BAB III
OBYEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Penelitian dilakukan pada kosumen yang membeli dan datang di Honda Ahmad Yani Bandung. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (independen variabel) pertama (X1) Kualitas Produk, kedua (X2) Harga dan ketiga (X3) Ekuitas Merek, sedangkan Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen (Y).

Sedangkan menurut Sugiyono (2011 : 32) pengertian objek penelitian adalah "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".

Sedangkan menurut Arikunto (2011:29) objek penelitian adalah: "sesuatau yang merupakan inti dari problematika penelitian"

Dari definisi di atas dapat diambil kesimpulan bahwa objek penelitian adalah suatu sasaran ilmiah dengan tujuan dan kegunaan tertentu untuk mendapatkan data tertentu yang mempunyai nilai, skor atau ukuran yang berbeda.

Pada penelitian ini, penulis akan melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Ekuitas MerekTerhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio Study Kasus Pada PT Imperial Putra Perdana. Objek penelitian ini adalah deler Honda terbesar ke 4 (empat) di bandung setelah Honda Autobest, Honda Istana Bandung Raya Motor dan Honda Indosal Pasteur.

Dalam sebuah penelitian dibutuhkan langkah-langkah yang teratur sehingga penelitian dapat tersusun sistematis oleh sebab itu sebelum melakukan penelitian kita harus menentukan metode penelitian seperti apa yang kita pakai dalam melakukan sebuah penelitian.

3.2 Metode Penelitian

Dalam pemecahan masalah yang ada suatu penelitian diperlukan penyelidikan yang hati-hati, teratur dan terus-menerus, sedangkan untuk

mengetahui bagaimana seharusnya langkah penelitian harus dilakukan dengan menggunakan metode penelitian. Metode penelitian adalah suatu teknik atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan atau mencatat data, baik berupa data primer maupun data sekunder yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah dan kemudian menganalisa faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan sehingga akan terdapat suatu kebenaran data-data yang akan diperoleh.Untuk lebih jelasnya ada beberapa pengertian metode penelitian menurut para ahli yaitu :

Menurut Sugiyono (2010:2) menjelaskan bahwa:

"Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu".

Menurut Husein Umar (2009:22) metode deskriptif yaitu penelitian yang menjelaskan atau member paparan pada variabel yang diteliti dan ketergantungan variabel pada sub variabelnya.

Menurut Iqbal Hasan (2008:11) metode verifikatif yaitu menguji kebenaran sesuatu (pengetahuan) dalam bidang yang telah ada dan digunakan untuk menguji hipotesis yang menggunakan perhitungan statistik.

3.3 Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian sangat perlu dilakukan perencanaan penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis.

Definisi dari desain penelitian menurut Moh. Nazir (2008:84) adalah semua proses yang diperlukan dalam pereencanaan dan pelaksanaan penelitian, mulai tahap persiapan sampai tahap penyusunan laporan.

Berdasarkan rumusan tujuan sebelumnya, penelitian ini termasuk Metode penelitian yang digunakan penulis dalam menyusun laporan tugas akhir ini menggunakan metode deskriptif, yaitu yang mengungkapkan gambaran masalah yang terjadi pada saat penelitian ini berlangsung.

Adapun pengertian dari metode deskriptif menurut Moh. Nazir (2008:54) adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu

set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Dengan kata lain penelitian deskriptif yaitu penelitian yang memusatkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan, Dikatakan deskriptif karena bertujuan memperoleh pemaparan yang objektif khususnya mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio Study Kasus Pada Honda Ahmad Yani Bandung.

1. Sumber Masalah

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

2. Rumusan Masalah

   Penelitian ini merumuskan masalahnya sebagai berikut :

   1. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio Study Kasus Pada Honda Ahmad Yani Bandung.
   2. Untuk mengembangkan Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio Study Kasus Pada Honda Ahmad Yani.
   3. Untuk Mengimplementasikan Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio Study Kasus Pada Honda Ahmad Yani.

3. Konsep dan teori yang relevan dan penemuan yang relevan

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

4. Pengajuan Hipotesis

   Hipotesis dalam penelitian ini adalah meneliti Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio Study Kasus Pada Honda Ahmad Yani Bandung.

5. Metodologi Penelitian

   Peneliti dapat memilih metode survey dan kuesioner dengan teknikanalisisdata menggunakan metode kualitatif dan metode kuantitatif.

6. Menyusun Instrumen Penelitian

   Instrument penelitian adalah alat yang digunakan dalam proses penelitian.

7. Kesimpulan

   Kesimpulan adalah langkah terakhirdari suatu periode yang berupajawabanterhadaprumusan masalah. Denganmenekankan padapemecahan masalahberupa informasi mengenai solusimasalah yang bermanfaat sebagaidasaruntuk pembuatan keputusan.

3.4 Operasional Variabel

Variabel-variabel penelitian yang dapat dioperasionalisasikan untuk diteliti sebagai berikut:

1. Varibael bebas (independent variabel)

   Suatu variabel digolongkan sebagai variabel bebas apabila dalam hubungannya dengan variabel lain berfungsi menerangkan atau mempengaruhi keadaan variabel terikat tersebut. Dalam hal ini yang merupakan variabel bebas adalah kualitas produk (X1) dan kinerja produk.

2. Varibel terikat (dependent variabel)

   Suatu variabel digolongkan variabel terikat atau tidak bebas apabila dalam hubungannya dengan variabel lain, keadaan variabel tersebut diterangkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam hal ini yang merupakan variabel terikat adalah kepuasan pelanggan (Y).

3.4.1 Tebel Operasional Variabel

Tabel 3.1

Operasinal Variabel

Variabel	Konsep	Ukuran	Skala
Kualitas Produk (X1)	Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012 : 143), menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan	- Tingkat kinerja - Tingkat daya tahan - Tingkat kesesuaian dengan spesifikasi - Tingkat fitur - Tingkat reliabilitas - Tingkat pelayanan - Tingkat estetika - Tingkat kualitas prouk yang dipersepsikan	ordinal
Harga (X2)	Menurut Kotler dan Armstrong (2012:314) harga adalah "*The amount of money charged for a ptoduct or service, the sum of the values that customers exchange for the benefit of having or using the product or service*	- Tingkat keterjangkuan harga - Tingkat kesesuaian harga denga kualitas produk - Tingkat kesesuaian harga dengan manfaat - Tingkat daya saing harga	ordinal
Ekuitas merek (X3)	Ekuitas merek atau *brand equity* menurut Hasan (2014:226) merupakan asset yang paling berharga dalam bisnis dalam mendasari *image*, kepribadian, identitas, sikap, keakraban asosiasi dan kesadaran merek	- Tingkat kesadaran merek - Tingkat persepsi kualitas - Tingkat asosiasi merek - Tingkat loyalitas merek	ordinal
Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian menurut Kotler dan Amstrong (2012:154) adalah keputusan pembeli terhadap produk yang mau dibeli	- Tingkat pengenalan - Tingkat pencarian informasi - Ttingkat evaluasi alternatif - Tingkat keputusan pembelian - Tingkat prilaku pasca pembelian	Ordinal

Sumber : Olah data peneliti, 2018

3.5 Sumber dan Teknik Penetuan Data

3.5.1 Sumber Data

Penulis melakukan penelitian ini untuk mendapatkan data mengenai objek yang akan diteliti, data tersebut dapat dikelompokkan kedalam dua jenis data.

Jenis data yang digunakan peneliti pada penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian adalah data sekunder. Menurut Sugiyono (2011:137) data sekunder adalah "sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data."

Menggunakan data sekunder karena peneliti mengumpulkan informasi dari data yang telah diolah oleh pihak lain, yaitu informasi mengenai kualitas produk, harga dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian, pada Honda Ahmad Yani Bandung

3.5.2 Teknik Penetuan Data

1. Populasi

   Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka populasi konsumen pembelian mobil Honda Brio di Honda Ahmad Yani Bandung dari tahun 2015-2017 adalah 2.382

2. Sampel

   Penentuan pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Menurut Sugiyono (2010: 120) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

   Cara pengambilan sampel ini dilakukan dengan menggunakan cara *purposive* sampling. Menurut Sugiyono (2010: 122) *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

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

n= 2.382/(1+(2.382 x 0.10^2)

n= 2.382/(1+(2.382 x 0,01))

n= 96 orang

Dari hasil perhitungan slovin didapat sampel responden 96 orang dengan tingkat ketelitian 0,1. Dan peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang untuk mewakili konsumen yang ada di Honda Ahmad Yani Bandung.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

a. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

   Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data dengan dokumen dan observasi. Menurut Sugiyono (2010: 422), "Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu". Cara dokumentasi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data dengan mempelajari dokumen yang berkaitan dengan seluruh data yang diperlukan dalam penelitian. Observasi digunakan sebagai teknik yang pertama dilakukan dalam mengamati secara langsung pada perusahaan tersebut dalam berbagai masalah yang muncul pada obyek penelitian sehubungan permasalahan yang dikaji.

b. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

   Penelitian kepustakaan dilakukan sebagai usaha guna memperoleh data yang bersifat teori sebagai pembanding dengan data penelitian yang diperoleh. Data tersebut dapat diperoleh dari literatur, catatan kuliah serta tulisan lain yang berhubungan dengan penelitian.

3.7 Teknik Pengujian Data

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah, mempunyai

validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Arikunto, 2002).

Tabel 3.2

Standar penilaian untuk validitas

Keterangan	Validitas
Good	0,50
Acceptable	0,30
Marginal	0,20
Poor	0,10

Uji validitas dilakukan untuk menguji ketepatan setiap item dalam mengukur instrumennya. Pengujian ini dilakukan dengan mengkorelasikan skor item pernyataan dengan total skor totalnya. Teknik yang akan digunakan dalam uji validitas ini adalah mempergunakan nilai koefisien korelasi. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Pearson Product Moment.

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N\Sigma x^2 - (\Sigma x^2)\}\{N\Sigma y^2 - (\Sigma y^2)\}}}$$

Keterangan

r_{xy} = Koefisien korelasi

N = Jumlah sbyek atau banyaknya anggota sampel

y = Skor total

xy = Skor pertanyaan dikalikan jumlah responden yang diteliti

x = Skor pertanyaan

Instrumen dikatakan valid jika nilai r hitung untuk seluruh pertanyaan lebih besar dari r tabel pada taraf signifikan sebesar α = 0,05 (Sugiyono, 2005). Kaidah keputusannya adalah :

- Jika r hitung > r tabel, maka alat ukur atau instrumen penelitian yang digunakan adalah valid.

- Jika r hitung < r tabel, maka alat ukur atau instrumen penelitian yang digunakan adalah tidak valid.

Uji validitas dilakukan terhadap alat ukur berupa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel penelitian. Uji validitas terhadap item-item pernyataan ini dilakukan dengan mengunakan aplikasi pengolahan data software SPSS.

Tabel 3.3

Hasi Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Pertanyaan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
P1	0,880	0,195	Valid
P2	0,883	0,195	Valid
P3	0,919	0,195	Valid
P4	0,875	0,195	Valid
P5	0,910	0,195	Valid
P6	0,858	0,195	Valid
P7	0,909	0,195	Valid
P8	0,894	0,195	Valid
P9	0,890	0,195	Valid
P10	**0,821**	0,195	Valid
P11	0,880	0,195	Valid
P12	0,883	0,195	Valid
P13	0,856	0,195	Valid
P14	0,866	0,195	Valid
P15	**0,933**	0,195	Valid
P16	0,926	0,195	Valid

*) pada jumlah sampel 100, r tabel = 0,195

Tabel diatas menggambarkan hasil uji validitas untuk setiap pertanyaan pada Variabel Kualitas Produk (X1). Berdasarkan tabel di atas, nilai r hitung tertinggi adalah 0,933 dan r hitung terendah adalah 0,821, karena semua pertanyaan memiliki nilai r hitung yang lebih tinggi dari titik kritisnya (0,195) artinya semua pertanyaan tersebut valid.

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X2)

Pertanyaan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
P17	**0,914**	0,195	Valid

P18	0,763	0,195	Valid
P19	0,768	0,195	Valid
P20	0,839	0,195	Valid
P21	0,808	0,195	Valid
P22	0,801	0,195	Valid
P23	0,832	0,195	Valid
P24	**0,757**	0,195	Valid

*) pada jumlah sampel 100, r tabel = 0,195

Tabel diatas menggambarkan hasil uji validitas untuk setiap pertanyaan pada Variabel Harga (X2). Berdasarkan tabel di atas, nilai r hitung tertinggi adalah 0,914 dan r hitung terendah adalah 0,757 karena semua pertanyaan memiliki nilai r hitung yang lebih tinggi dari titik kritisnya (0,195) artinya semua pertanyaan tersebut valid.

Tabel 3.5

Hasil Uji Validitas Variabel Ekuitas Merek (X3)

Pertanyaan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
P25	0,861	0,195	Valid
P26	**0,806**	0,195	Valid
P27	0,881	0,195	Valid
P28	0,881	0,195	Valid
P29	**0,915**	0,195	Valid
P30	0,87	0,195	Valid
P31	0,874	0,195	Valid
P32	0,859	0,195	Valid

*) pada jumlah sampel 100, r tabel = 0,195

Tabel diatas menggambarkan hasil uji validitas untuk setiap pertanyaan pada Variabel Ekuitas Harga (X3). Berdasarkan tabel di atas, nilai r hitung tertinggi adalah 0,915 dan r hitung terendah adalah 0,806 karena semua pertanyaan memiliki nilai r hitung yang lebih tinggi dari titik kritisnya (0,195) artinya semua pertanyaan tersebut valid.

Tabel 3.6

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pertanyaan	Koefisien Validitas	Titik Kritis	Kesimpulan
P33	0,915	0,195	Valid

P34	0,904	0,195	Valid
P35	**0,946**	0,195	Valid
P36	0,883	0,195	Valid
P37	0,892	0,195	Valid
P38	**0,756**	0,195	Valid
P39	0,887	0,195	Valid
P40	0,904	0,195	Valid
P41	0,907	0,195	Valid
P42	0,888	0,195	Valid

*) pada jumlah sampel 100, r tabel = 0,195

Tabel diatas menggambarkan hasil uji validitas untuk setiap pertanyaan pada Variabel Keputusan Pembeli (Y). Berdasarkan tabel di atas, nilai r hitung tertinggi adalah 0,946 dan r hitung terendah adalah 0,756, karena semua pertanyaan memiliki nilai r hitung yang lebih tinggi dari titik kritisnya (0,195) artinya semua pertanyaan tersebut valid.

3.7.2 Uji Reabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dipercaya juga. Apabila data yang memang benar sesuai dengan kenyataan, maka berapa kalipun diambil tetap akan sama (Arikunto, 2002). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha :*

$$n = \left[\frac{k}{(k-1)}\right]\left[1 - \frac{\sum \sigma_h^2}{\sigma_h^2}\right]$$

Keterangan :

n = Reliabilitas instrumen

$\sum \sigma_h^2$ = Jumlah varians butir

σ_h^2 = Varians total

k = Banyaknya butir pertanyaan item

Tujuan perhitungan koefisien keandalan adalah untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden. Besarnya koefisien ini berkisar dari nol hingga satu. Makin besar nilai koefisien, makin tinggi keandalan alat ukur dan tingkat konsistensi jawaban. Uji reliabilitas dilakukan terhadap alat ukur berupa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini terhadap variabel penelitian.

Tabel 3.7

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r hitung	Titik kritis	Kesimpulan
Kualitas Produk (X1)	0,982	0,7	Reliabel
Harga (X2)	0,925	0,7	Reliabel
Ekuitas Merek (X3)	0,953	0,7	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,969	0,7	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, Variabel Kualitas Produk, Harga, Ekuitas Merekdan Keputusan Pembelian masing-masing memiliki nilai koefisien reliabilitas (r hitung) yang lebih besar dari 0,7 sehingga disimpulkan bahwa Variabel Kualitas Produk, Harga, Ekuitas Merek dan Keputusan Pembelian masing-masing adalah reliabel.

3.8 Rancangan Analisis dan Hipotesis

3.8.1 Rncangan Analisis

Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil obesrvasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpuln sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Peneliti melakukan analisa terhadap data yang telah diuraikan dengan menggunakan motode deskriptif (kualitatif) dan Verifikatif (kuantitatif).

3.8.2 Analisi Deskriptif (kualitatif)

Analisis deskripsi untuk menggambarkan tanggapan responden terhadap masing-masing item pernyataan dikategorikan menjadi 5 kategori Sangat Baik, Baik, Cukup Baik, Tidak Baik, Sangat Tidak Baik dengan perhitungan sebagai berikut :

- Nilai Maksimum = 5
- Nilai Minimum = 1
- Jarak Interval = [nilai maksimum - nilai minimum] : 5
  = [5-1] : 5
  = 0,8

Sehingga diperoleh kategori interval sebagai berikut ::

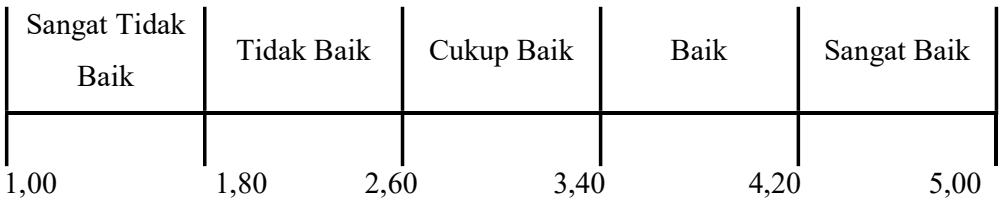
Tabel 3.8

Kategori Interval

Nomor	Interval	Kriteria
1	1,00 – 1,80	Sangat tidak baik
2	1,80 – 2,60	Tidak baik
3	2,60 – 3,40	Cukup baik
4	3,40 – 4,20	Baik
5	4,20 – 5,00	Sangat baik

(Sumber : Sedarmayanti,2011)

Kategori interval tersebut dimasukkan ke dalam garis kontinum, sehingga diperoleh sebagai berikut:



Gambar 3.1

Contoh Gambar Garis Kontinum

Tabel 3.9

Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

No.	Interval	Kreiteria			
		Kualitas produk	**Harga**	**Ekuitas Merek**	**Keputusan Pembelian**
1	1,00 – 1,80	Sangat tidak baik	Sangat tidak sesuai	Sangat lemah	Sangat rendah
2	1,80 – 2,60	Tidak baik	Tidak sesuai	Lemah	Rendah
3	2,60 – 3,40	Cukup baik	Cukup sesuai	Cukup kuat	Cukup tinggi
4	3,40 – 4,20	Baik	Sesuai	Kuat	Tinggi
5	4,20 – 5,00	Sangat baik	Sangat sesuai	Sangat kuat	Sangat tinggi

(Sumber : Pengolahan Data 2018)

3.8.3 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)

Data yang telah dikumpulakn meluli kuisioner akan diolah dengan pendekatan kuantitatif. Karena data yang didapat dari kuisioner merupakan data ordinal, sedangkan untuk menganalisis data diperlukan data interval, maka untuk memecahkan persoalan ini diperlukan skala interval melalui "*Methode of Successive Interval*. Dan selanjutnya dilakukan analisis regresi korelasi serta determinasi.

3.8.3.1 Uji *Methode Successive Internal* (MSI)

Melakukan metode *Successive* interval karena data yang tersedia merupakan data ordinal, sehingga harus dirubah terlebih dahulu kedalam data interval. Adapun langkah-langkah pengerjaannya adalah sebagai berikut :

a. Tentukan secara tegas sikap (variable) apa yang akan diukur.
b. Tentukan berapa responden yang memperoleh score-score yang sudah ditentukan (frekuensi)
c. Setiap frekuensi pada responden yang bersesuaian dengan responden yang dijawab dibagi dengan banyaknya responden total (pi:fi/F)
d. Tentukan proporsi kumulatif (proporsi kumulatif mendekati distribusi normal baku).

e. Dengan menggunakan table, kita tentukan nilai.
f. Tentukan nilai dengan identitas untuk setiap nilai-nilai yang diperoleh.
g. Setelah data menjadi skala interval maka dapat dihitung analisis regresi.

$$Mean\ of\ Interval = \frac{Destiny\ at\ Lower\ Limit - Destiny\ at\ Upper\ Limit}{Area\ at\ Below\ Destiny\ Upper\ Limit - Area\ Below\ Lower\ Limit}$$

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

3.8.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah salah satu persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda. Terdapat beberapa uji asumsi klasik: uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas. Untuk melakukan uji validitas dalam penelitian ini, penulis menggunakan *softwere* IBM SPSS *Statistic* 23 dengan empat uji asumsi klasik:

3.8.4.1 Uji Normalitas

Pengujian nromalitas residual dapat dilihat dari grafik P-Plot (Yamin & Kurniawan 2014:85). Apabila setiap pancaran data residual berada berada di sekitar garis lurus melintang, maka diktakatakan bahwa residual mengikuti fungsi distribusi normal. Pengujian normalitas juga dapat menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov (Santoso, 2010:214). Kriteria yang berlaku :

a. Jika nilai signifikasi < tingkat signifikasi (0,05 atau 5%), artinya residual

tidak berdistribusi normal.

b. Jika nilai signifikasi > tingkat signifikasi (0,05 atau 5%), artinya residual

berdistribusi normal.

3.8.4.2 Uji Multikolinieritas

Gozali (2011: 105) "bertujuan untuk menguji model regresi yang ditemukan korelasi antara variabel bebas atau independen". Ada tidaknya hubungan dapat dilihat melalui VIF *(varian inflation factor)*, dengan batas nilai 10, dan jika nilai VIF<10, ini berarti tidak terjadi multikolinieritas atau tidak terdapat hubungan linier yang sangat tinggi antara variabel independen (Yamin & Kurniawan 2014:90)

3.8.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi memiliki kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heterokedastisitas dapat menggunakan uji Glejser (Santoso, 2010:209). Pada uji Glejser tersebut yang harus dilakukan adalah meregresikan nilai mutlak residual terhadap variabel bebas. Kriteria ini berlaku jika nilai *sig.* Uji t > 0,05, maka artinya varian residual sama (homokedastisitas)/tidak heterokedastisitas. Disamping itu uji heterokedastisitas juga dapat dilakukan dengan melihat grafik scatterplot. Pancaran data yang menyebar secara acak menggambarkan bahwa tidak adanya problem heteroskadestisitas pada residul (Yamin & Kurniawan, 2014:81)

3.8.4.4 Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2012: 110) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi ada kolerasi antara kesalahan pengganggu pada periode-t dengan kesalahan pengganggu pada pada periode t-1 (sebelumnya). Pengujian autokolerasi dilakukan dengan uji *durbin watson* dengan membandingkan nilai *durbin watson* hitung (d) dengan nilai *durbin watson* tabel, yaitu batas atas (du) dan batas bawah (dL). Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika 0 < d < dL, maka terjadi autokorelasi positif.
2. Jika dL < d < du, maka tidak ada kepastian terjadi autokorelasi atau tidak.

3. Jika d-dL < d < 4, maka terjadi autokorelasi negatife.
4. Jika 4 –du < d < 4 –dL, maka tidak ada kepastian terjadi autokorelasi atau tidak.
5. Jika du < d < 4 –du, maka tidak terjadi autokorelasi positif maupun negatif

3.8.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Moh. Nazir (2011:463) menjelaskan bahwa jika parameter dari suatu hubungan fungsional antara satu variabel dependen dengan lebih dari satu variabel diestimasikan, maka analisis regresi yang dikerjakan berkenaan dengan regresi berganda (*multiple regression).*

Persamaan umum regresi berganda menurut Sugiyono (2010:277) adalah:

$Y = \alpha + \beta1X1 + \beta2X2 + \beta3X3$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta, merupakan nilai terkait yang dalam hal ini adalah Y pada saat variabel bebasnya adalah 0 (X1, X2, X3, = 0)

β1 = Koefisien regresi berganda antar variabel bebas X1 terhadap variabel terikat Y

β2 = Koefisien regresi berganda antar variabel bebas X2 terhadap variabel terikat Y

β3 =Koefisien regresi berganda antara variabel bebas X3 terhadap variabel terkait Y

X1= Kualitas Produk

X2= Harga

X3= Ekuitas Merek

Arti koefisien β adalah jika nilai β positif (+), hal tersebut menunjukkan hubungan yang searah antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kata lain peningkatan atau penurunan besarnya variabel bebas akan diikuti oleh peningkatan atau penurunan besarnya variabel terikat. Sedangkan jika nilai β negatif (-), menunjukkan hubungan yang berlawanan antara variabel bebas dengan

variabel terikat. Dengan kata lain setiap peningkatan besarnya nilai variabel bebas akan diikuti oleh penurunan besarnya nilai variabel terikat, dan sebaliknya.

3.8.6 Analisis Korelasi

Menurut Sugiyono (2009:183), pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknyahubungan antara variabel x dan y, dengan menggukan pendekatan koefisien korelasi pearson dengan rumus :

$$r = \frac{n\sum XY - \left(\sum X\right)\left(\sum Y\right)}{\sqrt{\left(n\sum (X)^2 - (\sum X)^2\right)\left(n\sum (Y)^2 - (\sum Y)^2\right)}}$$

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

r = koefisien korelasi

x = kualitas produk, harga, ekuitas merek

y = keputusan pembelian

n = jumlah responden

ketentuan untuk melihat tingkat keeratan korelasi digunakan acuan pada tabel 3.9 dibawah ini :

Tabel 3.10

Tingkat Keeratan Korelasi

-1 ≤ r ≤ +1	**Tingkat Keeratan**
0,80 – 1,00	Korelasi sangat kuat atau sempurna
0,60 – 0,79	Korelasi kuat
0,40 – 0,59	Korelasi sedang
0,20 – 0,39	Korelasi sedang
0,00 – 0,19	Tidak ada korelasi atau korelasi lemah

(Sumber : Sugiyono (2009:193))

3.8.7 Koefisien Determinasi

Menurut Jonathan Sarwono (2010:72) Koefisien Determinasi digunakan untuk menghitung besarnya peranan atau pengaruh variabel bebas (variabel X)

$$Kd=(r)^2x100\%$$

terhadap variabel tergantung (variabel Y). Koefisien determinasi dihitung dengan cara mengkuadratkan hasil korelasi kemudian dikalikan dengan 100%. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r2 = Koefisien korelasi:.

3.8.8 Pengujian Hipotesis

Penelitian ini juga menggunakan uji hipotesis. Data diperoleh dari hasil pengumpulan data di atas dapat diproses sesuai dengan jenis data kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan angka metode statistik sebagai berikut:

3.8.8.1 Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2012: 98) Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai F lebih besar dari 4 maka H0 ditolak pada derajat kepercayaan 5% dengan kata lain kita menerima hipotesis *alternatife*, yang menyatakan bahwa

   semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
2. Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan F menurut tabel. Bila nilai F_{hitung} lebih besar dari pada nilai F_{tabel}, maka Ho ditolak dan menerima Ha.

3.8.8.2 Uji T (Parsial)

Menurut Ghozali (2012: 98) Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas signifikansi > 0,05, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas signifikansi < 0,05, maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen