Instrumen Penelitian dan skala pengukuran

No.	Variabel	Instrumen	Skala	Sumber	
1	Citra merek (X ₁)	1.1	Merek kartu seluler simpati mudah di ingat	Ordinal	Surachman (2008:32)
		1.2	Merek kartu seluler simpati dapat dimengerti secara jelas		
		1.3	Merek kartu seluler simpati mendapat perlindungan		
		1.4	Merek kartu seluler simpati dapat menyesuaikan generasi		
		1.5	Merek kartu seluler simpati di transfer di dalam negeri dan luar negeri		
2	Harga (X ₂)	2.1	Saya mampu membeli kartu seluler simpati karena harganya terjangkau	Oridinal	Tjiptono (2015:298)
		2.2	Saya membeli kartu seluler simpati atas kemauan saya sendiri		
		2.3	Kartu seluler simpati mampu menepati posisi gaya hidup saya		
		2.4	Manfaat yang diberikan kartu seluler simpati sesuai dengan kebutuhan saya		
		2.5	Saya membeli kartu eluler simpati karena penawaran seperti : diskon		
No.	Variabel			Sumber	

			Instrumen	Skala	
		2.6	Kartu seluler simpati di tujukan bagi kalangan menengah keatas		
		2.7	Spesifikasi kartu seluler simpati lebih bagus dari pada merek lainnya		
		2.8	Saya memerlukan banyak informasi sebelum saya memutuskan nuntuk membeli kartu seluler simpati		
		2.9	Saya mudah mencari atau membeli kartu seluler simpati		
3	Keputusan Pembelian (Y)	3.1	Saya membeli kartu seluler simpati karena saya membutuhkannya	Ordinal	Kotler dan amstrong (2008:179)
		3.2	Saya memerlukan banyak informasi sebelum saya memutuskan untuk membeli kartu seluler simpati		
		3.3	Saya membandingkan dengan kartu seluler lain sebelum saya membeli kartu seluler simpati		
		3.4	Saya yakin akan membeli kartu seluler simpati karena kualitas terjamin		
		3.5	Saya akan membeli kartu seluler simpati lagi		

Sumber : Hasil olahan peneliti tahun 2018

3.8. Teknik Analisis Data

Menurut sugiyono (2013 : 169) “ sesuai dengan hipotesis dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian , maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan bentuk hubungan assosiatif kausal, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variable independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini”.

Sesuai dengan hipotesisdengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian, maka digunakan analisis regresi berganda dengan bentuk hubungan assosiatif kausal, yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dalam memprediksi variabel dependen dalam penelitian ini. (Sugiyono, 2008:35).

Sebelum melakukan analisis dan uji pengaruh, maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilirtas terhadap kuesioner. Selanjutnya akan dilakukan analisis dan uji pengaruh yang menggunakan asumsi dasar regresi linier berganda bahwadata harus berdistribusi normal, terbebas dari multikolinieritas (*Multicolonearity*) dan heterokedastisitas (*Heterokedasticity*)

3.8.1. Pengujian Instrumen

Sebelum dilakukan pengujian terhadap hipotesis, maka perlu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap kuioner yang digunakan untuk manjaring data responden, dimana asumsi dasar yang harus dipenuhi oleh kusioner adalah data harus valid dan reliabell untuk bisa dilakukan pengujian hipotesis tahap berikutnya.

3.8.1.1. Pengujian Validitas

Ancok (1989:15) Emory (1997:160) (dalam Trenggonowati, 2009:76),
“Validitas ialah indesk yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur betul
betul mengukur apa yang perlu diukur”.

Pengujian validitas penelitian ini memepergunakan analisis korelasi *Product
Moment*, dengan mengkolerasikan skor setiap item dengan skor total sebagai
jumlah skor item. Rumus korelasi *Product Moment* Albert Kurniawan (2014 :90
sebagi berikut :

$$r = \frac{n \cdot (\sum xy) - (\sum X)(\sum Y)}{\{(n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2)\} \{(n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}$$

Keterangan :

r = korelasi

n = jumlah data

x = variabel independent

y = variabel dependen

Analisis factor dilakukan dengan cara mengklorelasi jumlah skor factor
dengan skor total, Bila korelasi tiap factor tersebut positif dan sebesar 0,3 ke atas
maka factor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Dalam penelitian ini jika
korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir – butir
dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid sugiyono (2014 : 134).

3.8.1.2. Pengujian Reliabilitas

“Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan” (Trenggono 2009:78)

Menurut Nugroho (2011:330), uji reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat koefisien Alpha Cronbach. Indeks kriteria reliabilitas dibedakan dalam table berikut :

Tabel 3.1.

Indeks Kriteria Reliabilitas

No	<i>Interval Alpha Cronbach</i>	Tingkat reliabilitas
1	0,00 – 0,20	Kurang reliabilitas
2	0,201 – 0,401	Agak reliabel
3	0,401 p- 0,60	Cukup Reliabel
4	0,601 – 0,80	Reliabel
5	0,801 – 1,00	Sangat Reliabel

3.8.2. Pengujian Asumsi Dasar Regresi Linier Berganda

Penelitian yang menggunakan alat analisis regresi dan korelasi berganda harus mengenali asumsi – asumsi yang mendasarinya. Apabila asumsi – asumsi dimaksud tidak terpenuhi, maka hasil mungkin berbeda dari kenyataan

Menurut Admaja (2009:184) menyatakan bahwa asumsi-asumsi tentang regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

- a. Variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen) memiliki hubungan yang linier (garis lurus)
- b. Variabel dependen harus kontinyu dan setidaknya berupa skala interval
Variasi dari perbedaan anatar aktual dan nilai prediksi harus untuk semua nilai prediksi harus untuk nilai prediksi Y. Artinya, Nilai $(Y - Y')$ harus sama untuk nilai Y' . Jika hal ini terjadi, perbedaan menurut

'homoscedasticity'. Selain itu, nilai residual atau ($Y - Y'$) harus terdistribusi secara normal dengan rata-rata nol.

- c. Nilai observasi yang berurutan dari variabel dependen harus tidak berhubungan (tidak berkorelasi). Pelanggaran terhadap asumsi disebut "*autocorrelation*" atau suatu periode waktu (*time series data*).
- d. Variabel independen tidak boleh berkorelasi dengan variabel independen lain dalam model. Jika variabel-variabel independen berkorelasi tinggi (positif maupun negatif), disebut "*multicollinearity*".

3.8.2.1. Pengujian normalitas Data

Menurut Kurniawan (2014:156), "Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal". Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya

Menurut Kurniawan (2014: 156), langkah-langkah pengujian normalitas data dengan Chi Kuadrat adalah sebagai berikut :

1. Merangkum data seluruh variabel yang akan diuji normalitasnya.
2. Menentukan jumlah kelas interval.
3. Menentukan panjang kelas interval.
4. Menyusun ke dalam tabel distribusi frekuensi, yang sekaligus merupakan tabel penolong untuk menghitung harga Chi Kuadrat.
5. Menghitung frekuensi yang diharapkan (f_h), dengan cara mengalihkan presentase luas tiap bidang kurva normal dengan jumlah anggota sampel.

6. Memasukkan harga – harga f_h ke dalam table f_h sekaligus menghitung harga –harga ($f_o - f_h$).
7. Membandingkan harga Chi Kuadrat hitung dengan Chi Kuadrat tabel.

3.8.2.2. Pengujian Multikolinieritas

“Uji multikolinieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda” (Kurniawan, 2014:157). Beberapa kriteria untuk mendeteksi Multikolinieritas pada suatu model (Kurniawan, 2014:157) adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (*VIF*) tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari Multikolinieritas. Semakin tinggi *VIF*, maka semakin rendah *Tolerance* .
2. Jika koefisien korelasi anatar masing masing variabel independen kurang dari 0,70 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas. Jika lebih dari 0,70 maka diasumsikan terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinieritas.
3. Jika nilai koefisien determinasi , baik nilai R^2 dia atas 0,60 namun tidka ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen, maka diasumsikan model terkena Multikolinieritas.

3.8.2.3. Pengujian Heteroskedastisitas

“Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain

(Kurniawan 2014:158). Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heterosdatisitas. Heterosdatisitas dapat dideteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu dimana sumbu X adalah sumbu Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di studentized.

Menurut Ghozali (2013:134), Adapun dasar pengambilan keputusan ada tidaknya heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y , maka tidak terjadi heterosdatisitas.

3.8.3. Analisis Regresi Linier Berganda

“Persamaan regresi linier berganda adalah model persamaan regresi linier dengan variabel bebas lebih dari satu (Kurniawan,2014:194)”. Bentuk umum persamaan (Kurniawan,2014:194) antara lain :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + e$$

Y = Nilai dari variabel dependen (variabel tidak bebas / variabel terikat/variabel yang dipengaruhi)

A = Koefisien konstanta

X₁= Nilai variabel independen pertama

X₂ = Nilai dari independen kedua

e = error

3.8.4. Pengajuan Hipotesis

Setelah dilakukan analisis regresi linier berganda kemudian dilakukan pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh pengujian hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen citra merek dan harga terhadap dependen (keputusan pembelian).

3.8.4.1. Uji t (Uji Parsial)

“Uji parsial digunakan untuk mengetahui –pengaruh masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen “ (Ghozali,2013:171). Adapun langkah – langkah pengujian sebagai berikut

a. Merumuskan hipotesis

1) Hipotesis Pertama :

Ho :Citra merek tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ha : Citra merek terdapat pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

2) Hipotesis Kedua :

Ho : Harga tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ha : Harga terdapat pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Menentukan level signifikan dengan $\alpha = 5\%$

c. Menentukan criteria pengujian :

Jika - $t_{tabel} > t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika - $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

d. Menentukan nilai t_{hitung} dengan rumus :

$$t_{hitung} = \text{koefisien } \beta \text{ _____}$$

e. Mmembuat kesimpulan dengan membandingkan hasil t_{hitung} dengan t_{tabel}

3.8.4.2. Uji F (Uji Simultan)

Lupiyoadi dan Ridho (2015:167) menyatakan, “ Uji F merupakan uji simultan (keseluruhan, bersama-sama) yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu keputusan pembelian dengan cara uji signifikan”, dengan hipotesis :

Hipotesis Ketiga :

H_0 : citramerek dan harga tidak berpengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian.

H_a : citramerek dan harga berpengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Adapun kriteria pengujiannya :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$. Maka variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ variabel independen secara simbulan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.8.5. Uji Kompetensi Determinasi (R^2)

“Koefisien determinasi digunakan untuk menguji goodness-fit dari model regresi” (Ghozali,2013:171). Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*cros section*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing –masing pengamatan, sedangkan untuk data runtung waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali,2013:95).

