

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Dalam melakukan suatu penelitian, perencanaan dan perancangan penelitian sangat diperlukan agar penelitian yang sedang dilakukan dapat berjalan dengan lancar dan teratur. Desain penelitian sangat penting bagi pihak yang terlibat dalam proses penelitian. Desain penelitian biasanya bersifat kausalitas.

Menurut (Sanusi, 2017: 14) desain penelitian kausalitas merupakan desain penelitian yang disusun untuk digunakan dalam penelitian kemungkinan hubungan sebab-akibat antarvariabel. Dalam desain ini, kebanyakan peneliti telah dapat memprediksi hubungan sebab-akibat, sehingga peneliti dapat menyatakan klasifikasi variabel penyebab, variabel antara dan variabel terikat. Penelitian ini membahas tentang pengaruh citra merek ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ), pengaruh kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ), kemudian pengaruh citra merek ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) secara simultan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).

#### **3.2 Operasional Variabel**

Pengertian variabel penelitian merupakan sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga peneliti dapat memperoleh informasi mengenai hal yang diteliti, yang kemudian akan ditarik kesimpulannya.

Menurut (Sugiyono, 2012: 38) operasional variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat memperoleh informasi mengenai hal tersebut, yang kemudian ditarik kesimpulannya. Operasional variabel dibagi dua variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependentvariable*).

Variabel bebas (*independent*) atau sering disebut variabel stimulus, predictor, *antecedent* merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen (terikat). Yang menjadi variabel bebas (*independent*) dalam penelitian ini adalah  $X_1$  (citra merek) dan  $X_2$  (kualitas produk).

Sedangkan variabel terikat (*dependent*) atau yang biasa disebut variabel *output*, kriteria, konsekuen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Yang menjadi variabel terikat (*independent*) dalam penelitian ini adalah Y (keputusan pembelian).

### **3.2.1. Variabel Bebas (Independent Variable)**

#### **3.2.1.1 Citra Merek**

Citra merek merupakan hasil persepsi dan pemahaman konsumen mengenai merek suatu produk yang dilihat, dipikirkan atau dibayangkan.

#### **3.2.1.2 Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan suatu produk.

### 3.2.2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

#### 3.2.2.1 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan pengambilan keputusan akhir dari konsumen dalam melakukan suatu pembelian produk atau tidak sama sekali.

**Tabel 3.1** Tabel Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Citra Merek (X <sub>1</sub> )	Menurut (Wangean & Mandey, 2014) citra merek merupakan gambaran tentang sesuatu yang menjadi ciri khas dalam merek tertentu.	Menurut (Wijaya, 2013), 1. Merek 2. Kemasan 3. Kualitas	<i>Likert</i> 5 <i>Point</i>
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	Menurut (Oentoro, 2012) kualitas produk merupakan dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan produk, daya tahan lamanya produk tersebut, mudah dalam pengaplikasian dan pemeliharaannya serta artibut lain yang memiliki nilai.	Menurut (Aditi & Hermansyur, 2017): 1. Kemudahan Penggunaan 2. Daya Tahan 3. Kejelasan Fungsi 4. Keragaman Produk	<i>Likert</i> 5 <i>Point</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut (Ratela & Taroreh, 2016) keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan mengenai pembelian yang meliputi penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu didapatkan dari aktivitas yang pernah dilakukan sebelumnya.	Menurut (Aditi & Hermansyur, 2017): 1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian alternatif informasi 3. Penilaian berbagai macam informasi yang terkumpul 4. Keputusan membeli 5. Evaluasi setelah pembelian	<i>Likert</i> 5 <i>Point</i>

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1. Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari suatu tempat/daerah yang terdiri dari obyek atau subyek yang memiliki kualitas dan ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 1,252 orang yang merupakan total jumlah konsumen yang membeli laptop Asus dari bulan Mei sampai Oktober 2018 di seluruh toko komputer/laptop yang menjual laptop Asus di DC Mall.

### **3.3.2. Sampel**

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi, atau bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Jika populasi yang akan diteliti berjumlah besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang ada di populasi, hal seperti ini dikarenakan adanya keterbatasan tenaga, biaya atau dana dan waktu, oleh sebab itu peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian terhadap konsumen yang telah melakukan pembelian laptop Asus dalam bulan Mei sampai Oktober pada tahun 2018.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik sampling probabilitas (*probability sampling*), yaitu cara pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel dengan menggunakan metode *simple random sampling*, yang merupakan pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memerhatikan tingkatan yang terdapat dalam populasi. Adapun kriteria dalam sampel penelitian ini merupakan konsumen yang membeli laptop Asus dalam bulan Mei sampai Oktober 2018.

Menurut (Sanusi, 2017: 101) penentuan jumlah sampel dari populasi berjumlah 1,252 dalam penelitian ini menggunakan pendekatan dari *Krejcie-Morgan*, dengan tingkat ketelitian 0,05 sebagai berikut:

$$n = \frac{X^2 NP(1-P)}{d^2(N-1) + X^2 P(1-P)}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

P = proporsi populasi (0,5)

d = derajat ketelitian (0,05)

X<sup>2</sup> = nilai Tabel (3,48)

$$n = \frac{(3,48) (1252) (0,5) (1-0,5)}{(0,05)^2(1252-1) + (3,84)0,5(1-0,5)}$$

$$n = \frac{1.202}{4,0875}$$

$$n = 293,89$$

Dari perhitungan rumus di atas diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah 293,89 yang dibulatkan menjadi 294 responden.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut (Sugiyono, 2012: 224) teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis dalam melakukan penelitian, dikarenakan fokus utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa pengetahuan akan teknik pengumpulan

data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data seperti yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini, sumber data yang diperlukan dalam pengumpulan data adalah data primer, yaitu data yang dicatat dan dikumpulkan pertama kali oleh peneliti (Sanusi, 2012: 104). Data primer diperoleh melalui:

1. Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2012: 231) merupakan pertemuan antar dua orang yang saling bertukar informasi dan ide melalui proses tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan arti dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang sedang diteliti, dan apabila peneliti tersebut ingin mengetahui informasi yang lebih mendalam mengenai responden. Teknik pengumpulan ini dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara lisan kepada konsumen yang dianggap berkaitan dengan penelitian yang sedang diteliti.

2. Observasi

Menurut (Sanusi, 2017: 111) observasi merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek, objek, atau kejadian tanpa disertai pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.

3. Kuisioner

Menurut (Sugiyono, 2012: 142) kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisioner merupakan

teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti mengerti dengan pasti variabel yang diukur dan mengerti apa yang dapat diharapkan dari responden, dengan menggunakan *Skala Likert*.

Menurut (Sugiyono, 2012: 93) skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Dimana pernyataan-pernyataan dalam kuisisioner dijabarkan dari nilai 1 sampai 5 untuk mewakili pendapat responden seperti sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju. Dalam penelitian, fenomena sosial yang sudah ditetapkan spesifik oleh peneliti, selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

**Tabel 3.2** Skala *Likert* Pada Teknik Pengumpulan

Skala <i>Likert</i>	Kode	Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	ST	4
Ragu	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

**Sumber:** (Sugiyono, 2012: 94)

Kuisisioner akan dibagikan kepada responden yang akan diteliti sebagai sampel dalam penelitian. Kuisisioner terdiri dari daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk diisi. Sehingga memudahkan peneliti untuk memperoleh data atau fakta yang bersifat teoritis yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas.

### 3.5 Metode Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2012: 147) kegiatan dalam analisis data merupakan pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

#### 3.5.1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sanusi, 2017: 115).

Analisis deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menyajikan informasi atau mendeskripsikan dari variabel independen yaitu citra merek dan kualitas produk serta variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Menurut (Umar, 2014: 164) menentukan rentang skala menggunakan rumus:

$$RS = \frac{n(m - 1)}{m}$$

$$RS = \frac{294 \times (5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{294 \times 4}{5}$$

$$RS = 235$$

Dimana :

n = jumlah sampel

$m$  = jumlah alternatif jawaban tiap item

**Sumber:** (Umar, 2014: 164)

Hasil perhitungan rentang skala yang diperoleh selanjutnya dikontribusikan sebagai berikut:

**Tabel 3.3** Rentang Skala Penelitian

No	Rentang Skala	Kriteria
1	294 - 529	Sangat tidak baik
2	530 - 765	Tidak baik
3	766 - 1001	Netral
4	1002 - 1237	Baik
5	1238 - 1473	Sangat Baik

**Sumber :** (Umar, 2014: 164)

### 3.5.2. Uji Kualitas Data

#### 3.5.2.1 Uji Validitas

Menurut (Wibowo, 2012: 35) uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Dengan adanya uji ini, dapat mengetahui apakah item-item pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur situasi responden yang sebenarnya dan menyempurnakan kuesioner tersebut. Perhitungan ini dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 25.

Dalam memastikan kelayakan dan tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisiensi korelasi pada taraf 0,05. Yang berarti suatu item akan dianggap memiliki tingkat valid jika mempunyai korelasi yang signifikan terhadap skor total item. Jika suatu item mempunyai nilai pencapaian koefisien korelasi minimal 0,30 maka dianggap mempunyai kemampuan pembeda

yang cukup memuaskan atau dianggap valid. Berikut tabel merupakan tabel dari *range* validitas.

**Tabel 3.4** *Range* Validitas

Interval Koefisiensi Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

**Sumber:** (Wibowo, 2012: 36)

Nilai uji akan dibuktikan melalui uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05 (SPSS akan secara default menggunakan nilai ini). Diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Jika  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$  (pada taraf signifikan 0,05) maka item dapat dinyatakan valid.
2. Jika  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  (pada taraf signifikan 0,05) maka item dapat dinyatakan tidak valid.

Pengambilan sampel dalam uji validitas dengan membagikan kuisioner kepada 30 konsumen terlebih dahulu untuk menguji apakah data tersebut valid atau tidak.

### 3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Wibowo, 2012: 52) reliabilitas digunakan untuk membuktikan sejauh mana suatu hasil pengukuran cenderung konsisten bila pengukuran tersebut diulangi dua kali atau lebih.

Metode uji reliabilitas yang sering digunakan untuk menguji instrumen pengumpulan data yaitu metode *Cronbach's Alpha*. Dimana metode ini sangat sering digunakan pada skala uji yang berbentuk skala *Likert*. Tolak ukur diterima dan tidaknya suatu data reliabel atau tidak jika; nilai *alpha* lebih besar dari pada nilai *r* tabel, dengan nilai batasan penentu  $\geq 0,6$ . Berikut tabel kriteria indeks reliabilitas.

**Tabel 3.5** Indeks Koefisien Reliabilitas

Nilai Interval	Kriteria
< 0,20	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

**Sumber:** (Wibowo, 2012: 53)

Pengambilan sampel dalam uji reliabilitas dengan membagikan kuisisioner kepada 30 konsumen terlebih dahulu untuk menguji apakah data tersebut reliabilitas atau tidak.

### 3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Menurut (Wibowo, 2012: 87) syarat uji regresi dan korelasi adalah data wajib memenuhi prinsip BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*). Model regresi yang didapatkan dari metode kuadrat terkecil yang umum, atau *Ordinary Least Square* merupakan suatu model regresi yang dapat memberikan nilai estimasi atau prakiraan linier tidak bias yang paling baik. Untuk mendapatkan BLUE ada syarat yang harus terdapat dalam data, syarat tersebut dikenal sebagai uji asumsi klasik, uji meliputi:

### 3.5.3.1 Uji Normalitas

Menurut (Wibowo, 2012: 61) uji ini digunakan untuk mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang teliti mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Jika berdistribusi normal, maka nilai residu akan membentuk suatu kurva seperti lonceng.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Histogram Regression Residual* yang terstandarisasi, analisis *Chi Square* dan juga menggunakan nilai *Kolmogorov-Smirnov*. Kurva residual terstandarisasi dikatakan normal jika: nilai *Kolmogorov-Smirnov*  $Z < Z_{\text{tabel}}$  ; atau menggunakan nilai *Probability Sig (2 tailed)*  $> \alpha$  ;  $\text{sig} > 0,05$ .

### 3.5.3.2 Uji Multikolinieritas

Menurut (Wibowo, 2012: 87) dalam persamaan regresi tidak boleh terjadi multikolinieritas, yang berarti tidak boleh ada korelasi atau hubungan sempurna atau mendekati sempurna antara variabel bebas yang membentuk persamaan tersebut. Jika model persamaan terjadi gejala multikolinieritas yang berarti sesama variabel bebasnya terjadi korelasi. Salah satu cara dari beberapa cara untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan menggunakan atau melihat tool uji yang disebut *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu model dapat dikatakan tidak terjadi Multikolinieritas, jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10$ , angka ini dilihat pada tabel Coefficients.

Dapat juga menarik kesimpulan dengan cara melihat nilai dalam tabel *Coefficient Correlations*, suatu model dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas jika nilai korelasi antar variable independennya  $< 0.5$ .

### **3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas**

Menurut (Wibowo, 2012: 93) suatu model dikatakan mempunyai masalah heteroskedastisitas yang berarti terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama. Atau dapat diartikan bahwa dalam model terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan regresi tersebut. Uji ini digunakan untuk menguji ada tidaknya gejala ini. Untuk melaksanakan uji tersebut ada beberapa metode yang dapat digunakan, seperti metode Barlet dan Rank Spearman atau uji Spearman's rho, metode grafik Park Gleyser. Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ( $\alpha = 0,05$ ) maka dalam model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### **3.5.4. Uji Pengaruh**

#### **3.5.4.1 Uji Regresi Linear Berganda**

Menurut (Wibowo, 2012: 126) analisis ini mempunyai perbedaan dalam hal jumlah variabel independen yang merupakan variabel penjelas jumlahnya lebih dari satu buah. Variabel penjelas yang lebih dari satu buah ini yang kemudian dianalisis sebagai variabel yang memiliki; hubungan – pengaruh, dengan dan terhadap, variabel yang dijelaskan atau variabel dependen. Rumus dari regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = variabel dependen (variabel respons)

a = nilai konstanta

b = nilai koefisien regresi

X<sub>1</sub> = variabel independen pertama

X<sub>2</sub> = variabel independen kedua

X<sub>3</sub> = variabel independen ketiga

X<sub>n</sub> = variabel independen ke – n

**Sumber:** (Wibowo, 2012: 127)

#### 3.5.4.2 Analisis Koefisien Determinasi

Menurut (Sanusi, 2017: 136) koefisien determinasi ( $R^2$ ) sering disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir sama dengan koefisien  $r^2$ . R juga hampir serupa dengan r, tetapi keduanya berbeda dalam fungsi.  $R^2$  menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari 1 variabel X) secara bersama-sama. Sementara itu,  $r^2$  mengukur kebaikan-kebaikan sesuai (*goodness-of-fit*) dari persamaan regresi, yaitu memberikan persentase variasi total dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh hanya 1 variabel bebas (X). Koefisien R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variabel terikat (Y) dengan semua variabel bebas yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya

selalu positif. Sedangkan koefisien r menjelaskan keeratan hubungan linear di antara 2 variabel, nilainya dapat negatif dan positif (Sanusi, 2017: 136).

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2 (ryx_1) (ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

$$= \frac{\text{Jumlahkuadrat}_{regresi}}{\text{Jumlahkuadrat}_{total}}$$

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien Determinasi

$ryx_1$  = Korelasi variable  $x_1$  dengan y

$ryx_2$  = Korelasi variable  $x_2$  dengan y

$rx_1x_2$  = Korelasi variable  $x_1$  dengan variable  $x_2$

**Sumber:** (Wibowo, 2012: 136)

### 3.5.5. Uji Hipotesis

Menurut (Wibowo, 2012: 123) hipotesis merupakan sesuatu hal yang harus diuji kebenarannya. Hipotesis dapat dimunculkan untuk menduga suatu kejadian tertentu dalam suatu bentuk persoalan yang dianalisis dengan menggunakan analisis regresi. Dalam melakukan pengujian hipotesis perlu memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Uji hipotesis adalah uji dengan menggunakan data sampel.
2. Uji membentuk keputusan menolak  $H_0$  atau menerima  $H_0$ .
3. Nilai uji dapat dilihat dengan menggunakan nilai F atau nilai t hitung maupun nilai Sig.
4. Pengambilan kesimpulan bisa dilakukan dengan melihat gambar atau kurva, untuk melihat daerah tolak dan daerah terima suatu hipotesis nol.

### 3.5.5.1 Uji t

Menurut (Sanusi, 2017: 138) uji signifikan terhadap masing-masing koefisien regresi diperlukan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Y). Berkaitan dengan hal ini, uji signifikansi secara parsial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian.

Dasar pengambilan keputusan dengan kriteria sebagai berikut:

$-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ ; maka  $H_0$  diterima

$t_{hitung} < -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ ; maka  $H_0$  ditolak

### 3.5.5.2 Uji F

Menurut (Sanusi, 2017: 137) uji seluruh koefisien regresi secara serempak sering disebut dengan uji model. Nilai yang digunakan untuk melakukan uji serempak adalah nilai  $F_{hitung}$  yang dihasilkan dari rumus yang telah dijelaskan sebelumnya. Karena nilai  $F_{hitung}$  berhubungan erat dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) maka pada saat melakukan uji  $F$ , sesungguhnya menguji signifikansi koefisien determinasi ( $R^2$ ). Uji  $F$  yang signifikan menunjukkan bahwa variasi variabel terikat dijelaskan sekian persen oleh variabel bebas secara bersama-sama adalah benar-benar nyata dan bukan terjadi karena kebetulan.

Kriteria dalam pengambilan keputusan mengikuti aturan sebagai berikut:

$F_{hitung} \leq F_{tabel}$ ; maka  $H_0$  diterima

$F_{hitung} > F_{tabel}$ ; maka  $H_0$  ditolak

### 3.6 Lokasi Dan Jadwal Penelitian

#### 3.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau, Indonesia. Pemilihan lokasi penelitian dikarenakan adanya kecocokan dan relevan dengan judul penelitian dengan variabel yang diteliti, yaitu citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian.

#### 3.6.2. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian dilakukan kurang lebih hampir 4 bulan mulai September 2018 sampai bulan Januari 2019 hingga berakhirnya tugas dalam penulisan skripsi ini.

**Tabel 3.6** Jadwal Penelitian

No	Tahapan penelitian	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1	Pencarian data awal	■					
2	Perencanaan		■				
3	Studi pustaka		■				
4	Penetapan model penelitian			■			
5	Penyusunan kuesioner			■			
6	Penyebaran kuesioner			■	■		
7	Analisis hasil kuesioner					■	
8	Pengumpulan data hasil penelitian dan pengumpulan jurnal						■