

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dalam konteks keilmuan sebenarnya ditunjukkan untuk menguji teori yang telah ada, apakah teori tersebut nilai kebenarannya bersifat mutlak atau tidak, oleh karena itu ilmu pengetahuan dari dekade ke dekade berikutnya selalu berubah menyesuaikan perkembangannya.¹

Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau metode tertentu, teknik pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.² Metode penelitian kuantitatif menurut pakar lain juga berarti suatu metode yang menekankan fenomena-fenomena objektif yang dikaji secara mendalam, serta memaksimalkan objektivitas desain penelitian melalui percobaan terkontrol, angka-angka numerik dan

¹Sarmanu, *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Statistika, Cetakan Pertama*, (Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan Universitas Airlangga, 2017), hal. 2

²Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 82

pengelolaan statistik (statistik regresi sederhana ataupun statistik regresi berganda).³

Jenis penelitian yang akan dipakai oleh peneliti adalah jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukukan untuk mencari hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lainnya.⁴ Dengan jenis penelitian asosiatif bisa dibangun teori yang dapat menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala.⁵ Dalam penelitian ini yang akan dicari oleh peneliti adalah hubungan antara strategi *positioning*, harga, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian *smartphone* Realme di Sedayu Asri Cellular Bandung Tulungagung.

B. Populasi, Teknik Sampling dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah subjek atau objek yang diteliti oleh peneliti, menggambarkan sifat-sifat, karakter objek atau subyek pokok dari penelitian yang dilakukan.⁶ Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Sedayu Asri Cellular yang berjumlah rata-rata 608 (pembulatan dari 607,6) orang perbulannya.

³Asep Saepul Hamdi dan E. Bahrudin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan, Edisi 1 Cetakan 1*, (Yogyakarta: Deepublish, 2004), hal. 5

⁴Sofyan Siregar. *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013), hal.7

⁵Syamsunie Carsel HR. *Metodologi Penelitian Kesehatan dan Pendidikan*, (Yogyakarta: Penebar Media, 2018), hal.79

⁶Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), hal.92

Tabel 3.1 Jumlah Konsumen Sedayu Asri

	Brand Smartphone						Total perbulan
	Realme	Oppo	Vivo	Samsung	Xiaomi	Other	
Desember 2021	166	188	93	73	69	25	614
Januari 2022	176	197	81	85	58	35	632
Februari 2022	149	157	60	91	96	24	577
Jumlah	491	542	234	249	223	84	1.823
Rata-rata							607,6

Sumber : Data primer, Desember 2021 – Februari 2022

2. Teknik Sampling

Sampling merupakan instrumen kedua yang dijadikan acuan untuk menghimpun data setelah instrumen populasi ditetapkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *non probability sampling* (metode sampling yang setiap anggota sampelnya tidak mempunyai kesempatan yang sama sebagai sampel).⁷ Dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah tehnik pengambilan sampel terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti, entah karena mereka adalah satu-satunya yang memiliki, atau telah memenuhi beberapa kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti.⁸ Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Sedayu Asri Cellular yang pernah membeli *smartphone* Realme.

⁷Dominikus Dolet Unaradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cetakan 1, (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019), hal. 114

⁸Sekar Umaran, *Metode Penelitian.....*hal. 136

3. Sampel Penelitian

Sampel sebenarnya adalah awal mula munculnya angka-angka numerik yang dicitrakan sebagai data lapang. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas & karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas & karakteristik suatu populasi akan menyebabkan penelitian menjadi bias, tidak dipercaya, dan kesimpulannya bisa keliru karena tidak dapat mewakili populasi.⁹ Dan data lapang inilah yang nantinya akan dijadikan acuan serta akan diolah untuk menggambarkan visualisasi riil suatu rancang penelitian.

Dalam menetapkan banyaknya sampel penelitian ini menggunakan *cluster sampling* dengan menggunakan rumus dari Taro Yahmane atau Slovin sebagai berikut :

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

Dimana :

n =Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Sampel yang masih dapat ditolerir atau yang diinginkan sebesar 10%. Dapat diketahui perhitungan & hasilnya sebagai berikut :

⁹Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan*. (Jakarta: Hidayatul Quran Kuningan, 2019), hal.62

$$n = \frac{608}{1+608.10\%.10\%} = \frac{608}{1+6,08} \text{ vif} = \frac{608}{7,08} = 85,87 = 86$$

Jadi berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah responden sampel yang akan diambil atau dinilai representatif pada penelitian ini sebanyak 86 konsumen. Namun atas dasar pertimbangan peneliti dan agar sampel yang digunakan lebih representatif maka peneliti menetapkan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 konsumen Sedayu Asri Cellular yang membeli *smartphone* Realme.

C. Sumber Data

Menurut Rasdihan Rasyad (2003) berdasarkan cara perolehannya, data dibedakan menjadi dua jenis yaitu:¹⁰

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dan diolah dari objeknya langsung serta didasarkan pada hasil pengamatan atau obesrvasi secara langsung juga. Sumber data primer pada penelitian ini berupa hasil kuesioner kepada konsumen yang melakukan pembelian *smartphone* Realme di Sedayu Asri Cellular.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pengumpulan data berkala sehingga menggambarkan kondisi riil yang lebih lama. Data sekunder yang digunakan oleh peneliti berasal

¹⁰Rasdihan Rasyad, *Metode Statistik Deskriptif*, (Jakarta: Grasindo, 2003), hal. 11-12

dari sumber-sumber tercetak seperti buku, jurnal, internet, laporan penelitian, dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini data sekunder digunakan sebagai penjas mengenai teori pengambilan keputusan konsumen dan sebagai penjas materi lainnya.

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan objek pengamatan bervariasi yang diterapkan oleh seorang peneliti untuk memperoleh informasi kemudian diambil sebuah kesimpulan. Pengertian lain dari variabel penelitian adalah suatu nilai, kompartemen, elemen yang bervariasi yang berasal dari objek, aktivitas, isu yang diinginkan peneliti guna dipelajari untuk ditarik suatu kesimpulan ilmiah. Variabel tersebut kemudian dibagi menjadi dua yaitu variabel dependen & variabel independen.

Mengenai kedua variabel tersebut Juliansyah Noor mengatakan bahwa variabel independen adalah variabel yang berpengaruh terhadap munculnya variabel dependen (terikat) ataupun menjadi sebab berubahnya variabel yang dimaksud. Variabel dependen adalah variabel yang didominasi/dipengaruhi/diikat oleh suatu variabel bebas yang dimungkinkan berpengaruh terhadap variabel tersebut, sehingga disebut sebagai dampak implikasi dari hasil penelitian ilmiah.¹¹ Variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

¹¹Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian, Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah, Edisi Pertama, Cetakan ke VII* (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 49

1. Variabel independen (variabel bebas) : Strategi *positioning* (X_1), harga (X_2), dan *brand image* (X_3).
2. Variabel dependent (variabel terikat) : Keputusan pembelian konsumen (Y).

E. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan suatu acuan numerik yang telah ditetapkan untuk menilai variabel penelitian. Menurut Syofian skala pengukuran adalah suatu susunan prosedur numerik yang dipakai untuk mengungkap karakteristik objek penelitian.¹² Skala pengukuran dalam instrumen penelitian berkaitan dengan keabsahan kuesioner yang dipakai, oleh sebab itu penelitian kuantitatif yang menggunakan angket sebagai instrumennya haruslah diperhitungkan dulu skala ukurnya.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala *likert* merupakan skala ukur yang dipergunakan untuk menggambarkan sikap seseorang terhadap sesuatu hal yang diteliti dalam suatu penelitian.¹³ Skala *likert* memberikan peluang bagi responden untuk mengekspresikan perasaan mereka melalui pernyataan yang diajukan oleh peneliti dengan pilihan jawaban beragam.¹⁴ Pemberian skor pada skala *likert* yang digunakan adalah sebagai berikut :

¹²Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS Edisi I*, (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 22

¹³Husein Umar, *Metode Riset Bisnis Dilengkapi Contoh Proposal dan Hasil Riset Bidang Manajemen dan Akuntansi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2003), hal. 98

¹⁴Bilson Simamora, *Analisis Multivariat Pemasaran*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hal. 23

1. SS = Sangat Setuju = skor 5
2. S = Setuju = skor 4
3. N = Netral = skor 3
4. TS = Tidak Setuju = skor 2
5. STS = Sangat Tidak Setuju = skor 1

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah sebuah cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu model tanya jawab antar penanya/peneliti dengan responden/objek peneliti yang ditujukan sebagai sarana penggalian informasi. Menurut konteks metode penelitian wawancara bukan hanya berbicara metode tanya jawab untuk penggalian informasi, namun suatu metode tanya jawab yang diarahkan dan ditujukan untuk memperoleh data valid sebagai acuan sumber data ilmiah. Menurut Fandi wawancara merupakan metode tanya jawab antar peneliti dan orang/objek yang diteliti, agar peneliti memperoleh informasi yang didapatkan untuk dicitrakan sebagai data pokok penelitian yang diperoleh.¹⁵ Wawancara yang dilakukan

¹⁵Fandi Rosi Sarwo Edi, *Teori Wawancara Psikodiagnostik*, (Yogyakarta: Leutika Prio, 2016), hal. 2

bukanlah wawancara biasa melainkan wawancara ilmiah yang dijalankan dengan prasyarat-prasyarat tertentu.

Wawancara yang dipakai peneliti dalam penelitian ini adalah wawancara tak terstruktur. Wawancara tak terstruktur adalah wawancara yang memiliki sifat fleksibel sehingga minat dan pemikiran responden mampu terakomodir, wawancara jenis ini tidak membatasi peneliti untuk meruntut alur formil penelitian namun peneliti dimungkinkan masih bisa mengendalikan alur wawancara sesuai tujuan penelitian, selain itu panjang pendeknya paparan karena kebebasan responden untuk menjawab juga bisa memberikan keterangan maupun data lebih rinci dan mendalam.¹⁶ Wawancara tak terstruktur dipilih oleh peneliti, karena wawancara tipe ini diasumsikan kaya akan informasi ilmiah dari responden. Kekayaan informasi ilmiah inilah yang dicari peneliti untuk memperkuat hipotesis yang diajukan peneliti.

2. Kuesioner (angket)

Kuesioner (angket) merupakan suatu alat penentu data atau piranti yang dipergunakan untuk menentukan notasi atau angka pada data awal, berperan sebagai parameter ukur untuk membuktikan pengaruh suatu hubungan kausal verbal dari isu penelitian yang diambil. Kuesioner menurut Eko adalah sekumpulan pertanyaan dan jawaban alternatif yang telah tersedia secara terperinci, dipergunakan

¹⁶Muh. Fitrah dan Luthfiyah, *Metodologi Penelitian Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas, dan Studi Kasus*, (Sukabumi: CV Jejak, 2017), hal. 67-69

peneliti untuk responden sasaran yang akan menjawab pertanyaan angket dengan memilih jawaban sesuai pendapat pribadi, aspirasi, sikap, keadaan maupun persepsinya.¹⁷

Angket atau kuesioner yang dipilih peneliti adalah jenis angket tertutup. Angket tertutup adalah angket yang bersifat kompleks, terletak pada penyediaan pertanyaan dan jawaban dalam bentuk pilihan ganda ataupun kolom persetujuan dengan skoring tertentu.¹⁸ Angket tertutup yang bersifat kompleks memungkinkan responden tidak mempunyai kesempatan dan kebebasan untuk menjawab menjadi alasan utama peneliti untuk memilihnya.

Kebebasan yang dipotong oleh peneliti sehingga responden tidak bisa secara bebas menjawab berguna sebagai tolok ukur pembatasan, agar data yang muncul tidak bervariasi. Secara ilmiah data bervariasi memang bagus guna menambah wawasan dan kevalidan, namun jika terlalu banyak data atau informasi yang muncul maka akan mempersulit pengolahan data maupun proses analisis datanya.

¹⁷Eko Nugroho, *Prinsip-Prinsip Menyusun Kuesioner*, Cetakan I, (Malang: UB Press, 2018), hal. 20

¹⁸Sopingi, *Pengantar Statistik Pendidikan Jilid I*, (Malang: Gunung Samudera, 2015), hal.44

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menurut Arikunto adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan lebih mudah.¹⁹ Instrumen menurut manfaatnya juga berarti suatu kelengkapan alat ilmiah yang dipakai untuk menghimpun, mengumpulkan dan menelaah data yang dijadikan objek ataupun subjek penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti memakai instrumen non tes, hal ini dikarenakan instrumen non tes mampu memberikan data yang akurat, akurat yang dimaksud adalah data yang dihasilkan tidak terpacu oleh kendali peneliti semata sehingga keilmiahannya data berupa hasil riil penelitian lapangan tersebut mampu tersampaikan. Hasil riil itulah yang diinginkan peneliti, agar supaya data lapangan yang ada betul-betul mampu menggambarkan kondisi lapangan/penelitian secara nyata.

Instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disusun oleh peneliti berdasarkan beberapa indikator dari variabel yang terkait dengan penelitian ini dan kemudian dijelaskan serta dihubungkan dengan teori yang telah dijelaskan sebelumnya. Berikut adalah instrumen penelitian yang dilakukan oleh peneliti:

¹⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2014), hal. 274

Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Kisi-Kisi Pertanyaan	No. Item
Strategi <i>Positioning</i> (X_1) ²⁰	Kualitas produk ($X_{1,1}$)	Produk Realme mempunyai kualitas yang lebih, dibandingkan produk lain	1
		Merek Realme dapat dikenali dengan mudah	2
	Manfaat produk ($X_{1,2}$)	Sangat terbantu dengan fitur yang ada pada <i>smartphone</i> Realme	3
	Biaya ($X_{1,3}$)	<i>Smartphone</i> Realme mudah diperoleh di gerai <i>smartphone</i> dengan harga yang terjangkau	4
Harga (X_2) ²¹	Keterjangkauan harga ($X_{2,1}$)	Harga <i>smartphone</i> Realme dapat dijangkau oleh ekonomi masyarakat Tulungagung	5
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk ($X_{2,2}$)	Harga <i>smartphone</i> Realme sesuai dengan kualitas produk yang diberikan	6
		Harga <i>smartphone</i> Realme sesuai dengan fitur yang diberikan	7
	Daya saing harga ($X_{2,3}$)	Harga <i>smartphone</i> Realme bersaing dengan produk lainnya	8
		Harga <i>smartphone</i> Realme lebih rendah dari produk <i>smartphone</i> lainnya dengan kualitas yang sama	9
		Perubahan harga <i>hanphone</i> Realme tidak mempengaruhi saya untuk berpindah ke merek lain	10
	Kesesuaian harga dengan manfaat ($X_{2,4}$)	Harga <i>smartphone</i> Realme sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan	11

²⁰ Christopher Lovelock, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: PT Indeks, 2009) hal. 185

²¹ Philip Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1.....* hal. 278

<i>Brand Image</i> (X_3) ²²	Citra pembuat ($X_{3,1}$)	Produk Realme yang saya pakai dibuat oleh perusahaan yang mempunyai reputasi yang baik	12
		Jaringan distribusi dalam penjualan <i>smartphone</i> Realme sangat luas	13
	Citra pemakai ($X_{3,2}$)	Produk Realme lebih banyak dipilih oleh anak muda	14
		Merasa lebih puas menggunakan produk Realme	15
		Merek <i>smartphone</i> Realme sudah dikenal banyak orang	16
	Citra produk ($X_{3,3}$)	Merek Realme mudah diingat	17
		Merek Realme cocok digunakan untuk semua kebutuhan (game, berfoto, sosial media, dll)	18
		<i>Smartphone</i> Realme mempunyai manfaat yang lebih banyak dibandingkan merek lain	19
	Keputusan Pembelian (Y) ²³	Pengenalan kebutuhan(Y_1)	Membeli <i>smartphone</i> Realme untuk mempermudah berkomunikasi dengan orang lain
Realme menyediakan fitur untuk semua kebutuhan			21
Pencarian informasi (Y_2)		Mengetahui produk Realme dari iklan di sosial media	22
		Mendapatkan informasi tentang produk Realme dari orang lain	23
Evaluasi alternatif (Y_3)		Mengevaluasi beberapa merek <i>smartphone</i> yang ada	24
		Membeli <i>smartphone</i> Realme bukan karena kebutuhan saja melainkan	25

²² M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk...* hal.83-84

²³ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran.....* hal.110

		keinginan saya	
	Keputusan pembelian (Y_4)	Membeli <i>hanphone</i> Realme karena harganya sesuai dengan desain & fitur	26
		Merasa yakin dengan keputusan pembelian <i>Smartphone</i> Realme	27
	Perilaku setelah pembelian (Y_5)	Merasa puas dengan produk Realme	28
		Akan melakukan pembelian ulang <i>smartphone</i> Realme	29
		Akan menyarankan kepada teman/saudara untuk membeli <i>smartphone</i> Realme	30

H. Teknik Analisis data

Menurut Ali Sahab teknik analisis data adalah tahap dimana seorang peneliti mulai melakukan pengurutan data, pengkategorian data, penentuan makna atau implikasi yang terjadi pada penelitian menggunakan berbagai macam cara uji ilmiah sesuai kesepakatan penelitian yang telah ada.²⁴ Teknik analisis data merupakan suatu cara yang digunakan oleh seorang peneliti/ilmuwan untuk menginterpretasikan, memvisualisasikan dan menganalisis pengaruh variabel satu terhadap variabel lain serta membuktikan signifikansi data terhadap hipotesis yang diuji. Berikut ini merupakan teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti:

²⁴Ali Sahab, *Buku Ajar Analisis Kuantitatif Ilmu Politik Dengan SPSS*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2018), hal. 22

1. Uji Validitas dan Reabilitas

Hasil dari uji validitas menunjukkan seberapa tepat suatu alat tes berfungsi atau suatu alat ukur yang dapat mengukur sesuatu yang ingin diukur. Validitas bertujuan untuk menguji apakah suatu item atau instrumen (pertanyaan atau pernyataan) benar-benar mampu mengungkapkan faktor yang akan diukur atau konsistensi internal dari setiap item alat ukur dalam mengukur suatu faktor.²⁵ Atau dengan kata lain uji validitas berfungsi untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaannya dapat mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Untuk menguji validitas instrumen pengaruh strategi *positioning*, harga, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian, peneliti akan menggunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r : Koefisien korelasi

n : Jumlah responden

$\sum x$: Jumlah nilai x

$\sum y$: Jumlah nilai y

$\sum x^2$: Jumlah dari kuadrat nilai x

²⁵ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), hal.96

$\sum y^2$: Jumlah dari kuadrat nilai y

$\sum xy$: Jumlah dari hasil kali nilai x dan nilai y

Untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, ditetapkan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05 maka instrumen tersebut dikatakan valid.
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05 maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid.

Untuk menghitung uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *SPSS 25,0 for windows*. Dasar pengambilan keputusan uji validitas menggunakan rumus *analisis corelation person*.

Uji reliabilitas instrumen adalah hasil dari pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk memperoleh data yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Dalam penelitian ini dilakukan uji reliabilitas dengan metode *Alpa Cronbach's* diukur berdasarkan skala 0 sampai 1.²⁶

Tujuan dari reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana konsistensi hasil pengukuran apabila dilakukan pengukuran sebanyak 2 kali atau lebih dengan menggunakan alat pengukur yang sama pada gejala yang sama pula. Dalam uji reliabilitas, alat ukur dapat dilakukan secara eksternal (*test restesr, equivalent*, dan

²⁶Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik*..... hal.97

gabungan keduanya) maupun internal (dengan cara menganalisis butir-butir yang ada pada instrumen dengan menggunakan teknik tertentu).²⁷

Rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas instrumen adalah rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(\frac{1 - \sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

$$\text{dengan } \sigma_i^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}}{N} \text{ atau } \sigma_t^2 = \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}}{N}$$

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas instrumen (koefisien Alpha)

n : Banyaknya butir soal

X : Skor hasil uji coba

N : Banyaknya sampel

Y : Total skor

σ_i^2 : Varian skor tiap item soal

σ_t^2 : Varian skor soal

Untuk menghitung reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *SPSS 25,0 for windows*. Dan untuk menguji apakah pengaruh tersebut reliable atau tidak, ukuran kempantapan alpha direpresentasikan sebagai berikut: ²⁸

- Nilai Alpha Cronbach's 0,00 – 0,20 = kurang reliable
- Nilai Alpha Cronbach's 0,21 – 0,40 = agak reliable

²⁷*Ibid*, hal. 87

²⁸*Ibid*, hal. 97

- Nilai Alpha Cronbach's 0,41 – 0,60 = cukup reliable
- Nilai Alpha Cronbach's 0,61 – 0,80 = reliable
- Nilai Alpha Cronbach's 0,81 – 1,0 = sangat reliable

2. Uji Asumsi Klasik

Persyaratan untuk memenuhi uji analisis kelayakan data diantaranya :

a) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang digunakan untuk mengukur apakah data mempunyai distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik.²⁹ Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yaitu distribusi data dengan bentuk lonceng atau *bell shaped*. Data yang baik adalah data yang memiliki pola seperti distribusi normal yaitu distribusi data tersebut tidak condong ke kiri atau condong ke kanan.³⁰ Dan model regresi yang baik adalah normal yang mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan pendekatan sebagai berikut:

- 1) Nilai signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka data distribusi tersebut dinyatakan normal.

²⁹*Ibid*, hal.97

³⁰*Ibid*, hal. 77-78

2) Nilai signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka data distribusi tersebut dinyatakan tidak normal.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang mempunyai kemiripan antar variabel independen dalam suatu model.³¹ Kemiripan antara variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu uji multikolinieritas ini juga berfungsi untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Persamaan regresi sampel yang ideal harus menghindari dari multikolinieritas. Diantara variabel independen terdapat korelasi mendekati +1 atau -1 maka diartikan persamaan regresi tidak akurat digunakan dalam persamaan.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas, Nugroho menyatakan apabila VIF (*Variance Inflation Factor*) tidak lebih dari 10 maka model persamaan dinyatakan terbebas dari multikolinieritas. VIF merupakan suatu estimasi berapa besar multikolinieritas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas. VIF yang tinggi menunjukkan bahwa multikolinieritas telah menaikkan sedikit varian pada

³¹V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian Cetakan 1*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hal. 185

koefisien estimasi, akibatnya menurunkan nilai t . Sarwoko mengemukakan beberapa alternatif perbaikan karena adanya multikolonieritas yaitu: (1) membiarkan saja, (2) menghapus variabel yang berlebihan, (3) transformasi variabel multikolonieritas, (4) menambah ukuran sampel.³²

c) Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas pada biasanya terjadi pada beberapa model yang menggunakan data *cross section* daripada *time series*. Tetapi model-model yang menggunakan data *time series* juga ada kemungkinan terjadi heterokedastisitas. Sedangkan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas pada suatu model regresi dapat dilihat pada pola gambar *Scatterplot*. Dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Tidak terdapat heterokedastisitas apabila penyebaran titik-titik data tidak berpola.
- 2) Tidak terdapat heterokedastisitas apabila titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau pada sekitar angka 0.
- 3) Tidak terdapat heterokedastisitas apabila titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.³³

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda seringkali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang melibatkan hubungan

³²Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan.....* hal.79

³³*Ibid*, hal.79-80

dari dua atau lebih variabel bebas.³⁴ Dalam hal ini regresi juga dapat dijadikan sebagai pisau analisis terhadap penelitian yang diadakan, apabila regresi diarahkan untuk menguji variabel-variabel yang ada. Bentuk umum dari persamaan regresi linier berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (eputusan pembelian)

α, b_1, b_2, b_3 : Bilangan konstanta

x_1 : Variabel bebas 1 (strategi *positioning*)

x_2 : Variabel bebas 2 (harga)

x_3 : Variabel bebas 3 (*brand image*)

e : Tingkat eror

4. Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (Uji T)

Uji T sering disebut dengan ketetapan parameter penduga. Uji T berfungsi untuk menguji apakah pernyataan hipotesis benar. Uji T akan menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas (independen) secara individual dalam menerangkan variabel terikat dengan asumsi variabel yang lain konstan. Langkah awal dalam melakukan uji T adalah penentuan H_0 dan

³⁴ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan.....* hal.56

H_a . Tingkat kepercayaan yang digunakan sebesar 90% atau taraf signifikan sebesar 10% dengan ketentuan sebagai berikut:

1) Membandingkan antara t_{tabel} dan t_{hitung} :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti masing masing variabel bebas secara individu mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berarti masing masing variabel bebas secara individu tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

2) Berdasarkan probabilitas:

- Apabila probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ (α), maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- Apabila probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ (α), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b) Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah sebesar 0,005. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan pada model

mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.³⁵

Hipotesis nol (H0) yang akan diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$$

Yang berarti apakah semua variabel bebas bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap semua variabel terikat. Hipotesis alternatifnya (Ha) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau

$$H_1 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$$

Yang artinya adalah semua variabel bebas secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat. Tingkat kepercayaan yang digunakan sebesar 95% atau taraf signifikan adalah 5% serta pengujian dapat dilakukan dengan tehnik berikut:

1) Membandingkan antara F_{tabel} dan F_{hitung}

- Apabila $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$, maka variabel bebas (independen) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen).

³⁵Imam Ghozali, *aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam IBM SPSS 19*, (semarang: Universitas Diponegoro, 2011), hal. 98

- Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen).

2) Berdasarkan probabilitas

- Apabila probabilitas (signifikansi) $> 0,05$ (α), maka H_0 diterima, berarti variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- Apabila probabilitas (signifikansi) $< 0,05$ (α), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.

c) Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai dari koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independennya memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel.

Untuk menyatakan besar kecilnya pengaruh variabel X terhadap Y dapat ditentukan melalui *SPSS* dengan rumus koefisien determinan yaitu:

$$KP = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP : Nilai koefisien determinasi

R : Nilai koefisien korelasi