

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

(Sanusi, 2017: 13) menyebutkan penelitian ini menggambarkan tentang hubungan antar variabel serta besaran sampel dan populasi, cara mengumpulkan data, alat penganalisisan data yang dipergunakan dan seterusnya. Desain penelitian terdiri dari berbagai kategori yakni deskriptif, kausalitas, kolerasional, tindakan, eksperimental, dan *grounded*. Jenis penelitian yang dipergunakan ialah pendekatan kuantitatif, dengan cara mengumpulkan data berbentuk kuesioner yang dibagikan pada responden dengan metode skala *likert*.

3.2 Sifat Penelitian

Dalam tinjauan ini, gagasan pengujian dimana dimanfaatkan analisis ialah gagasan penelitian replikasi. Penelitian replikasi merupakan penelitian dimana diarahkan dengan mengangkat faktor-faktor, petunjuk, objek penelitian, atau instrumen-instrumen ilmiah yang serupa dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian pengembangan adalah jenis eksplorasi yang memberikan faktor tambahan atau petunjuk baru. Eksplorasi orisinal adalah jenis pemeriksaan yang memanfaatkan faktor, penanda, objek penelitian, atau instrumen logis yang baru atau belum pernah dijalankan oleh peneliti sebelumnya.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ialah tempat di mana peneliti akan menyelenggarakan penelitian, bertujuan guna mendapatkan data yang dibutuhkan pada penelitian ini.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Mitra Raya , Kepulauan Riau, Kec. Batam Kota, Kepulauan Riau. Pasar mitra ini merupakan salah satu pasar yang menjual dan mendistribusi produk *frozen food* ke beberapa supermarket dan minimarket yang berlokasi di Pasar Mitra Raya.

3.3.2. Periode Penelitian

Penelitian ini rencananya akan diselenggarakan mulai April - Juli 2021.

Tabel 3.1 Periode Penelitian

no	kegiatan	Minggu													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1.	Penetapan Judul	■	■												
2.	Pencarian Referensi		■	■	■										
3.	Pengerjaan Penelitian				■	■	■	■	■	■	■				
4.	Penyebaran Kuesioner										■	■	■	■	■
5.	Penyelesaian Skripsi														

Sumber: Peneliti (2021)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi ialah berbagai unsur dimana menerangkan atribut tertentu yang dapat dimanfaatkan guna memenuhi kebutuhan (Sanusi, 2017: 87). Populasi adalah keseluruhan informasi mengenai kumpulan artikel atau subjek yang memiliki kualitas tertentu, populasi dalam setiap penelitian harus diungkapkan dengan jelas, khususnya berkaitan dengan ukuran anggota populasi dari suatu wilayah eksplorasi (Sundayana, 2018: 22). Penduduk yang akan dijangkau peneliti adalah masyarakat Kota Batam yang membeli makanan beku yang berada di Pasar Mitra Raya selama

beberapa bulan terakhir mulai tanggal 17 April 2021 – 17 Mei 2021 berjumlah 246 jiwa.

3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Sesuai (Sugiyono, 2019: 81) sampel sangat penting untuk jumlah dan kualitas dimana diharapkan oleh populasi yang terkait Penentuan dari sampel dalam ulasan ini. Teori yang dipergunakan untuk memilih besar sampel yaitu slovin. Dalam hal ini, teori slovin memuat unsur ketidaktelitian sebab terdapat kesalahan pada pemilihan sampel yang masih dapat di toleransi. Dalam hal ini, nilai toleransinya yaitu 0,05 (5%). Rumus yang bisa dipergunakan yaitu :

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

Rumus 3. 1 Rumus Slovin

Sumber: (Sanusi, 2017: 101)

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

1 = Konstanta

α = toleransi ketidakadilan

Mengacu pada rumus sebagaimana tertera di atas, maka banyak jumlah sampel pada penelitian ini dengan penggunaan rumus slovin ialah:

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

$$n = \frac{246}{1 + 246 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{246}{1.615}$$

$n = 152.32$ dibulatkan menjadi 152 sampel

Dari hasil penghitungan diatas, sampel yang digunakan yaitu berjumlah 152 responden. Kesimpulannya dalam penelitian ini untuk menarik sampel dari populasi digunakan jenis *non probability sampling* yakni *purposive sampling*

3.4.3. Teknik *Sampling*

Teknik ini adalah sampel yang dipilih guna menetapkan sampel yang akan dipergunakan. Teknik ini terbagi atas 2 jenis, meliputi *non probability sampling* serta *probability sampling*. Teknik ini di laksanakan secara *non probability sampling*, mempergunakan *purposive sampling*, yang ialah teknik pemilihan sampel khusus terpilih menurut tujuan penelitiannya (Sundayana, 2018: 28).

Dalam penelitian ini peniliti menentukan pertimbangan secara khusus dalam memilih sampel diantaranya yaitu:

1. Responden dalam penelitian ini ialah pelanggan Pasar Mitra Raya yang berlokasi di Batam Centre.
2. Responden yang dipilih ialah konsumen dimana melakukan pembelian jenis produk *frozen food* sosis yang bermerek *doux*, serta nugget yang bermerek *fiesta* dan nugget *champ*.

3. Usia responden dalam penelitian ini adalah pribadi dengan umur di atas 18 tahun diikuti dengan syarat kalau konsumen yang bersangkutan telah dewasa serta mempunyai kesadaran dalam memilih sebuah produk.

Dengan mempergunakan rumusan slovin peneliti mengambil sampel sebanyak perbandingan 246 populasi yang dipilih dari total penjualan pasar mitra dalam waktu satu bulan terakhir terhitung dari April 2021- Mei 2021 dibagi 1.615 sehingga, mendapatkan sampel sebanyak 152.32 dengan pembulatan 152 sampel yang dipilih dari sampel yang dengan jenis kelamin perempuan dan laki-laki, serta pelanggan yang usianya dewasa bahkan remaja

3.5 Sumber Data

Sumber informasi dapat dipartisi menjadi sumber data primer dan sekunder. Sebagaimana ditunjukkan oleh (Sundayana, 2018:19) Sumber data primer berupa informasi dimana didapat secara langsung dari objek penelitian sedangkan sumber data sekunder ialah informasi dimana didapat secara tidak langsung dari objek pemeriksaan.

Sumber data diberikan, oleh pemilik usaha atau pengusaha sehingga data yang didapatkan peneliti adalah data yang bisa dipertanggungjawabkan dan valid. Penulis dapat mengembangkan penelitian ini dengan memakai data primer atau data yang langsung diberikan dari pemilik usaha, serta data sekunder yang didapatkan secara tidak langsung.

3.6 Metode Pengumpulan Data

(Sugiyono, 2019: 137) menyebutkan pengumpulan data bisa dilaksanakan dengan beragam metode, dapat dikumpulkan pada cara ilmiah. Pengumpulan data

bisa mempergunakan data sekunder ataupun primer tanpa memahami metode pemilihan data yang tepat, maka penulis tidak bisa memperoleh data yang mencukupi standar data yang diharapkannya.

Metode pengumpulan data bisa dilaksanakan dengan beraham cara, sumber, maupun setting metode pengumpulan yang dilaksanakan penelitian yakni mempergunakan cara berikut :

1. Data primer, ialah teknik pemilihan data yang dapat dilaksanakan data didapatkan langsung dari sumber yang berkaitan dengan cara mengajukan berbagai pertanyaan dan mewawancarai pihak yang berkaitan ;
2. Data sekunder, ialah teknik pemilihan data dengan cara mempergunakan alat misalnya kuesioner untuk mengumpulkan jawaban dari para responden.

Data dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner *google form* untuk mengumpulkan jawaban dari para responden. Selanjutnya peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang berbelanja di Pasar Mitra Raya, Batam centre, Batam. Skala ukur yang dipergunakan ialah *likert*.

Skala *likert* ialah skala penelitian yang dipergunakan dalam mempertimbangkan kesan dan sudut pandang seorang individu tentang variabel penelitian. (Sugiyono, 2019: 93) menyebutkan skala *likert* dipergunakan sebagai alat ukur guna mengukur persepsi, pendapat, serta sikap sekelompok orang atau individu mengenai kejadian sosial. Kejadian sosial itu sendiri pada penelitian ini

sudah ditentukan secara spesifik oleh peneliti setelah itu dikenal dengan sebutan variabel penelitian.

Menggunakan skala *likert* ini, maka variabel terikat dan bebas dijabarkan kedalam berbagai indikator variabel. Selanjutnya indikator menjadi titik tolak dalam kategori *instrument* dengan beragam pernyataan (Sugiyono, 2019: 93). Berikutnya ialah tabel skala *Likert* yang dimanfaatkan dalam kuesioner untuk penelitian ini:

Tabel 3.2 Skala Likert

Penyataan	Skor Positif
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2019: 94)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel yakni sebuah bagian terpenting yang dibutuhkan peneliti dalam sebuah penelitian. Menurut (Sugiyono, 2019: 38) variabel penelitian adalah sebuah penilaian ataupun karakter terhadap objek, aktivitas, ataupun seorang individu yang mempunyai variabel tertentu yang diimplementasikan peneliti untuk dipahami serta dibuat kesimpulannya.

Pada penelitian ini mempergunakan 2 jenis variabel, yakni : variabel terikat yakni keputusan pembelian (Y) serta variabel bebas yakni Citra Merek (X1) dan Kualitas Produk (X2).

3.7.1 Variabel Independen

Variabel independen pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Citra merek

Ialah representasi dari seluruh persepsi pada suatu merek serta terbentuk dari pengalaman dan informasi dimasa lalu pada merek terkait. Dari hal tersebut, bisa ditarik kesimpulan citra merek ialah keyakinan dan penilaian pelanggan pada merek dalam suatu pasar yang dibentuk dari pengalaman dan informasi setelah pemakaian pada sebuah merek (Silfani, 2017: 41).

2. Kualitas Produk

ialah totalitas karakteristik serta fitur jasa atau produk yang bergantung dari kemampuan yang dimilikinya guna mencukupi kebutuhan yang tersirat atau dinyatakan. Dari hal di atas bisa dibuat kesimpulannya kualitas produk yakni karakteristik jasa atau produk yang bergantung dari kemampuan yang dimilikinya dalam mencukupi dan memuaskan kebutuhan konsumen (Sumba, Mandey, & Jorie, 2020: 588).

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel yang dipergunakan yakni keputusan pembelian yang merupakan pengambilan keputusan yang mengikut sertakan penentuan suatu pilihan pembelian jasa atau produk. Sebelum melaksanakan pembelian, konsumen akan mencari informasi yang berkenaan dengan jasa atau produk. Setelah konsumen sudah yakin

dengan sebuah jasa atau produk yang akan dibelinya, disitulah konsumen membuat keputusan guna melaksanakan pembelian jasa atau produk tersebut (Robert, Herdinata, & Sienatra, 2017: 144)

Tabel 3.3 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pengukuran
Citra Merek (X ₁)	Menurut (Maria Magdalena, 2020: 59) menjelaskan bahwa terdapat 3 indikator dalam citra merek (<i>brand image</i>) antara lain, yaitu:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Citra Produsen (<i>corporate image</i>) 2. Citra Pemakai (<i>user image</i>) 3. Citra Produk (<i>product image</i>) 	Skala Likert
Kualitas Produk (X ₂)	Menurut (Happy Dinawaty Rajagukguk & Raymond, 2020: 89) terdapat beberapa indikator kualitas produk sebagai berikut:	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Performance</i> (kinerja), 2. <i>Durability</i> (daya tahan) 3. <i>Realibility</i> (reliabilitas) 4. <i>Conformance to specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi) 5. Daya Tarik Estetika 	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut (Happy Dinawaty Rajagukguk & Raymond, 2020: 89) dalam keputusan pembelian terdapat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengidentifikasi kebutuhan yang ingin dipenuhi 2. Mencari informasi tentang produk yang ingin dibeli 	Skala Likert

	beberapa indikator sebagai berikut:	3. Konsumen membeli produk yang memenuhi kriteria yang diharapkan 4. Perilaku konsumen setelah pembelian produk.	
--	-------------------------------------	---	--

Sumber: Peneliti 2021

3.8 Metode Analisis Data

Penganalisan ini yakni pengelompokkan data berdasarkan jenis responden dan variabel, pentabulasian data menurut variabel dari seluruh responden, penyajian data dari tiap variabelnya, pelaksanaan penghitungan guna menanggapi rumusan permasalahan, serta pelaksanaan penghitungan guna menguji hipotesis yang sudah diajukan. Metode yang dipergunakan yaitu analisis deskriptif dengan pengekatan kuantitatif, yakni penelitian yang selanjutnya diolah serta dianalisa agar bisa di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019: 243).

3.8.1 Analisis Deskriptif

(Sugiyono, 2019: 147) menyebutkan penganalisan ini ialah statistik yang dipergunakan dalam penganalisan data dengan cara mendeskripsikan ataupun memberi gambaran yang sudah dikumpulkan sebagai mana adanya dengan tidak dimaksudkan menarik kesimpulannya yang diberlakukan umum atau generalisasi. Tujuan penganalisan ini yaitu guna mendeskripsikan ataupun menyajikan informasi dari variable terikat ialah keputusan pembelian serta variabel bebas ialah kualitas produk dan citra merek.

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas Data

(Sugiyono, 2019: 267) menyebutkan uji ini adalah sebuah indeks yang memperlihatkan alat ukur itu bisa menguji apa yang diukurnya. Validitas itu sendiri berkaitan dengan instrumen dan uji ini dipakai guna melihat valid atau sah tidaknya kuesioner dan kuesioner itu dapat dipandang valid bila pernyataan dalam kuesioner dapat membuktikan suatu hal yang akan diukur kuesioner tersebut.

Uji ini dipergunakan untuk mencari kemampuan suatu alat ukur guna mengukur data yang akan diukurnya. Maka bisa dinyatakan apakah pernyataan kuesioner yang disusun dapat dipergunakan dalam mengukur kondisi responden yang sesungguhnya dan kemampuan kuesioner tersebut (Wibowo, 2020: 36) menyebutkan guna mengukur parameter tersebut valid tidaknya dapat dilaksanakan uji dengan memerhatikan angka koefisien *Rank Spearman* serta *Pearson Product Moment*. Kriteria yang dipergunakan yaitu :

1. Bila signifikansinya $> 0,05$, mengartikan datanya valid.
2. Bila signifikansinya $< 0,05$, mengartikan datanya tidak valid.

Uji ini mempergunakan teknik korelasi *Product Moment* dengan rumusan :

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

Rumus 3.2 Pearson Product Moment

Sumber: (Sanusi, 2017: 76)

Keterangan:

r= Koefisien korelasi

X= Skor butir

Y= Skor total butir

N= Jumlah sampel (responden)

Keputusan yang dibuat berdasarkan kriteria tersebut yaitu :

1. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, mengartikan H_0 di terima H_a di tolak
2. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, mengartikan H_0 di tolak H_a di terima

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji ini dipergunakan untuk memahami tingkat konsistensi sebuah alat ukur, apakah *instrument* yang dipergunakan sudah konsisten dan bisa diandalkan apabila alat ukurnya dilakukan berulang (Sanusi, 2017: 81). Uji ini merupakan metode yang dipakai guna memahami sejauh mana alat ukur bisa memperlihatkan kepercayaan atau tidak dengan menggunakan indeks. Guna memahami dan mengukur tingkatan konsistensi alat ukur maka bisa dilakukan dengan uji reliabilitas ini (Wibowo, 2020: 52).

(Sugiyono, 2019: 122) Uji reliabilitas merupakan *instrument* yang dapat dipakai berulang kali guna mengukur objek yang serupa, bisa mendapatkan data yang serupa juga. Dengan mempergunakan *instrument* yang reliabel dan valid ada pengumpulan datanya, sehingga di harapkan hasil ini dapat reliabel dan valid. *Intrument* yang reliabel dan valid adalah persyaratan mutlak guna memperoleh hasil penelitian yang reliabel dan valid.

Skor pengujian bisa dibuktikan dengan uji dua sisi dimana sig. 0,05. Nilai $\alpha > r \text{ tabel}$ adalah sebuah kriteria di terima atau tidak sebuah data yang reliabel. Nilai

> 0,06 di anggap kurang memiliki reliabilitas, nilai 0,7 bisa di terima, sedangkan nilai > 0,8 dipandang baik (Wibowo, 2020: 53).

Tabel 3 4 Indeks Koefisien Reliabilitas

No.	Nilai Interval	Kriteria
1	< 0,20	Sangat rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 - 1,00	Sangat tinggi

Sumber: (Wibowo, 2020: 53)

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji ini dipakai untuk melihat apakah residual yang dimilikinya berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu memiliki distribusi normal. Sehingga, uji ini tidak dilakukan pada tiapvariabel namun pada residual yang dimilikinya. Sering kali terjadi kesalahan yang jamak yakni uji normalits dilaksanakan pada tiap variabel. Ini tidak di larang tetapi model regresi membutuhkan normalitas pada residual yang dimilikinya tidak pada setiap variabelnya.

Uji yang dipergunakan yaitu dengan *scatter plot*, *histogram regression* residual, serta grafik normal *probability plots* dimana dasar pengambilan keputusan yang dipergunakan yaitu :

1. Titik *scatter plot* tersebar acak dibawah dan diatas angka 0 pada Y dan X, dengan demikian data bisa dipandang telah mencukupi asumsi normalitas. Hal ini menampilkan model mempunyai distribusi normal ;

2. Dari histogram *regression residual*, bisa dibuat kesimpulannya model mempunyai distribusi normal bila bentuknya serupa dengan lonceng ;
3. Diagram normal *P-P plot regression standardized*, titiknya berada sekitaran garis serta *scatter plot* nampak menyebar, ini menjelaskan modelnya mempunyai distribusi normal ;

Penelitian ini juga mempergunakan *Kolmogorov-Smirnov*. (Ratih Widya Lestari, 2020: 11) menyebutkan kurva nilai residual bisa dianggap normal bila *Kolmogorov-Smirnov* $Z < Z_{tabel}$; dan signifikansinya $> 0,05$.

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Pada persamaan regresi tidak diperbolehkan mengalami multikolinieritas, ini mengartikan tidak diperbolehkan adanya hubungan ataupun korelasi yang mendekati sempurna ataupun sempurna diantara variabel bebas yang membentuk persamaan terkait. Apabila mengalami multikolinieritas, ini mengartikan variabel bebasnya ada korelasi.

Uji ini dipakai dalam melihat apakah sebuah model regresi ada korelasi antara variabel bebasnya. Model regresi dipandang baik bila tidak ada korelasi antara variabel bebasnya. Uji ini diamati dari besaran *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)*. *Tolerance* menguji variabel bebas yang di pilih yang tidak diterangkan variabel bebas lain. Dengan demikian *VIF* yang tinggi serupa *tolerance* rendah ($VIF = 1/tolerance$). Nilai *cut off* yang seringkali dipergunakan dalam memperlihatkan adanya multikolinieritas yaitu $VIF \leq 10$ atau $Tolerance \geq 0.10$ (Sanusi, 2017: 136).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

(Sanusi, 2017: 135) menyebutkan uji ini dipergunakan dalam melihat apakah ada gejala varian variabel pada suatu model yang tidak serupa. Uji *Park Gleyser* dapat dipergunakan dalam melihat heteroskedastisitas dengan korelasi nilai prediksi dengan setiap variabel bebasnya. Apabila hasil pengujiannya memperlihatkan signifikansinya $> 0,05$, bisa ditarik kesimpulan variabel bebas atau modelnya tidak ada heteroskedastisitas.

Menurut (Ratih Widya Lestari, 2020: 13) Uji ini dipergunakan dalam mengamati apakah pada model regresi ada ketidaksesuaian varians residual pengamatan satu kepengamatan lainnya yang berbeda. Pendeteksian ada atau tidak hereroskedastitas dilaksanakan dengan mengamati grafik *scatterplot* apakah ada atau tidak pola tertentu, dengan dasar pengambilan keputusan yang dipergunakan yakni :

1. Jika ada pola pasti, misalnya titik arus membentuk pola tertentu yang terstruktur (bergelombang, membesar, kemudian, pada titik itu, membatasi ruang), maka pada titik itu terjadi heteroskedastisitas.
2. Bilamana titik-titik tersebut memiliki pola yang wajar, dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada poros Y, maka pada titik tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

(Wibowo, 2020: 63) menyebutkan uji ini adalah suatu alat uji yang memberikan hasil yang baik dimana datanya ada persyaratan dalam uji regresi

linear berganda misalnya : data yang mempunyai distribusi normal, tercukupinya sebuah pengujian yang bisa mendapatkan angka perkiraan yang tidak didasarkan syarat *BLUE* dan memakai informasi yang mempunyai tipe data yang dengan skala rasio atau interal.

Analisis ini dipakai guna memahami seberapa besar pengaruh (X_1) dan (X_2) pada (Y)

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + e \quad \textbf{Rumus 3.3} \text{ Regresi Linear Berganda}$$

Sumber: (Sanusi, 2017: 135)

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Keputusan Pembelian)

X_1 = Variabel Independen (Citra Merek)

X_2 = Variabel Independen (Kualitas Produk)

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien garis regresi

e = Variabel Pengganggu (*error*)

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dipergunakan dalam memahami jumlah data persentasi sumbangan pengaruh variabel bebas pada model regresi yang bersamaan berpengaruh pada variabel terikatnya. Dengan demikian koefisien angka tersebut menunjukkan sejauh mana yang terbentuk dapat mengukur besaran sumbangan dari variabel bebas

terhadap keragaman variabel terikatnya (Gerung, Sepang, & Loindong, 2017: 2225).

Koefisien determinasi (R^2) seringkali dikenal dengan sebutan *multiple coefficient of determination* (koefisien determinasi majemuk), dimana hampir serupa koefisien r^2 . R juga hampir sama dengan r , namun keduanya memiliki perbedaan dalam fungsinya (dikecualikan untuk regresi linear sederhana). R^2 memperlihatkan proporsi variasi pada variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebasnya secara bersamaan (Sanusi, 2017: 136).

Persamaan regresi linear berganda makin baik jika R^2 makin mendekati angka satu serta nilainya ada kecenderungan meningkat seiring dengan peningkatan jumlah variabel bebasnya. Nilai R^2 pada tabel ANOVA bisa diperhitungkan dengan rumusan berikut :

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Pada praktiknya, nilai R^2 yang dipakai guna melakukan penganalisisan yaitu nilai R^2 adjusted (R^2 yang sudah disesuaikan) yang bisa diperhitungkan dengan rumusan berikut :

$$R^2_{\text{adjusted}} = 1 - (1 - R^2) \frac{n-1}{n-k}$$

Besaran koefisien determinasi (R^2) memiliki hubungan dengan nilai F.

3.9 Uji Hipotesis

Uji ini digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi linear berganda ada kaitan dengan hipotesis penelitian secara parsial. Model yang

terbentuk dari hasil hitung koefisien regresi untuk tiap variabel (Sanusi, 2017: 144). (Sugiyono, 2019: 159) menjelaskan hipotesis ialah jawaban sementara terhadap rumusan permasalahan penelitian dimana rumusan tersebut berbentuk kalimat pertanyaan

(Wibowo, 2020: 125) menjelaskan ada hal yang perlu diperhatikan dalam uji hipotesis, yakni :

1. Uji ini memperoleh suatu keputusan menolak H_0 ataupun menerima H_0 ;
2. Nilai uji ini bisa diamati dari nilai signifikansinya dan nilai F ataupun nilai t ;
3. Kesimpulan uji tersebut dapat di ambil dengan mengamati daerah tolak ataupun terima sebuah hipotesis nol serta bisa mengamati gambar maupun kurva. Uji hipotesis merupakan sebuah uji yang mempergunakan data sampel yang sudah diperoleh.

3.9.1 Uji t (Uji Parsial)

(Sundayana, 2018: 95) Uji t, sama halnya uji z, bisa diimplementasikan guna menguji hipotesis pada penelitian satu perlakuan. Uji ini dilaksanakan untuk melihat apakah rata-rata hasil penelitian sudah dilaksanakan mencukupi kaidah tertentu ataupun tidak. Berikut rumus menentukan nilai t hitung (Sundayana, 2018: 95) :

$$t_{hitung} = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s/\sqrt{n}}$$

Rumus 3.4 Rumus Uji t

Keterangan:

t = Nilai t yang dihitung

\bar{x} = Rata-rata x_i

μ_0 = Nilai yang dihipotesiskan

S = Simpangan Baku

n = Jumlah anggota sampel

Uji ini juga bisa dilakukan dengan cara thitung dibandingkan ttabel dimana ketentuannya yaitu :

- a. t hitung $>$ t tabel, artiannya variable X berpengaruh signifikan variabel Y secara parsial, H_0 di tolak.
- b. t hitung $<$ t tabel, berarti variable X tidak berpengaruh signifikan dengan variable Y secara parsial, H_0 di terima ;

Ataupun

- a. Apabila sig. $<$ 0,05, mengartikan H_a di terima H_0 di tolak.
- b. Apabila sig. $>$ 0,05, mengartikan H_a di tolak H_0 di terima.

3.9.2 Uji f (Uji Simultan)

(Gerung et al., 2017: 2225). menyebutkan uji ini memperlihatkan apakah secara bersama-sama seluruh variabel bebas ada pengaruh pada variabel terikatnya. Uji ini secara simultan menunjukkan hubungan diantara variabel-variabel bebas dengan variabel terikatnya secara bersama-sama, hal ini tentunya memiliki perbedaan dengan korelasi parsial. Sehingga hipotesis yang dipergunakan yakni :

- a. H_0 : Citra Merek serta Kualitas Produk berpengaruh tidak signifikan dengan Keputusan Pembelian.

- b. H_a : Citra Merek serta Kualitas Produk berpengaruh signifikan dengan Keputusan Pembelian.

Dasar pengambilan keputusannya dilakukan dengan mempergunakan angka signifikansi, yakni :

1. Bila sig. < 0.05, H_a di terima H_0 di tolak.
2. Bila sig. > 0.05, H_a di tolak H_0 di terima.

(Sundayana, 2018: 226) menyebutkan rumusan koefisien korelasi ganda yang bisa dipergunakan yaitu :

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad \text{Rumus 3.5 Rumus Uji F}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel *independent*

n = Jumlah anggota sampel