BAB III
METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu permasalahan yang dijadikan sebagai topik penulisan dalam rangka menyusun laporan.

Menurut Sugiyono (2011:32),mengatakan bahwa objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.

Sesuai dengan pengertian diatas bahwa pengertian objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi sasaran dalam penelitian ilmiah. Dalam penyusunan usulan penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan mengambil objek penelitian pada sepatu Bata Dalam Kaum Bandung. Berdasarkan definisi di atas, objek dalam penelitian ini adalah Citra Merek, Pelaksanaan Periklanan, dan Keputusan Pembelian.

1. Variabel bebas (*variabel Indevendent*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebeb perubahannya atau timbulnya variabel terikat". Dimana variabel X1 dalam penelitian ini adalah Citra Merek dan variabel X2 Pelaksanaan Periklanan
2. Variabel terikat (*variabel dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adaya variabel bebas". Dimana Variabel terikat variabel Y dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan cara dan kegunaan tertentu. Metode penelitian menurut Sugiyono (2013:5) adalah "Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah". Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian dari peneiliti ini adalah Deskiptif dan Verifikatif dengan pendekatan Kuantitatif :

Pengertian metode deskriptif menurut Sugiyono (2011:147) adalah sebagai berikut metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan rumusan masalah satu sampai empat. Data yang dibutuhkan adalah data yang sesuai dengan masalah-masalah yang ada sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga data dapat dikumpulkan, dianalisis, dan ditarik kesimpulan dengan teori-teori yang telah dipelajari, untuk kemudian ditarik kesimpulan.

Sedangkan pengertian metode verifikatif menurut Narimawati Umi (2010:29) dan Mashuri (2008) adalah sebagai berikut : Metode verifikatif yaitu memeriksa

benar tidaknya apabila dijelaskan untuk menguji suatu cara dengan atau tanpa perbaikan yang telah dilaksanakan di tempat lain dengan mengatasi masalah yang serupa dengan kehidupan.

Metode verifikatif dilakukan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis, sehingga metode verifikatif ini digunakan untuk mengetahui besarnya Pengaruh citra Merek dan Pelaksanaan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian. Dengan metode ini dapat diketahui berapa besarnya pengaruh variabel independent mempengaruhi terhadap variabel dependent, serta besarnya arah hubungan yang terjadi.

Menurut Sugiyono (2013:13) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif adalah sebagai berikut metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan".

Metode Penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan perhitungan statistik. Penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh Citra Merek sebagai Variabel X1 dan Pelaksanaan Periklanan sebagai X2 terhadap Keputusan Pembelian sebagai Variabel Y yang diteliti. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak.

Dengan menggunakan metode penelitian dan analisis statistik, maka akan mengetahui hubungan antar variabel yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti.

3.2.1 Desain Penelitian

Sebelum melakukan penelitian sangatlah perlu kita melakukan suatu perencanaan dan perancangan penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan sistematis.

Desain penelitian menurut Narimawati Umi (2008) adalah sebagai berikut Desain Penelitian adalah Suatu Rencana Struktur, dan Strategi untuk menjawab permasalahan, yang mengoptimasi validitas.

Dari uraian di atas tersebut maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan rancangan utama penelitian yang menyatakan metode-metode dan prosedur-prosedur yang digunakan oleh penulis dalam pemilihan, pengumpulan, dan analisis data.

Menurut Sugiyono (2009:13) penjelasan proses penelitian disampaikan seperti teori sebagai berikut :

Proses penelitian meliputi :

1. Sumber masalah
2. Rumusan masalah
3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan
4. Pengajuan hipotesis

5. Metode penelitian

6. Menyusun instrument penelitian

7. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan proses penelitian diatas maka proses penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sumber Masalah

   Peneliti melakukan *survey* awal untuk menentukan fenomena yang terjadi untuk dijadikan sebagai dasar penelitian.

2. Rumusan Masalah

   Peneliti merumuskan masalah apa saja yang akan di pecahkan dalam penelitian ini, dan dapat di jadikan acuan dalam penelitian ini.

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

   Untuk menjawab hipotesis penelitian ini yang terdapat dalam rumusan masalah maka diperlukan sumber data teoritis yang relevan atau dalam penelitian sebelumnya dengan tema yang sama untuk digunakan dalam menjawab pertanyaan sementara.

4. Penngajuan Hipotesis

   Jawaban terhadap rumusan masalah yang baru didasarkan pada teori dan didukung oleh penelitian yang relevan, tetapi belum ada pembuktian secara empiris (*factual*) maka jawaban itu disebut hipotesis.

5. Metodologi Penelitian

   Untuk menguji hipotesis tersebut peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai, Pada penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis data menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif.

6. Menyusun Instrument Penelitian

   Instrunment ini digunakan sebagai alat pengumpul data, instrument pada penelitian ini berbentuk data yang didapatkan dari data yang diterima dari Toko Sepatu Bata Dalem Kaum Bandung yang termasuk kedalam penelitian. Teknik yang digunakan untuk menggunakan data-data kualitatif yang diperoleh menjadi urutan dan kuantitatif adalah dengan menggunakan *Skala Likert* yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompk orang tentang fenomena sosial.

7. Kesimpulan

   Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode yang berupa jawaban terhadap tumusan masalah. Dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

   Melaporkan pelaporan hasil penelitian ini akan disajikan dalam tabel 3.1 dibawah ini:

Tabel 3.1
Desain Penelitian

Tujuan Penelitian	Desain Penelitian			
	Jenis Penelitian	**Metode yang digunakan**	**Unit Analisis**	**Time Horizon**
T-1	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Konsumen Sepatu Bata Dalem Kaum Bandung	*Cross Sectional*
T-2	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Konsumen Sepatu Bata Dalem Kaum Bandung	*Cross Sectional*
T-3	*Descriptive*	*Descriptive* dan *Survey*	Toko Bata dan Konsumen Sepatu Bata Dalem Kaum Bandung	*Cross Sectional*
T-4,5,6	*Descriptive &Verifikatif*	*Descriptive* dan *Explanatory Survey*	Toko Bata dan Konsumen Sepatu Bata Dalem Kaum Bandung	*Cross Sectional*

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Menurut Narimawati Umi (2008:30) pengertian operasional variabel adalah sebagai berikut operasionalisasi variabel adalah proses penguraian variabel penelitian ke dalam sub variabel, dimensi, indikator sub variabel, dan pengukuran. Adapun syarat penguraian operasionalisasi dilakukan bila dasar konsep dan indikator masing-masing variabel sudah jelas, apabila belum jelas secara konseptual maka perlu dilakukan analisis faktor".

Seperti yang terungkap dalam objek penelitian, bahwa pokok masalah yang diteliti adalah bersumber pada beberapa hal yaitu Pengaruh Citra Merek, Pelaksanaan Periklanan sebagai variabel bebas, dan Keputusan Pembelian sebagai variabel tetap.

Tabel 3.2
Operasional Variabel

Variabel dan Konesp	Indikator	Ukuran	Skala	Sumber Data
Citra Merek (X1) Citra merek merupakan persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi merek yang ada pada pikiran konsumen (Keller, 2008:51)	**Atribut** Kemudahan mengenali logo dan kemasan	Tingkat kemudahan	Ordinal	Konsumen Sepatu Bata
	Manfaat Desain	Persepsi selera desain	Ordinal	Konsumen Sepatu Bata
	Nilai Persepsi kualitas	Tingkat persepsi merek berkualitas	Ordinal	Konsumen Sepatu Bata
	Budaya Persepsi trendi	Tingkat persepsi trendi	Ordinal	Konsumen Sepatu Bata
	Kepribadian Kepercayaan diri tinggi	Tingkat kepercayaan diri	Ordinal	Konsumen Sepatu Bata
	Pemakai Persepsi mengikuti zaman	Tingkat mengikuti perkembangan zaman	Ordinal	Konsumen sepatu Bata
Pelaksanaan Periklanan (X2) Periklanan adalah menyampaikan pesan-pesan penjualan yang diarahkan kepada masyarakat melalui cara-cara yang persuasive yang bertujuan menjual barang, jasa atau ide. Buchari Alma (2007:187)	Message (Pesan)	Memudahkan iklan untuk dipahaami dalam memberikan informasi	Ordinal	Konsumen Sepatu Bata
	Mission (Tujuan)	Mengajak konsumen untuk membeli produk	Ordinal	Konsumen Sepatu Bata
	Media	Pemilihan media periklanan	Ordinal	Konsumen Sepatu Bata

Keputusan Pembelian (Y) Suatu keputusan dimana seseorang memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan produk yang ditawarkan perusahaan (Fandy Tjiptono, 2008:19)	Pengenalan kebutuhan	Tingkat hasrat atau keinginan konsumen untuk membeli sepatu	Ordinal	Konsumen Sepatu Bata
	Pencarian informasi	Tingkat mencari informasi mengenai produk dan akurasi sumber informasi mengenai produk	Ordinal	Konsumen Sepatu Bata
	Evaluasi alternatif	Tingkat ketertarikan konsumen akan produk dan keunggulan yang dimiliki	Ordinal	Konsumen Sepatu Bata
	Keputusan pembelian	Tingkat besarnya keinginan konsumen untuk membeli produk dan kemudahan	Ordinal	Konsumen Sepatu Bata
	Perilaku pasca pembelian	Tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen dari produk yang ditawarkan	Ordinal	Konsumen Sepatu Bata

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder)

Menurut Sugiyono (2013:402), sumber primer dan sumber sekunder adalah sebagai berikut sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Penulis menggunakan sumber primer ini dikarenakan penulis mengumpulkan data-data sendiri, data primer pada penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan pada konsumen sepatu Bata.

Dan menggunakan data sekunder dikarenakan peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain, yaitu mengenai data-data terkait dengan citra merek dan pelaksanaan periklanan terhadap keputusan pembelian.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

Untuk menunjang hasil penelitian, maka peneliti melakukan pengelompokan data yang diperlukan kedalam dua golongan, yaitu :

1. **Populasi**

   Pengertian populasi menurut Sugiyono (2013: 115), adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

   Berdasarkan pengertian diatas maka populasi dari penelitian ini adalah 18.908 orang pembeli sepatu Bata Dalem Kaum Bandung.

2. **Sampel**

   Menurut Sugiyono (2012:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karateristik yang dimiliki oleh populasi dan harus repasi dan harus representatif. Dalam menentukan sampel, terdapat cara/tekniknya sehingga memudahkan peneliti dalam memperoleh data. Teknik sampling menurut Sugiyono (2012:116) adalah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling* , yaitu *Simple Random Sampling.*

Menurut Sugiyono (2012:118) teknik *Simple Random Sampling* merupakan sampling yang sederhana, karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sendiri, dan cara ini dilakukan apabila anggota populasi dianggap homogen. Sedangkan metode penarikan sampel yang digunakan mengacu pada pendekatan ***Slovin***, pendekatan ini dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

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

Sumber : Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini dan Linna Ismawati (2010:38)

Keterangan :

n= Jumlah Sampel

N=Jumlah Populasi

e= Batas kesalahan yang ditolerasni (1% 5% 10%)

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan teknik perhitungan Slovin, jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 18.908, dengan batas kesalahan 10%.

$$n = \frac{18.908}{1+18.908\ (0,1)^2}$$

$$= 99$$

Berdasarkan penelitian diatas, maka peneliti akan melakukan penelitian 99 orang yang dibulatkan menjadi 100 orang. Sehingga jumlah sampel yang diambil 100 kosumen.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

1. Penelitian Lapangan *(Field Research)*

   Metode pengumpulan data adalah penelitian lapangan dilakukian dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan sekunder.

   a. Observasi

      Melakukan pengamatan secara langsung di toko Sepatu Bata demi memperoleh data yang diperlukan. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan di toko sepatu Bata yang berhubungan dengan variabel penelitian. Kemudian hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan. Hasil dari observasi dapat dijadikan data pendukung dalam menganalisis dan mengambil kesimpulan.

   b. Wawancara

      Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara lisan dengan orang-orang yang berhubungan dengan

penelitian. Peneliti mengumpulkan data dan menggali informasi dengan mengajukan tanya jawab secara lisan dengan Direktur, karyawan dan pelanggan di Toko Sepatu Bata

c. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada reponden untuk kemudian dijawabnya. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang telah diberi skor, dimana data tersebut nantinya akan dihitung secara statistik. Kuesioner tersebut berisi daftar pertanyaan yanag ditujukan kepada responden yang berhubungan dalam penelitian ini. Hasil dari kuesioner ini berupa data-data citra merek dan pelaksanaan periklanan dan keputusan pembelian.

Teknik pengolahan data hasil kuesioner digunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai 5 sampai dengan 1. Pemberian skor dilakukan atas jawaban pertanyaan baik mengenai Citra Merek (X1), Pelaksanaan Periklanan (X2) serta Keputusan Pembelian (Y) karena data ini bersifat ordinal maka selanjutnya nilai-nilai dari alternatif tersebut dijumlahkan untuk setiap reponden. Adapun kriteria pembobotan nilai untuk alternatif jawaban dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.3
Skala Likert

Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Setuju/Sangat Menarik/Sangat Mudah/Sangat Tepat/Sangat Baik	**5**
Setuju/Menarik/Mudah/Tepat/Baik	**4**
Cukup/Cukup Menarik/Cukup Mudah/Cukup Tepat/Cukup Baik	**3**
Tidak Setuju/Kurang Menarik/Sulit/Kurang Tepat/Kurang Baik	**2**
Sangat Tidak Setuju/Tidak Menarik/Sangat Sulit/Tidak Tepat/Tidak Baik	**1**

2. Penelitian Kepustakaan atau Dokumentasi

   Teknik pengumpulan data sekunder (yang dilakukan denagn mencatat dokumen-dokumen yang berhubungan dengan variabel penelitian). Penelitian yang dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan data yang diperlukan dari berbagai buku, jurnal, catatan, gambar, dan literature yang berhubungan dengan citra merek, pelaksanaan periklanan dan keputusan poembelian.

3.2.4.1 Uji Validitas

(Azwar 2007:89) Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu skala atau intrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila instrumen tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dan dilakukanya pengukuran tersebut. Sedangkan tes yang memiliki validitas rendah akan menghasilkan data yang tidak relevan dengan

tujuan pengukuran. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas adalah rumus *Korelasi Product Moment* yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\left(N\sum X^2 - (\sum X)^2\right)\left(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\right)}}$$

dengan angka kasar

r_{xy} =Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

Σxy =Jumlah perkalian antara variabel x dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Dalam mengadakan interprestasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2009:164) dapat dilihat pada Tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 3.4

Interprestasi Nilai r

Besarnya Nilai	Interprestasi
Antara 0,700 sampai dengan 1,00	Sangat tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,500	Tinggi
Antara 0,500 sampai dengan 0,400	Agak Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,300	Sedang
Antara 0,300 sampai dengan 0,200	Agak tidak tinggi
Antara 0,200 sampai dengan 0,100	Tidak tinggi
Antara 0,100 sampai dengan 0,000	Sangat tidak tinggi

Sumber: Suharsimi Arikunto (2009:164)

Disamping itu, Riduwan, Adun dan Enas (2010) menjelaskan bahwa dalam melakukan uji validitas juga dapat ditentukan dari perbandingan rhitung /penelitian dengan rtabel. Dengan ketentuan sebagai berikut :

1) Item instrumen dikatakan valid jika rhitung>rtabel, maka instrumen dapat digunakan.
2) Item instrumen dikatakan tidak valid jika rhitung < rtabel, maka instrumen tidak dapat digunakan.

Berdasarkan hasil data kuesioner yang diolah dengan SPSS 16.0 maka dapat diperoleh pengujian validitas instrumen sebagai berikut :

Tabel 3.5
Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item Pertanyaan	Validitas		
		Koefisien validitas	R_{tabel}	Kesimpulan
X1 – Citra Merek	1	0.360	0.30	Valid
	2	0.515	0.30	Valid
	3	0.453	0.30	Valid
	4	0.469	0.30	Valid
	5	0.335	0.30	Valid
	6	0.465	0.30	Valid
X2 – Periklanan	1	0.481	0.30	Valid
	2	0.397	0.30	Valid
	3	0.421	0.30	Valid
Y – Keputusan Pembelian	1	0.453	0.30	Valid
	2	0.428	0.30	Valid
	3	0.519	0.30	Valid
	4	0.552	0.30	Valid
	5	0.418	0.30	Valid

Sumber:Output SPSS 16.0 (diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh butir pertanyaan kuesione lebih besar dari rtabel = 0.30 termasuk dalam kategori Acceptable. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan layak digunakan untuk pengumpulan data penelitian.

3.2.4.2 Uji Reabilitas

Menurut Cooper (2006) yang dikutip oleh Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini dan Linna Ismawati (2010:43) mengemukakan: "*reliabitity is a characteristic of meansurement concerned wih accuracy precision, and consistency"*

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, maksudnya apabila dalam beberapa pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (Syaifuddin Azwar, 2000 : 3). Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan tekhnik Formula Alpha Cronbach dan dengan menggunakan program SPSS 16.0 for windows.

Rumus :

$$\boldsymbol{\alpha} = \frac{k}{k-1}\left(1 - \frac{\sum S^2 j}{S^2 x}\right)$$

Keterangan :

α = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah item

Sj = varians responden untuk item I

Sx = jumlah varians skor total

Indikator pengukuran reliabilitas menurut Sekaran (2000:312) yang membagi tingkatan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut : Jika alpha atau r hitung:

1. 0,8 - 1,0 = Reliabilitas baik

2. 0,6 - 0,799 = Reliabilitas diterima

3. Kurang dari 0,6 = Reliabilitas kurang baik

Untuk mengetahui tiap instrumen pernyataan reliabel atau tidak, maka nilai koefisien reabilitas (*Alpha*) tersebut dibandingkan dengan 0,6. dimana jika nilai Alpha lebih besar dari 0,6 maka, intrumen tersebut dinyatakan reliabel, begitu pula sebaliknya.

Sebagaimana yang dinyatakan Mustafa Edwin Nasution dan Hardius Usman (2006:112) menyatakan: "Jika koefisien reabilitas (*Alpha*) mendekati 1 sangat baik, jika berada diatas 0,8 baik, tetapi bila berada di bawah nilai 0,6 tidak baik. Artinya, bila nilai *Alpha* berada di bawah 0,6 maka dapat dikatakan bahwa pengukuran yang dilakukan tidak konsisten atau pengukuran kita tidak *reliable".*

Tabel 3.6
Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.754	14

Tabel 3.7
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	132.7000	185.747	.242	.751
P2	133.6200	179.026	.460	.741
P3	133.9700	179.666	.388	.743
P4	134.2400	179.679	.346	.744
P5	134.1300	184.094	.209	.751
P6	134.3600	179.243	.377	.743
P7	134.4500	179.785	.394	.743
P8	134.2200	190.880	-.045	.760
P9	133.6000	181.556	.335	.746
P10	133.6700	193.072	-.140	.764
P11	133.5600	183.784	.311	.748
P12	133.7300	179.856	.374	.744
P13	133.7300	182.037	.364	.746
P14	134.5100	190.212	-.020	.760
TOTAL	93.1400	101.011	.843	.673

Sumber:Output SPSS 16.0 (diolah)

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa Alpha Cornbach pada penelitian ini adalah 0.754 maka Berdasarkan teori menurut Sekaran (2000: 312) jika reabilitas berada pada 0,6 - 0,79 maka reabilitas dapat diterima.

3.2.4.3 Uji Msi (Data Ordinal ke Interval)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Oleh karena data yang didapat dari kuisioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala interval melalui "*Methode of Successive"* (Hays, 1969:39). Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

1. Transformasi Data Ordinal menjadi Interval

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

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

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

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 dibawah batas bawah

f. Menentukan nilai transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus :

Nilai transformasi = Nilai Skala + Nilai Skala Minimal + 1

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.2.5.1 Rancangan Analisis

Menurut Umi Narimawati (2010:41), rancangan analisis dapat di definisikan sebagai berikut rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam katagori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dimengerti.

Peneliti melakukan analisa data terhadap data yang telah diuraikan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif.

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif/ Kualitatif

Analisis Deskriptif/ 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 dilihat dari perbandingan antara skor aktual dengn skor ideal. Skor aktual telah

diperoleh melalui hasil perhitungan seluruh pendapat responden sesuai klasifiasi bobot yang diberikan (1, 2, 3, 4, dan 5). Sedangkan skor ideal diperoleh melalui perolehan prediksi niai tertinggi dikalikan dengan jumlah kuesioner dikaliakn jumlah responden.

$$\% \text{ Skor} = \frac{\text{Skor Ideal}}{\text{Skor Aktual}} \times 100$$

Sumber: Umi Narimawati (2007:84)

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 sebagai berikut.

Tabel 3.8
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No	% Jumlah Skor	Kriteria
1	20.00 – 36.00	Sangat Tidak Setuju/Tidak Menarik/Sangat Sulit/Tidak Tepat/Tidak Baik
2	36.01 – 52.00	Tidak Setuju/Kurang Menarik/Sulit/Kurang Tepat/Kurang Baik
3	52.01 – 68.00	Cukup/Cukup Menarik/ Cukup Mudah/Cukup Tepat/Cukup Baik
4	68.01 – 84.00	Setuju/Menarik/Mudah/Tepat/Baik
5	84.01 – 100	Sangat Setuju/Sangat Menarik/Sangat Mudah/Sangat Tepat/Sangat Baik

Sumber: Umi Nariamawati (2007:84)

3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Terlebih dahulu dilakukan tabulasi dan memberikan nilai sesuai dengan sistem yang ditetapkan. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan menggunakan skala ordinal. Untuk teknik perhitungan data kuesioner yang telah diisi oleh responden digunakan skala likert dengan langkah-langkah: yaitu, memberikan nilai pembobotan 5-4-3-2-1 untuk jenis pertanyaan positif. Keseluruhan nilai atau skor yang didapat lalu dianalisis dengan cara:

1. Mengolah setiap jawaban dan pertanyaan dari kuesioner yang disebarkan untuk dihitung frekuensi dan persentasenya.
2. Nilai yang diperoleh merupakan indikator untuk pasangan variabel independen (X), (X2 Xn) dan variabel dependen (Y) yaitu (Y1..Yn).
3. Menentukan skala atau bobot dari masing-masing alternative jawaban seperti diuraikan diatas. Oleh karena data yang didapat dari kuesioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini perlu ditingkatkan skala pengukuran menjadi skala interval melalui “Methode of Successive Interval” (hay, 1969:39).

3.2.5.1.3 Analisis Regresi dan Asumsi Klasik

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisa pengaruh variabel citra merek (X1) dan pelaksanaan periklanan (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) secara bersama-sama.

Menurut Sugiyono (2013:277), analisis regresi ganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunnya nilai). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

Persamaan regresi untuk dua prediktor dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

a = bilangan berkonstanta

b_1, b_2 = koefisien arah garis

X_1 = Citra Merek

X_2 = Pelaksanaan Periklanan

e = Faktor-faktor lain yang mempengaruhi variabel Y

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada anaisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE).

Pengujian mengenai ada tidaknya pelanggaran asumsi-asumsi klasik merupakan dasar dalam model regresi linear beraganda yang dilakukan pengujian terhadap hipotesis.

Beberapa asumsi klasik yang harus dipenuhi terlebih dahulu sebelum menggunakan analisis regresi linier berganda (*multiple linear regression*) sebagai alat untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel yang diteliti, terdiri atas:

a) Uji Normailitas

Menurut Husein Umar (2011:181), uji normalitas untuk mengetahui apakah keputusan pembelian sebagai variabel dependen, citra merek dan pelaksanaan periklanan sebagai variabel independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal, atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data terdistribusi normal ataut tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran daa melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu:

a. Jika probabilitas > 0,05 maka distribusi dari populasi adalah normal
b. Jika probabilitas < 0,05 maka populasi tidak berdistribusi secara normal

b) Uji Multikolinieritas

Menurut Frisch, suatu model regresi dikatakan terkena masalah multikolinearitas bila terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna diantara beberapa atau semua variabel bebasnya. Akibatnya model tersebut akan mengalami kesulitan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap varibel terikatnya (Mandala, 2001:268-270 dalam Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, 2011:198). Jika terdapat korelasi yang kuat di antara sesama variabel independen maka konsekuensinya adalah:

1. Koefisien-koefisien regresi menjadi tidak dapat ditaksir.
2. Nilai standar *error* setiap koesfisien regresi menjadi tidak terhingga.

Dengan demikian berarti semakin besar korelasi diantara sesama varibel independen, maka tingkat kesalahan dari koefisien regresi semakin besar, yang mengakibatkan standar *error* nya semakin besar pula. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas adalah dengan menggunakan *Variance Inflation Factors* (VIF). Menurut Gujarati (2003:362), jika nilai VIF nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinieritas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Gujarati (2005:406), situasi heteroskedastisitas akan menyebabkan penaksiran koefisien regresi menjadi tidakefisien dan hasil taksiran dapat menjadi kurang atau melebihi dari yang semestinya. Dengan

demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji Rank Spearman yaitu dengan mengkorelasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dan residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (*error*) ada yang signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen).

Selain itu, dengan menggunakan program SPSS, heteroskedastisitas juga bisa dilihat dengan melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak membentuk pola tertentu yang teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d) Analisis Korelasi

Menurut Sujana (1989) dalam Umi Narimawati, Sri Dewi Anggadini, dan Linna Ismawati (2010:49) pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi Pearson dengan rumus:

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

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

r = koefisien korelasi

x = variabel independen

y = variabel dependen

n = jumlah respoden

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

Tabel 3.9
Tingkat keeratan korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Keerata
0 - 0,20	Sangat rendah (hampir tidak ada hubungan
0,21 – 0,40	Korelasi yang rendah
0,41 – 0,60	Korelasi sedang
0,61 – 0,80	Tinggi
0,81 – 1	Sangat tinggi

Sumber : Syahri alhusin dalam Umi narimawati (2010: 50)

e) Analisis Koefisien Determinasi

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

$Kd = r^2 \times 100\%$

Dimana
d : Koefisien determinasi
r : Koefisien korelasi

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis

Hipotesis penelitian yang dikemukakan dalam kerangka pemikiran adalah "semakin besar pengaruh citra merek produk dan pelaksanaan periklanan maka akan semakin besar juga pengaruh pada keputusan pembelian".

Langkah-langkah dalam analisisnya sebagai berikut:

1. Pengujian Secara Parsial

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

a. Rumus uji t yang digunakan adalah:

$$thitung(x1,2) = \frac{b1,2}{se(b1,2)}$$

thitung diperoleh dari nilai koefisien regresi dibagi dengan nilai standar errornya.

b. Hipotesis

H_1. $\beta = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel X_1, terhadap Variabel Y.

H_1. $\beta \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel X_1 terhadap Variabel Y.

H_2. $\beta = 0$, Tidak terdapat pengaruh Variabel X_2 terhadap Variabel Y.

H_2. $\beta \neq 0$, Terdapat pengaruh Variabel X_2 terhadap Variabel Y.

c. Kriteria pengujian

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

Jika menggunakan tingkat kekeliruan ($\alpha = 0{,}01$) 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, berati 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 Y tidak ada hubungannya.

2. Pengujian Secara Simultan

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

a. Rumus uji F yang digunakan adalah:

Dimana:

$$F_{hitung} = \frac{JK_{regresi} / k}{JK_{residu} / \{n - (k + 1)\}}$$

JKresidu = Koefisien Korelasi Ganda

K = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat. pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada Tabel Analisis of Variance (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan micro-soft. Jika nilai Fhitung > Fkritis, maka H0 yang

menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat 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

H0;= 0, Tidak terdapat pengaruh Variabel X1 dan Variabel X2 terhadap Variabel Y

H1;ρ 0, Terdapat pengaruh Variabel X1 dan Variabel X2 terhadap Variabel Y.

c. Kriteria pengujian

H0 ditolak apabila F hitung > dari F tabel (α = 0,05)

Apabia pada pengujian secara simultan H0 ditolak, artinya sekurang-kurangnya ada yxi 0. Untuk mengetahui ρyxi yang tidak sama dengan nol, maka dilakukan pengujian secara parsial.

Gambar 3.1 Daerah penerimaan dan penolakan Ho



Sumber : Sugiyono (2009:185)