BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam Penelitian ini penulis mengambil judul penelitian yaitu, **"Pengaruh Gaya Hidup dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Samsung S6 Pada Atlantic Selluler Bandung. "**

Objek Penelitian **Husein Umar (2004:303)**, mengatakan bahwa objek penelitian adalah sebagai berikut :

"Objek penelitian menjelaskan tentang apa atau siapa yang menjadi objek penelitian juga dimana dan kapan penelitian dilakukan.Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu*".*

Berdasarkan pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa objek penelitian merupakan sasaran yang ingin dicapai oleh peneliti untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang suatu hal.Objek penelitian ini adalah mengenai "Pengaruh Gaya Hidup dan *Brand Image* Samsung S6 Terhadap Keputusan Pembelian Pada Atlantic Selluler Bandung."

3.2 Metode Penelitian

Menurut **Travers** dalam **Husein Umar (2005)** penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Analisis

Kuantitaif merupakan analisis yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.Berdasarkan tujuan dan bentuk permasalahan dari penelitian ini, maka penelitian ini berjenis Deskriptif dan Verifikatif. Menurut **Sugiama (2008)**,"penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan atau menguraikan secara tuntas dan jelas".

3.2.1. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rancangan penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam melakukan proses penelitian.

Menurut **Umi Narimawati (2010:30)** desain penelitian adalah :

"Semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam pengertian yang lebih sempit, desain penelitian hanya mengenai penggumpulan dan analisis data saja."

Menurut **Sugiono (2007:18)**, menjelaskan proses penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Sumber masalah
2. Rumusan masalah
3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
4. Metode penelitian
5. Menyusun instrumen penelitian
6. Kesimpulan

Dalam penelitian ini, penulis menerapkan desain penelitian yang lebih luas, yang mencangkup proses-proses berikut ini:

1. Mencari dan menetapkan fenomena yang terjadi.
2. Menetapkan judul dari fenomena yang didapat, sehingga dapat diketahui apa yang akan diteliti kemudian menentukan identifikasi masalah dalam penelitian.
3. Menetapkan masalah-masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini.
4. Menganalisis dan mengambil sampel untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Gaya Hidup dan *Brand Image* Terhadap Keputusan PembelianPada Atlantic Selluler Bandung.
5. Melakukan pembahasan terhadap masalah melalui data dan informasi yang diperoleh dari Atlantic Selluler Bandung.
6. Melaporkan hasil dari penelitian, termasuk proses penelitian, diskusi serta interprestasi data.
7. Menyimpulkan penelitian, sehingga akan diperoleh penyelesaian dan jawaban atas identifikasi masalah dan penelitian.

Tabel 3.1

Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	**Desain Penelitian**			
	Jenis penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive* dan *survey*	Pembeli Samsung S6 Di Atlantic Selluler Bandung	*Cross sectional*
T-2	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	Pembeli Samsung S6 Di Atlantic Selluler Bandung	*Cross sectional*
T-3	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	Pembeli Samsung S6 Di Atlantic Selluler Bandung	*Cross sectional*
T-4	*Descriptive & Verifikatif*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	Pembeli Samsung S6 Di Atlantic Selluler Bandung	*Cross sectional*

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

` Operasionalisasi variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian mengenai pengaruh Gaya Hidup dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian, maka variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Gaya Hidup sebagai variabel independen pertama (X_1).
2. Variabel *Brand Image* sebagai variabel independent kedua (X_2).
3. Variabel Keputusan Pembelian sebagai variabel dependent (Y).

Untuk lebih jelasnya rincian masing-masing variabel dapat dijelaskan dalam Tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel

VARIABEL	KONSEP	INDIKATOR	UKURAN	SKALA	SUMBER
Gaya Hidup (X1)	Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai gaya hidup yang diidentifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka	• Opini • Interest (Minat) • Aktifitas	• Tingkat opini • Tingkat Minat • Tingkat aktifitas	Ordinal	Konsumen

	(aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat).				
Brand Image **(X-2)**	*Brand Image*" atau citra merek adalah bagaimana suatu merek mempengaruhi persepsi, pandangan masyarakat atau konsumen terhadap perusahaan atau produknya.	• Keunggulan asosiasi merek • Kekuatan asosiasi merek • Keunikan asosiasi merek	• Tingkat Keunggulan asosiasi merek • Tingkat Kekeuatan asosiasi merek • Tingkat Keunikan asosiasi merek	Ordinal	Konsumen
Keputusan Pembelian **(Y)**	Keputusan pembelian didasari pada informasi tentang keunggulan suatu produk/merek yang disusun sehingga	• Pengenalan Kebutuhan • Pencarian Informasi • Evaluasi Alternatif • Keputusan Pembelian	• Tingkat Pengenalan Kebutuhan • Tingkat Pencarian Informasi • Tingkat Evaluasi	Ordinal	Konsumen

menimbulkan rasa menyenangkan yang akan merubah seseorang untuk melakukan keputusan pembelian.	• Perilaku Setelah Pembelian	Alternatif • Tingkat Keputusan Pembelian • Tingkat Perilaku Setelah Pembelian

3.2.3. Sumber Dan Teknik Penentuan Data

Dalam penelitian ini terdapat sumber data dan teknik penetuan data, berikut ini adalah penjelasannya.

3.2.3.1. Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data sekunder, karena data yang diambil langsung dari objek penelitian dan sudah teruji kebenarannya. Data sekunder adalah data yang di peroleh dari sumber-sumber lain atau literature yang berkaitan dengan permasalahan yang di ajukan penelitian.

Menurut **Sugiyono (2012:137)** mengungkapkan bahwa :

“Sumber sekunder adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.”

Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber pada literatur dan buku-buku

perpustakaan atau data-data dari perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Berdasarkan definisi di atas kita dapat kita menyimpulkan bahwa data primer merupakan data pendukung dari suatu persoalan yang diteliti, sebagai alat untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan, untuk mengetahui kondisi-kondisi yang terjadi selama kurun waktu tertentu dan data primerdiperoleh dengan mengadakan peneltian dan kuesioner, tidak jarang juga dapat dijadikan solusi dalam penanganan permasalahan yang diteliti.

3.2.3.2. Teknik Penentuan Data

Adapun teknik penentuan data terbagi menjadi dua bagian, yaitu populasi dan sampel. Pengertian dari populasi dan sampel itu sendiri adalah sebagai berikut:

1. Populasi

Menurut **(Sugiyono 2005:55)** Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari. Maka dari itu, dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa populasi adalah seluruh objek atau subjek yang akan dipelajari dan diteliti kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Menurut sekaran (2006) populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti.

Berdasarkan pengertian di atas, populasi merupakan obyek atau subyek yang berada pada satu wilayah dan memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah jumlah konsumen yang membeli Samsung S6 di Atlantic Selluler Bandung yang berjumlah 548 orang dari bulan Februari 2015-Juli 2015 yaitu selama enam bulan. Pemilihan jumlah populasi ini dirasakan cukup mewakili untuk memberikan data yang diperlukan dalam penelitian.

2. Sampel

Menurut **Sugiyono (2004;73)**, mengatakan bahwa pengertian sampel adalah "Sampel bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Jenis yang akan digunakan adalah probability dengan random sampling, yaitu teknik dimana sedemikian rupa sehingga setiap unit dari populasi mempunyai teknik yang sama untuk dipilih sebagai sampel dengan kata lain populasi dianggap homogen. Sampel dari penelitian ini adalah jumlah sebagian konsumen yang membeli Samsung S6 di Atlantic Selluler Bandung dari bulan Oktober 2015-November 2015 atau kurang lebih selama satu bulan. Pemilihan jumlah sampel ini dirasakan cukup mewakili untuk memberikan data yang diperlukan dalam penelitian.Penulis mengambil anggota sampel dalam penulisan penelitian ini dengan menggunakan rumus :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel Minimal

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan dalam meraih anggota sampel yang ditelorir (tingkat kesalahan yang diambil dalam sampling ini sebesar 10%)

$$n = \frac{548}{1 + 578(0,1)^2}$$

$$n = \frac{548}{5.79}$$

n = 99,9= 100 (peneliti menggunakan 100 orang sebagai responden)

Berdasarkan penelitian diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian kepada 100 Konsumen ditambah 5 untuk antisipasi apabila tidak kembalinya kuisioner terhadap konsemen yang melakukan pembelian samsung S6 di Atlatic Celluler Cabang BEC.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut **Suharsimi Arikunto** (**2010: hal.265**) metode pengumpulan data adalah cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk teknik mengumpulkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan (*Field Research)*

Penelitian lapangan (*field research*) dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer (data yang diperoleh langsung dari TokoAtlantic Selluler Bandung. Data primer ini didapatkan melalui teknik-teknik sebagi berikut:

a. Kuesioner (Angket) dan Wawancara (*Interview)*

   Angket (kuesioner) adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Suharsimi Arikunto, 2010:268). Angket dalam penelitian ini terdiri dari daftar butir-butir pertanyaan pernyataan tertulis kepada 100 konsumen yang membeli di Atlantic Selluler Bandung.untuk menjawab tentang Gaya Hidup dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Atlantic Selluler Bandung. Menurut **Sugiyono (2012:194)** Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus ditelitian juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

b. Dokumentasi

   Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang artinya barang-barang tertulis.**Suharsimi Arikunto (2010:274)** menyatakan bahwa “didalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, jurnal, majalah, dokumen, peraturan-peraturan,

notulen rapat, catatan harian dan sebagainya". Gaya Hidup, *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelianpada Atlantic Selluler Bandung.

2. Studi kepustakaan *(Library Reseach)*, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari bahan-bahan yang terdapat dalam buku, majalah, internet, dan berbagai sumber lainnya yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuesioner dan wawancara sebagai data penelitian. Sebelum kuesioner atau instrumen penelitian disebarkan kepada responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya alat ukur yang digunakan, sedangkan pengujian reliabilitas untuk menunjukan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya.

3.2.4.1 Uji Validitas

Uji validitas ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana alat ukur, dalam ini kuesioner mengukur apa yang hendak di ukur atau sejauh mana alat ukur yang di gunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat test, maka alat tersebut semakin mengenai sasarannya, atau semakin menunjukan apa yang seharusnya di ukur

Menurut **Sugiyono (2012:268)**validitas adalah:

"Instrument yang digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan

valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. ”

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi diantara masing-masing pertanyaan dengan skor total. Adapun rumus dari korelasi pearson adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{N}}{\sqrt{[\sum X^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}][\sum Y^2 - \frac{(\sum y)^2}{N}]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi pearson

X = Skor item pertanyaan

Y = Skor total item pertanyaan

N = jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrument

Uji keberartian koefisien r dilakukan dengan uji t (taraf signifikasi 5%).Rumus yang dilakukan adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1-r^2}} : db = n - 2$$

Dimana:

n = ukuran sampel

r = Koefisien korelasi pearson

Keputusan pengujian validitas item instrumen, menggunakan taraf signifikansi adalah sebagai berikut :

1. Nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan dk = n-2 dan taraf signifikansi α=0,05
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$
3. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 17 *for windows*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 17 *for windows* diperoleh hasil pengujian validitas dari item pertanyaan yang diajukan peneliti.

Verikut Hasil validitas dari setiap variabel :

No	Variabel X1	Variabel X2	Variabel Y	Nilai Kritis	Keterangan
P1	.821**	.778**	.829**	0,4	Valid
P2	.830**	.435**	.822**	0,4	Valid
P3	.878**	.723**	.710**	0,4	Valid
P4	.800**	.747**	.876**	0,4	Valid
P5	.865**	.659**	.657**	0,4	Valid

P6 .731** .702**

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut **Suharsimi Arikunto (2012:221)** reliabiltas adalah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data kerena instrumen tersebut sudah baik.

Berdasarkan definisi diatas, maka relibilitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik terkait dengan keakuratan, ketelitian, dan kekonsistenan. Suatu alat disebut reliabel apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek sama sekali diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah.

Dalam hal ini relatif sama berarti tetap adanya toleransi perbedaan-perbedaan kecil diantara hasil beberapa kali pengukuran. Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten.Pada penelitian ini reliabilitas dicari dengan menggunakan rumus *alpha* atau *cronbach's alpha* ($^{\alpha)}$ dikarenakan instrumen pertanyaan kuesioner yang dipakai merupakan rentangan antara beberapa nilai dalam hal ini menggunakan skala rating 1 sampai dengan 5. Rumus *alpha* atau *cronbach's alpha* ($^{\alpha)}$ sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1\frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2}\right]$$

(Suharsimi Arikuntoro, 2012:223)

Dimana:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

6_t^2 = varian total

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir tiap pertanyaan

Jumlah varian butir tiap pertanyaan dapat dicari dengan cara mencari nilai varian tiap butir yang kemidian dijumlahkan ($\Sigma \sigma^2$) sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

(Suharsimi Arikuntoro, 2012:227)

Dimana:

n = jumlah sampel

σ = nilai varian

X= nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaaan)

Tabel 3.3

E stándar Penilaian Koefisien Validitas dan Reliabilitas

Kriteria	Reliability	Validity
Good	0,80	0,50
Acceptable	0,70	0,30
Marginal	0,60	0,20
Poor	0,50	0,10

Sumber: Barker et al, 2002:7

Reliabilitas X1

Hasil dari reliabilitas ketiga variabel adalah :

Variabel	Nilai	Nilai Kritis	Keterangan
X1	0.934	0.7	Reliabel
X2	0.836	0.7	Reliabel
Y	0.839	0.7	Reliabel

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyususun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil pengumpulan data dengan mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan dalam unit-unit,

melakukan sintesa, menyususn kedalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari, serta membuat kesimpulan. Rancangan analisis ini menggunakan analisis data deskriptif dan verifikatif.

Pada penelitian ini digunakan melalui metode deskriptif dan verifikatif.Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang Pengaruh Gaya Hidup dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian. Rancangan analisis penelitian ini terdiri:

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif (Kualitatif)

Analisis Deskriptif atau kualitatif digunakan untuk menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian, sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik.

Selanjutnya untuk menetapkan peringkat dalam setiap variabel penelitian dapat dilhat dari perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal. Skor aktual diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifikasi bobot yang diberikan (1,2,3,4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan predisi nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikalikan jumlah responden.

$$\% \text{ Skor} = \frac{\text{Skor aktual}}{\text{Skor ideal}} \times 100\%$$

Keterangan:

a. Skor aktual adalah jawaban seluruh responden atas kuesioner yang telah diajukan.

b. Skor ideal adalah skor atau bobot tertinggi atau semua responden diasumsikan memilih jawaban dengan skor tertinggi.

Selanjutnya hasil perhitungan perbandingan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 3.5 sebagai berikut :

Tabel 3.4

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 - 36.00	Tidak Baik
2	36.01 - 52.00	Kurang Baik
3	52.01 - 68.00	Cukup
4	68.01 - 84.00	Baik
5	84.01 – 100	Sangat Baik

Sumber : Umi Narimawati (2007:84)

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data

ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of Successive Interval*. Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

1. MSI (*Method of Succesive Interval*)

Adapun langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi interval adalah sebagai berikut:

a) Ambil data ordinal hasil kuesioner
b) Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya
c) Menghitung nilai Z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulaif. Untuk data n > 30 dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
d) Menghitung nilai densititas untuk setiap proporsi komulatif dengan memasukan nilai Z pada rumus distribusi normal.
e) Menghitung nilai skala dengan rumus *Method Successive Interval*.

$$\text{Means of Interval} = \frac{\textit{Density at Lower limit} - \textit{Density at Upper Limit}}{\textit{Area at Below Density Upper Limit} - \textit{Area at Below Lower Limitt}}$$

Dimana:

Means of Interval	= Rata-Rata Interval
Density at Lower Limit	= Kepadatan batas bawah
Density at Upper Limit	= Kepadatan atas bawah
Area Under Upper Limit	= Daerah di bawah batas atas
Area Under Lower Limit	= Daerah di bawah batas bawah

f) Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus : Nilai Transformasi = Nilai Skala + ⋮ Nilai Skala Minimal ⋮ + 1

Untuk mengetahui Pengaruh Gaya Hidup dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Atlantic Selluler Bandung digunakan analisis regresi Berganda (*Multiple Regression*).

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik regresi linier berganda digunakan untukmengetahui hubungan fungsional antara variable dependen dihubungkan dengan dua atau lebih variable independen.

$Y = bo + b1X1 + b2X2 + b2X2 + e$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

X1= Gaya Hidup

X2= *Brand Image*

bo = intercept

b1= Koefisien korelasi Gaya Hidup

b2= Koefisien korelasi *Brand Image*

e = *Error term*

3.Analisis Korelasi

Menurut **Sugiyono (2009:183)**, pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variable x dan y,dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus:

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

Dimana: $-1 \leq r \leq +1$

r = koefisien korelasi

x = Gaya Hidup,*Brand Image*

z = Keputusan Pembelian

n = jumlah responden

Ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada Tabel 3.4 dibawah ini.

Tabel 3.5

Tingkat Keeratan Korelasi

0 – 0.20	Sangat rendah (hampir tidak hubungan)
0.21 – 0.40	Korelasi yang lemah
0.41 – 0.60	Korelasi sedang
0.61 – 0.80	Cukup tinggi
0.81 – 1	Korelasi tinggi

Sumber: Sugiyono (2012 : 184)

4. Analisis Koefisien Determinasi

Persentase peranan semua variable bebas atas nilai variable bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2).Semakin besar nilainya maka menunjukkan bahwa persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi variable terikat. Hasil koefisien determinasi ini dapat dilihat dari perhitungan dengan Microsoft/SPSS atau secara manual didapat dari $R^2 = SS_{reg}/SS_{tot}$.

$$Kd = r^2 \, x100\%$$

Dimana:

d : Koefisien determinasi

r : Koefisien Korelasi

3.2.5.2 Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah Gaya Hidup dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

Langkah – langkah dalam analisisnya sebagai berikut :

1. Pengujian Secara Simultan.

Melakukan uji F untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

a. Rumus uji F yang digunakan adalah :

$$F_{hitung} = \frac{JK_{\text{Re}gresi} / k}{JK_{(\text{Re}sidu)} / \{n-(k+1)\}}$$

Dimana :

JK_{residu} = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variable bebas secara bersama–sama dapat berperan atas variable terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan anatara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft. Jika nilai $F_{hitung} > F_{kritis}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas (Gaya Hidup dan *Brand Image*) tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat (Keputusan Pembelian) ditolak dan sebaliknya.

Menurut (Sugiyono,2009:183), menghitung keeratan hubungan atau koefisien korelasi antara variabel X dengan variabel Y yang dilakukan dengan cara menggunakan perhitungan analisis koefisien korelasi *Product Moment Method* atau dikenal dengan rumus *Pearson.*

b. Hipotesis

H_0 ; $\rho_1=\rho_2= 0$, Tidak terdapat Pengaruh Gaya Hidup dan *Brand Image* Terhadap Keputusan PembelianPada Atlantic Selluler Bandung

H_1 ; $\rho_1\neq\rho_2\neq0$, terdapat Pengaruh Gaya Hidup dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Atlantic Selluler Bandung

c. Kriteria pengujian

Jika terdapat nilai koefisien jalur variable independen tidak sama dengan nol,maka Ho ditolak dan sebaliknnya apabila semua koefisien jalur sama dengan nol,maka Ho diterima

H_0ditolak apabila F_{hitung}> dari F_{tabel} (α = 0,05)

2. Pengujian Secara Parsial

Melakukan uji-t, untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat hipotesis sebagai berikut :

a. **Rumusuji t yang digunakan adalah :**

$$t1 = r_{x1y}\sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r_{x1y}{}^2)}}$$

$$t2 = r_{x2y}\sqrt{\frac{n-k-1}{(1-r_{x2y}{}^2)}}$$

Dimana:

r = korelasi parsial yang ditentukan

n = jumlah sampel

t = t_{hitung}

b. Hipotesis

$H0_{1.}$ ρ= 0, Tidak terdapat Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Atlantic Selluler Bandung

$H1_{1}$. ρ≠ 0, terdapat Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Atlantic Selluler Bandung

$H0_{2.}$ ρ= 0, Tidak terdapat Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Atlantic Selluler Bandung

$H1_{2}$. ρ≠ 0, terdapat Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Atlantic Selluler Bandung

c. Kriteria pengujian

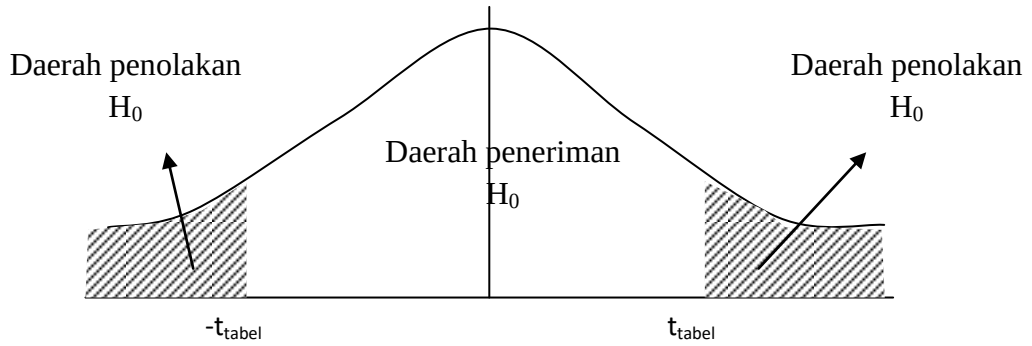
H_0 ditolak apabila t_{hitung}< dari t_{tabel}(α = 0,05)

Kriteria Penarikan Pengujian:

Jika menggunakan tingkat kekeliruan (α = 0,01) untuk diuji dua pihak, maka kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis yaitu sebagai berikut :

a. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penolakan, berarti Ha diterima artinya diantara variabel X dan variabel Y ada hubungannya.
b. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 ada di daerah penerimaan, berarti Ha ditolak artinya antara variabel X dan variabel Y tidak ada hubungannya

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan H_0 dan daerah penerimaan H_1 :



Sumber : Suharismi Arikunto (2012:161)

Gambar 3.1

Daerah penerimaan dan penolakan Ho