

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan bentuk rencana ataupun rancangan yang dibuat untuk menggambarkan perkiraan dari kegiatan yang dilaksanakannya. Desain penelitian harus mengacu pada tujuan penelitian ini yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu data mengenai unsur-unsur yang mempengaruhi minat beli konsumen (Y), baik dari harga (X1) maupun citra merek (X2) pada PT Putera Karyasindo Prakarsa.

Dalam penelitian ini, data yang diperlukan harus banyak untuk mendapatkan angka yang membuktikan signifikan dari penelitian tersebut, sehingga metode yang cocok digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Dalam metode penelitian kuantitatif, masalah yang diteliti pada umumnya memiliki cakupan wilayah yang luas, serta tingkat variasi yang lebih kompleks.

Penelitian kuantitatif bersifat lebih sistematis, terencana, terstruktur, dan lebih jelas datanya dari awal hingga akhir penelitian. Namun permasalahan pada metode penelitian kuantitatif kurang efektif dalam penelitian yang cakupan wilayah yang sempit serta tingkat variasi yang rendah.

Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian deskriptif dan kausal. Penelitian deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak dapat digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, 2014:22). Kausal adalah suatu

hubungan yang bersifat sebab akibat, dimana terdapat variabel independen dan variabel dependen. (Sugiyono, 2014:93), Penelitian kausal digunakan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap minat beli properti pada PT Putera Karyasindo Prakarsa.

3.2. Operasional Variabel

Operasional variabel digunakan agar dapat mengetahui pengaruh atas hubungan antar variabel penelitian. Dalam penelitian terdapat dua jenis variabel yang akan diteliti, yaitu Variabel Dependen (Terikat) dan Variabel Independen (Bebas).

3.2.1. Variabel Independen

Variabel Independen (variabel bebas) merupakan suatu variabel yang dapat mempengaruhi dan menjadi sebab perubahan pada variabel dependen (Sugiyono, 2014:39). Variabel Independen dalam penelitian ini yaitu Harga (X1) dan Citra Merek (X2).

3.2.1.1. Harga (X1)

Harga merupakan jumlah nilai yang harus dibayarkan konsumen untuk mendapatkan produk tersebut. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan karena unsur yang lain hanya akan mengeluarkan biaya (Tan, 2011: 26). Terdapat beberapa indikator harga (Kotler & Armstrong, 2012:52), yaitu:

1. Keterjangkauan.

2. Kesesuaian dengan kualitas produk
3. Daya saing.
4. Kesuaian dengan manfaat.

3.2.1.2. Citra Merek (X2)

Merek menurut *The American Marketing Association* adalah nama, istilah, tanda, simbol atau desain ataupun kombinasi dari semuanya untuk mengidentifikasikan barang atau jasa dari penjual atau sekelompok penjual dan membedakan mereka dari pesaing (Keller, 2013:30). Dimensi-dimensi utama yang membentuk suatu citra merek (Keller, 2013:97) terdiri atas:

1. *Brand Identity*
2. *Brand Personality*
3. *Brand Association*
4. *Brand Attitude and Behaviour*
5. *Brand Benefit and Competence*

3.2.2. Variabel Dependen

Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari suatu sebab karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014:39). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat beli (Y).

3.2.2.1. Minat Beli (Y)

Minat beli merupakan respon yang muncul terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Suatu produk dapat dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan untuk dibeli (Kotler & Keller, 2009:137). Minat beli diidentifikasi dengan beberapa faktor (Supranto & Limakrisna, 2011:17), yaitu:

1. Budaya
2. Status Sosial
3. Kepribadian

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan untuk dipelajari dan diteliti yang kemudian akan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:80). Populasi dalam penelitian ini adalah calon konsumen PT Putera Karyasindo Prakarsa Batam.

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan unsur dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil harus benar-benar dapat mewakili populasi yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel dari populasi diambil menggunakan metode *non probability sampling*, yaitu

incidental sampling dimana sampel diambil ketika peneliti bertemu langsung dengan sampel dan melakukan wawancara serta kuesioner. Penentuan besarnya sampel pada populasi yang tidak bisa diketahui jumlahnya mengacu pada rumus yang dikemukakan Frendy (2011:53). Perhitungan jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4\mu^2} \quad \text{3.1. Rumus Menghitung Besarnya Sampel}$$

Sumber: (Frendy, 2011:53)

Dimana:

N = jumlah Sampel

Z = tingkat kepercayaan (dimana ditentukan pada taraf 95% yang dicek pada z tabel).

μ = tingkat kesalahan (ditentukan 5%)

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,05)^2} = 384$$

Dari hasil perhitungan diatas maka dapat diperoleh jumlah sampel sebanyak 384 sampel.

3.4. Teknik dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahap yang paling penting dalam suatu penelitian, dikarenakan dalam melakukan penelitian membutuhkan data yang mencukupi. Pengumpulan data terdiri dari beberapa teknik yaitu observasi (pengamatan), kuesioner (angket), wawancara (interview), dokumentasi dan gabungan dari keempatnya (Sugiyono, 2014:137) Teknik yang digunakan dalam

penelitian ini, yaitu kuesioner (Angket), dimana menyebarkan kuesioner kepada para responden dimana dalam hal ini yang dimaksud adalah calon konsumen pada PT. Putera Karyasindo Prakarsa dan disajikan dalam bentuk pernyataan yang bersifat tertutup dan setiap objek dalam kuesioner diminta untuk memilih salah satu alternatif jawaban yang menurut responden paling benar.

3.4.2. Alat Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dimana data yang diperoleh langsung diterima dari responden oleh pengumpul data (Sugiono, 2012:137). Data primer yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kuesioner yang jawabannya langsung diterima dari responden. Penelitian ini menggunakan data primer karena dibutuhkan jawaban serta pendapat langsung dari konsumen yang merasakan dampaknya untuk mengetahui pengaruh langsung antara variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

3.5. Metode Analisis Data

Untuk mencari jawaban rumusan masalah serta menguji hipotesis, perlu menggunakan suatu metode penelitian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif, proses analisis data dilakukan setelah semua data dari responden terkumpul. Kegiatan analisis data meliputi pengelompokkan data sesuai dengan variabel dan jenis responden, kemudian mentabulasi data sesuai dengan variabel dari seluruh responden, lalu menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan

perhitungan atas data yang terkumpul untuk mencari jawaban atas rumusan masalah yang telah ditentukan, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2014:147).

Teknik analisis pada penelitian kuantitatif menggunakan analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial. Analisis data dilakukan dengan program statistik yaitu program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 20. Dengan program SPSS data akan dianalisis dan akan menghasilkan gambaran hubungan antar variabel independen dan dependen di dalam penelitian ini (Sugiyono, 2014:147).

3.5.1. Analisis Data Deskriptif

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, analisis deskriptif dapat menjelaskan data yang telah terkumpul pada aspek-aspek yang berkaitan dengan data tersebut (Wibowo, 2012:24) Analisis deskriptif dilakukan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian yang masuk ke dalam kategori : sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Teknik pengumpulan data dari hasil kuesioner akan menggunakan skala likert dimana alternatif jawaban nilai positif 5 sampai dengan 1. Pemberian nilai dilakukan atas jawaban dari pernyataan yang telah disediakan, baik tentang Harga (Variabel X1), Citra Merek (X2) maupun Minat Beli (Variabel Y), dimana dari data ini akan menghasilkan nilai dari alternatif yang tersedia dan kemudian dijumlahkan untuk tiap responden.

Jawaban atas setiap pernyataan dalam kuesioner mempunyai skala dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

Tabel 3.1 Penentuan Skor Jawaban Kuesioner

Jawaban Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang setuju/ Ragu-ragu (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2014:94)

Penelitian ini menggunakan 384 responden, maka untuk menghitung nilai terendah dan tertinggi maka dapat dicari dengan menggunakan rumus berikut:

Skor terendah = bobot terendah x jumlah sampel

Skor tertinggi = bobot tertinggi x jumlah sampel

Rumus 3.2 Menghitung Skor

Sumber: (Sugiyono, 2014:99)

Maka dari rumus tersebut dapat diperoleh skor tertinggi dan skor terendah sebagai berikut:

$$\text{Skor terendah} = 1 \times 384 = 384$$

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 384 = 1920$$

Maka dapat diketahui dalam penelitian ini jumlah skor total yang dapat dicapai adalah sebesar 1920 sedangkan angka minimal yang dapat dicapai sebesar 384.

Untuk menentukan rentang skala dapat diketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$RS = \frac{N(M-1)}{M}$$

Rumus 3.3 Rentang skala

Sumber: (Umar, 2009: 164)

Keterangan:

RS = Rentang Skala

N = Jumlah Sampel

M = Total alternatif jawaban sampel

Berdasarkan rumus rentang skala diatas, dengan ukuran sampel yang berjumlah 384 responden dengan bobot jawaban 1 sampai 5 dapat diperoleh nilai:

$$RS = \frac{384(5-1)}{5} = 307,2$$

Sumber: Pengolahan atas data primer, 2018

Dari hasil perhitungan diatas, dapat ditentukan rentang skala dalam bentuk tabel yang berfungsi untuk dapat membandingkan hasil perolehan analisis deskriptif yang akan dibahas pada bab selanjutnya terhadap tabel rentang skala, sebagai berikut:

Tabel 3.2 Rentang Skala

Rentang Skala	Kriteria
384 – 691,2	Sangat Tidak Baik
691,3 – 998,4	Tidak Baik
998,5 – 1305,6	Cukup
1305,7 – 1612,8	Baik
1612,9 – 1920	Sangat Baik

Sumber: Pengolahan atas data primer, 2018

3.5.2. Uji Kualitas Data

Saat melakukan pengolahan data dari data yang telah dikumpulkan, perlu dilakukan pengujian atas kualitas data yang telah terkumpul sebelum data tersebut diolah dan dianalisa. Maka dibutuhkan alat ukur ataupun alat uji untuk mengukur data yang akan diteliti. Ada dua konsep untuk mengukur kualitas data, yaitu: Validitas dan Reliabilitas.

Suatu penelitian akan menghasilkan kesimpulan yang bias jika data yang diteliti kurang reliabel atau kurang valid. Jika data yang diteliti kurang valid dan reliabel maka akan dapat berakibat buruk dalam hasil yang muncul setelah data tersebut diolah dimana akan digunakan sebagai referensi dalam pengambilan kesimpulan atas suatu masalah. Dan kesimpulan yang salah tersebut dapat menyesatkan sehingga pada akhirnya akan berdampak langsung pada pengguna informasi tersebut. Hal inilah yang menjadikan alasan pentingnya uji instrumen penelitian sebelum lanjut ke tahap pengolahan data.

3.5.2.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur tersebut mampu mengukur tingkat keandalan variabel yang hendak diteliti (Wibowo, 2012:35). Dari uji-uji ini dapat juga diketahui apakah pernyataan yang diajukan dalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur kondisi responden yang sebenarnya. Validitas dapat juga menunjukkan sejauh mana perbedaan yang diperoleh melalui hasil dari perbedaan yang sesungguhnya antara responden yang diteliti.

Valid ataupun tidaknya alat ukur bergantung pada mampu atau tidaknya alat ukur tersebut menjelaskan apa yang hendak diukur. Suatu alat pengukur yang valid tidak hanya mampu menjelaskan data secara akurat namun juga mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai data yang hendak diuji. Tingkat validitas dalam kuesioner diukur berdasarkan uji signifikansi korelasi pada taraf

0.05, dimana suatu data dapat dianggap valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total (Wibowo, 2012:36).

Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi *Pearson Product Moment* atau r hitung dengan nilai pada r tabel. Besaran nilai koefisien korelasi *Pearson Product Moment* dapat diperoleh dengan rumus seperti dibawah ini:

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2][n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Rumus 3.4. Koefisien Korelasi

Sumber : (Wibowo, 2012:111)

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika nilai pearson $r < 0,05$ berarti data tersebut sudah valid
2. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka data tersebut dinyatakan valid
3. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka data tersebut dinyatakan tidak valid
4. Atau angka probabilitas (sig) lebih kecil daripada α maka dinyatakan valid

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Pengujian Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya. Reliabilitas merupakan istilah yang digunakan untuk memberikan informasi mengenai tingkat pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih. Uji ini juga digunakan untuk mengukur tingkat konsistensi dari suatu alat ukur (Wibowo, 2012:52).

Tujuan dari uji ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil yang konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap subjek dengan menggunakan alat ukur yang sama. Untuk menguji realibilitas dalam penelitian ini maka digunakan *Cronbach Alpha*(Wibowo, 2012:52), yaitu:

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

Rumus 3.5 Cronbach Alpha

Sumber : (Wibowo, 2012:52)

Keterangan :

r = koefisien reliabilitas alpha

k = jumlah butir pertanyaan

$S^2 j$ = jumlah varian pada butir

$S^2 x$ = varian total

Nilai dari hasil pengujian akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05. Suatu data dapat dikatakan reliabel jika nilai *alpha*-nya lebih besar daripada nilai r tabel. Nilai dapat juga dilihat dengan membandingkan nilai tabel kriteria indeks koefisien reabilitas berikut ini:

Tabel 3.3 Kriteria 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, 2012:53)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa jika nilai yang diperoleh $> 0,6$ maka data dapat dinyatakan reliabel.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah kombinasi dari beberapa syarat uji asumsi dasar dan uji asumsi klasik itu sendiri. Uji ini harus dilakukan karena sifat dan syarat yang harus ada dalam penggunaan analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik itu sendiri terdiri dari: uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas.

3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji untuk mengetahui nilai residu dari suatu data yang diteliti apakah memiliki nilai distribusi normal atau tidak. Nilai residu atas data yang normal akan membentuk suatu kurva yang berbentuk lonceng atau disebut sebagai *bell-shaped curve* (Wibowo, 2012:61).

Uji normalitas dilakukan dengan beberapa cara, yaitu *Histogram Regression Residual* yang telah distandarkan, analisis *Chi Square* dan juga Nilai *Kolmogorov-Smirnov*. Kurva dapat dikatakan normal apabila Nilai *Kolmogorov – Smirnov* $Z < Z$ tabel ; atau membandingkan Nilai *Probability sig (2 tailed)* $> \alpha$; $\text{sig} > 0,05$ (Wibowo, 2012:62).

3.5.3.2. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji ada tidaknya gejala ketidaksamaan varian atas nilai residual pada pengamatan modal regresi tersebut. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dalam suatu model digunakan uji Park Gleyser dengan mengorelasikan nilai *absolute* residualnya terhadap

masing-masing variabel independen. Jika hasil dari pengujian tersebut memiliki nilai signifikansi $>$ nilai α -nya (0,05), maka data yang diuji tersebut dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

3.5.3.3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan keadaan dimana terjadi hubungan linear yang sempurna atau hampir mendekati sempurna antar variabel independen satu dengan yang lain dalam model regresi (Priyatno, 2013:56). Suatu model regresi dapat dikatakan mengalami multikolinearitas jika terdapat fungsi linear yang sempurna pada salah satu atau semua independen variabel dalam suatu fungsi linear. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak akan terjadi korelasi yang sempurna ataupun mendekati sempurna diantara variabel bebas (korelasinya 1 ataupun mendekati 1).

Gejala multikolinearitas dapat disadari melalui suatu pengujian yang dapat mendeteksi persamaan yang dibuat memiliki gejala multikolinearitas ataupun tidak. Salah satu cara untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan menggunakan *tool* uji yang disebut sebagai *Variance Inflation Factor* (Wibowo, 2012:87). Apabila nilai dari *Variance Inflation Factor* tidak lebih dari 10, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas atau tidak terdapat hubungan antara variabel bebas.

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1. Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antar dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen (Priyatno, 2013:116). Analisis regresi linier berganda pada dasarnya merupakan suatu analisis yang memiliki pola teknis dan substansi yang mirip dengan analisis linier sederhana, perbedaannya terdapat pada jumlah variabel independen yang merupakan variabel penjelas yang lebih dari satu buah (Wibowo, 2012:126).

Model analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya yaitu antara Harga (X_1), dan *Brand Image* (X_2) berpengaruh terhadap Minat Beli (Y). Selain itu analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh antar variabel terikatnya, baik secara simultan maupun parsial. Spesifikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Rumus 3.6 Regresi linear Berganda

Sumber :(Wibowo, 2012:127)

Keterangan:

Y = Tingkat Minat Beli

a = Konstanta

b_1 = Koefisien Harga

X_1 = Harga

b_2 = Koefisien *Brand Image*

X_2 = *Brand Image*

e = Error

3.5.4.2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui nilai atas pengaruh variabel bebas dalam model regresi dimana secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil dari pengujian menjelaskan sejauh mana model dapat menjelaskan situasi yang sesungguhnya. Koefisien diartikan sebagai besarnya nilai atas variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. (Wibowo, 2012:135).

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil dari koefisien determinasi mempunyai jarak dari 0 (nol) sampai 1 (satu). Tampilan dalam program SPSS dibuktikan dengan melihat angka *Adjusted R2* pada tampilan *model summary*. Yang termasuk dalam koefisien determinasi yaitu (Wibowo, 2012:136):

1. Koefisien Korelasi (R)

Merupakan ukuran yang menyatakan hubungan antar dua variabel ataupun lebih yang memiliki nilai antara -1 dan 1

2. *Adjust R Square* (*Adjust R* kuadrat)

Merupakan ukuran yang digunakan untuk menyatakan seberapa besar kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y). Sisanya akan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diungkapkan didalam penelitian ini.

3. Nilai koefisien determinasi (R^2) = 0 menyatakan bahwa variabel dependen tidak dapat ditafsirkan ataupun diartikan oleh variabel independen.
4. Nilai koefisien determinasi (R^2) = 1 atau 100% menyatakan bahwa variabel dependen dapat ditafsirkan dan diartikan oleh variabel independen tanpa ada eror.
5. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang berjarak antara 0 sampai dengan 1 dapat mengartikan bahwa variabel dependen dapat diprediksi.

3.5.5. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara tentang suatu hal yang bertujuan untuk menjelaskan masalah yang nantinya akan dibuktikan melalui serangkaian uji serta penelitian (Umar, 2009:104).

Hipotesis dalam penelitian ini menyangkut variabel independen yaitu Harga (X_1) dan Citra Merek (X_2) serta variabel dependen yaitu Minat Beli (Y). Dari variabel yang diketahui maka hipotesis yang dapat terbentuk sebagai berikut:

1. Diduga Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada PT Putera Karyasindo Prakarsa.
 $H_0: a = 0$ Diduga Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada PT Putera Karyasindo Prakarsa.
 $H_1: a \neq 0$ Diduga Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada PT Putera Karyasindo Prakarsa.
2. Diduga Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada PT Putera Karyasindo Prakarsa.

H0: $a = 0$ Diduga Citra Merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada PT Putera Karyasindo Prakarsa.

H1: $a \neq 0$ Diduga Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada PT Putera Karyasindo Prakarsa.

3. Diduga Harga dan Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada PT Putera Karyasindo Prakarsa.

H0: $a = 0$ Diduga Harga dan Citra Merek secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada PT Putera Karyasindo Prakarsa.

H1: $a \neq 0$ Diduga penggunaan Harga dan Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada PT Putera Karyasindo Prakarsa.

Pengujian atas hipotesis dilakukan secara simultan dengan uji *F-Test* dan uji secara individu (parsial) dengan uji *T-Test* dijabarkan sebagai berikut:

3.5.5.1. Uji Parsial (*T-Test*)

Uji Parsial (*T-Test*) merupakan uji yang dipakai untuk menguji variabel-variabel yang menjelaskan hubungan antara variabel independen (variabel X) dengan variabel dependen (variabel Y) (Ghozali, 2016:97). *T-Test* dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Hasil uji ini pada *output* SPSS dapat dilihat pada tabel *coefficients*, dan nilai dari uji *T-Test* dapat dilihat dari *p-value* (pada kolom sig.) pada masing-masing variabel

independen, jika *p-value* lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen yang diteliti.

Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis secara simultan jika hipotesis yang diusulkan sebagai berikut:

1. Ha diterima jika *nilai p-value* pada kolom *sig.* < *level of significant* dan Ho sebaliknya.
2. Ha ditolak jika *nilai p-value* pada kolom *sig.* > *level of significant* dan Ho sebaliknya.
3. Atau dapat pula ditentukan dengan cara membandingkan nilai *t* tabel dan nilai *t* hitung.

3.5.5.2. Uji simultan (*F-Test*)

Uji simultan (*F-Test*) dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh semua variabel independen yang ada secara bersamaan terhadap variabel dependen. Hasil *F-test* ini pada output SPSS dapat dilihat pada tabel ANOVA (*Analysis of Varians*).

Hasil dari *F-test* menunjukkan dimana variabel independen secara bersama berpengaruh terhadap variabel dependen jika *p-value* (pada kolom *sig.*) lebih kecil dari *level of significant* yang telah ditentukan. Pedoman yang digunakan dalam menentukan menerima atau menolak hipotesis secara parsial adalah jika hipotesis yang diusulkan:

1. H_a diterima jika nilai p -value pada kolom $sig.$ $< level\ of\ significant$ dan H_o sebaliknya.
2. H_a ditolak jika nilai p -value pada kolom $sig.$ $> level\ of\ significant$ dan H_o sebaliknya.

Bisa juga dengan membandingkan F hitung dengan F tabel. Kriteria pengujian yang digunakan :

1. Jika F hitung $< F$ tabel maka H_o diterima
2. Jika F hitung $> F$ tabel maka H_o ditolak

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT Putera Karyasindo Prakarsa. Penelitian akan dilakukan secara langsung dengan observasi serta menyebarkan angket/kuesioner guna untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. PT. Putera Karyasindo Prakarsa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Properti (Developer), serta di mall-mall seperti BCS, Nagoya Hill dan Mega Mall dimana PT Putera Karyasindo Prakarsa sering mengadakan pameran setiap tahunnya.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Waktu penelitian yang penulis lakukan yaitu pada bulan September 2018 sampai dengan bulan Januari 2019.

Tabel 3.4. Jadwal Penelitian

Jadwal Penelitian	September 2018				Oktober 2018				November 2018				Desember 2018				Januari 2019			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Studi Pustaka																				
Usulan Penelitian																				
Pengumpulan Data																				
Pengolahan Data																				
Analisis data hasil																				
Kesimpulan																				

Sumber: Hasil atas pengolahan data primer, 2018