

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian adalah sebuah metode yang dilakukan secara hati-hati dan didasari dengan pemikirain yang kritis untuk mencari sebuah fakta terhadap sebuah ilmu atau pengetahuan untuk memecahkan sebuah masalah dengan pengambilan simpulan dari hasil penelitian tersebut (Silvi, *et al.*, 2020). Menurut Abubakar (2018), metode penelitian adalah sebuah cara untuk memperdalam sebuah masalah dan memecahkannya dengan cara kerja ilmiah secara saksama untuk mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data lalu membuat sebuah kesimpulan dengan objektif dan sistematis dengan tujuan memecahkan sebuah masalah atau menguji hipotesis agar mendapatkan sebuah pengetahuan.

Metode penelitian memiliki dua sifat yang dapat digunakan, yaitu penelitian yang bersifat kualitatif dan penelitian yang bersifat kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang bersifat kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang sudah memenuhi kaidah ilmiah yaitu objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan data-data berupa angka lalu dilakukan analisis menggunakan statistik. Pengumpulan data yang digunakan menggunakan instrumen penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel yang diambil secara acak, tetapi tetap menjaga sifat statistik data (Yani, 2022).

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif. Menurut Ahyar & Juliana Sukmana (2020), penelitian deksriptif adalah penelitian yang mengarah kepada pemberian fenomena, fakta, atau kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau sampel tertentu. Penelitian ini biasanya tidak perlu mencari atau menjelaskan keterkaitan hubungan dan menguji hipotesis. Selanjutnya, kuantitatif verifikatif adalah sebuah metode yang dilakukan untuk menguji sebuah hipotesis yang telah ditentukan pada sebuah penelitian yang telah dilakukan kepada subjek atau sampel tertentu.

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa terdapat rumus agar mengetahui skor ideal sebagai berikut:

1. Nilai indeks maksimum: Skor interval tertinggi x jumlah butir *item* setiap dimensi x jumlah responden
2. Nilai indeks minimum: Skor interval terendah x jumlah butir *item* setiap dimensi x jumlah responden
3. Panjang interval kelas: (nilai maksimal - nilai minimal) / total interval
4. Persentase skor: (total skor / nilai maksimal) x 100

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada lokasi Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur yang memiliki pusat manajemen beralamat di Jalan H.O.S. Cokro Aminoto No.11, Muka, Kecamatan Cianjur, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat.

3.3 Objek dan Subjek Penelitian

3.3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian yang juga disebut sebagai variabel penelitian adalah sesuatu yang menjadi atensi bagi peneliti (Abubakar, 2018). Menurut Creswell (2017), objek penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik simpulan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, objek penelitian pada penelitian ini adalah Warung Nasi Alam Sunda yang berada di Kabupaten Cianjur dengan dua variabel *independent*, yaitu citra merek sebagai variabel (X1) dan harga sebagai variabel (X2) dan satu variabel *dependent*, yaitu keputusan pembelian sebagai variabel (Y).

3.3.2 Subjek Penelitian

Creswell (2017) menjelaskan bahwa subjek penelitian adalah sumber data yang dapat memenuhi kebutuhan data peneliti terkait permasalahan yang sedang diteliti. Dengan penjelasan tersebut, dapat dipetakan bahwa yang akan menjadi subjek penelitian pada penelitian ini adalah wisatawan cianjur yang mengetahui serta pernah mengunjungi dan menjadi pembeli di Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur.

3.4 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah serangkaian alat yang digunakan sebagai acuan dalam penentuan apa saja yang perlu diamati dan juga digunakan untuk mengukur suatu variabel atau konsep dalam menguji sebuah teori. Pada operasional variabel terdapat beberapa *item* yang dituangkan ke dalam instrumen penelitian (Sugiono, 2014). Dengan kata lain, operasional variabel adalah sebuah *item* yang terdapat pada instrumen penelitian yang digunakan untuk menguji sebuah teori.

3.4.1 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian ini digunakan sebagai sebuah alat. Alat ini pada umumnya digunakan untuk mengobservasi fenomena sosial ataupun fenomena alam yang sedang diteliti yang sering disebut variabel penelitian. Pada penelitian ini, survei dan penyebaran kuesioner menjadi instrumen utama yang akan digunakan.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Konsep Teori	Konsep Empirik	Konsep Analitik	Skala	Item
Citra Merek (X1)	Citra merek adalah sesuatu yang mengingatkan seseorang terhadap sebuah barang atau jasa yang telah mereka gunakan.	Terdapat tiga indikator yang dapat digunakan sebagai alat ukur citra merek, yaitu <i>strength</i> , <i>uniqueness</i> , dan <i>favourable</i> . <i>Kotler dan Armstrong (2016)</i>	1. Srength atau Kekuatan. (Mengarah kepada kelebihan yang bersifat fisik) (X1-1)	Interval	2
			2. <i>Uniqueness</i> atau Keunikan. (Perbedaan yang dimiliki oleh sebuah merek)		3

	<i>Miati et al.</i> (2020)		(X1-2) 3. <i>Favourable</i> atau Kesukaan. (Merujuk pada seberapa baik citra merek dapat diingat oleh konsumen) (X1-3)		2
Harga (X2)	Harga adalah sebuah nilai yang harus ditukarkan untuk memperole h suatu barang atau jasa. <i>Gloria et al., (2018)</i>	Empat dimensi dapat digunakan untuk mencerminkan harga, antara lain keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. <i>Kotler dan Armstornng (2016)</i>	1. Keterjangkau an harga. (Kesesuain harga dengan konsumen) (X2-1) 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. (Harga yang yang ditawarkan berbanding lurus dengan kualitas produk) (X2-2)	Interval	1 2

			3. Daya saing harga. (Perbandingan harga sebuah merek dengan merek lainnya) (X2-3)		1
			4. Kesesuaian harga dengan manfaat. (Harga yang ditawarkan berbanding lurus dengan manfaat yang didapat konsumen) (X2-4)		2
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah serangkaian proses pengambilan keputusan pada saat konsumen	Terdapat beberapa alur yang akan dilewati konsumen saat berada pada fase keputusan pembelian, yaitu pengenalan masalah,	1. Pengenalan masalah. (Konsumen mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan mereka.) (Y-1)	Interval	2

	akan membeli sesuatu. <i>Panji et al. (2020)</i>	evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku sesudah pembelian. <i>Kotler dan Armstrong (2016)</i>	2. Evaluasi alternatif. (Pencarian terhadap opsi lain untuk kebutuhan konsumen) (Y-2)	2
			3. Keputusan pembelian. (Fase penentuan saat akan melakukan pembelian) (Y-3)	3
			4. Perilaku sesudah pembelian. (Sikap yang diberikan setelah melakukan pembelian pada sebuah merek) (Y-4)	4

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Dari tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat, terdapat 24 *item* yang akan digunakan sebagian instrumen penelitian. Terdapat 5 alternatif pilihan jawaban yang dapat dipilih oleh responden,

dimulai dari angka 1 hingga 5 yang telah diberikan peringkat pada setiap nilai yang ada dari 1 sebagai yang terendah dan 5 sebagai yang tertinggi.

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019), populasi ialah wilayah keseluruhan generalisasi yang didalamnya terdapat subjek/objek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang sudah ditetapkan oleh satu penelitian agar dapat dipelajari dan dapat disimpulkan. Dengan penjelasan tersebut, populasi pada penelitian ini adalah wisatawan yang datang ke Kabupaten Cianjur tahun 2022. Disbudpar Cianjur mencatat bahwa terdapat 1.6 juta wisatawan yang datang ke Cianjur pada bulan Oktober tahun 2022.

3.5.2 Sampel

Menurut Creswell (2017), sampel ialah sebagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh satu populasi. Sampel sering kali juga disebut sebagai contoh. Dengan jumlah populasi yang besar dan tidak dapat dijangkau secara keseluruhan oleh peneliti, peneliti akan menentukan sampel dari beberapa populasi yang telah ditentukan dan dianggap homogen. Rumus Slovin akan digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil, yaitu:

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

$$n = \frac{1.600.000}{1 + 1.600.000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.600.000}{1 + 1.600.000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.600.000}{16.001}$$

$$n = 99,99375$$

$$n = 100$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

- N = Jumlah populasi
 e = Batas toleransi kesalahan

Rumus slovin memiliki ketentuan jika populasi dalam jumlah besar, nilai toleransi kesalahannya adalah 10% atau 0,1. Dari hasil perhitungan di atas, dapat ditarik bahwa sampel yang ditetapkan pada penelitian ini adalah 99,99375 dan digenapkan menjadi 100 responden.

3.5.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel diperlukan dalam sebuah penelitian sebagai sebuah panduan dalam pengambilan sampel agar mendapatkan sampel yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teknik penarikan sampel *purposive sampling* yang termasuk ke dalam *nonprobability sampling*.

Purposive sampling adalah teknik penarikan sampel dengan menentukan sebuah kriteria atau ciri-ciri tertentu terhadap sampel yang akan diambil dengan mempertimbangkan pengetahuan sampel terhadap topik yang diteliti (Sugiyono, 2014). Batasan atau kriteria yang ditentukan untuk sampel penelitian ini adalah wisatawan Cianjur yang mengetahui serta pernah mengunjungi dan menjadi pembeli pada Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur minimal 2 kali dan sudah berusia 17 tahun ke atas.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah sebuah cara yang dapat dipilih dalam penelitian untuk mendapatkan data, keterangan, dan informasi yang berhubungan dengan penelitian ini. Nantinya, data, keterangan, dan informasi tersebut akan diolah sehingga menjadi hasil dari penelitian.

Penjelasan tersebut mendorong peneliti untuk mengumpulkan data berdasarkan sumbernya. Menurut Sugiyono (2018), data berdasarkan sumbernya dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Sumber Primer

Sumber primer adalah sumber data yang bisa didapatkan oleh peneliti dengan langsung terjun ke lapangan. Sumber data ini diberikan langsung oleh sumber yang bersangkutan dengan penelitian seperti populasi atau sampel penelitian.

Maka dari itu, sumber primer yang akan didapat untuk penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada wisatawan Cianjur yang mengetahui serta pernah mengunjungi dan menjadi pembeli di Warung Nasi Alam Sunda di Kabupaten Cianjur.

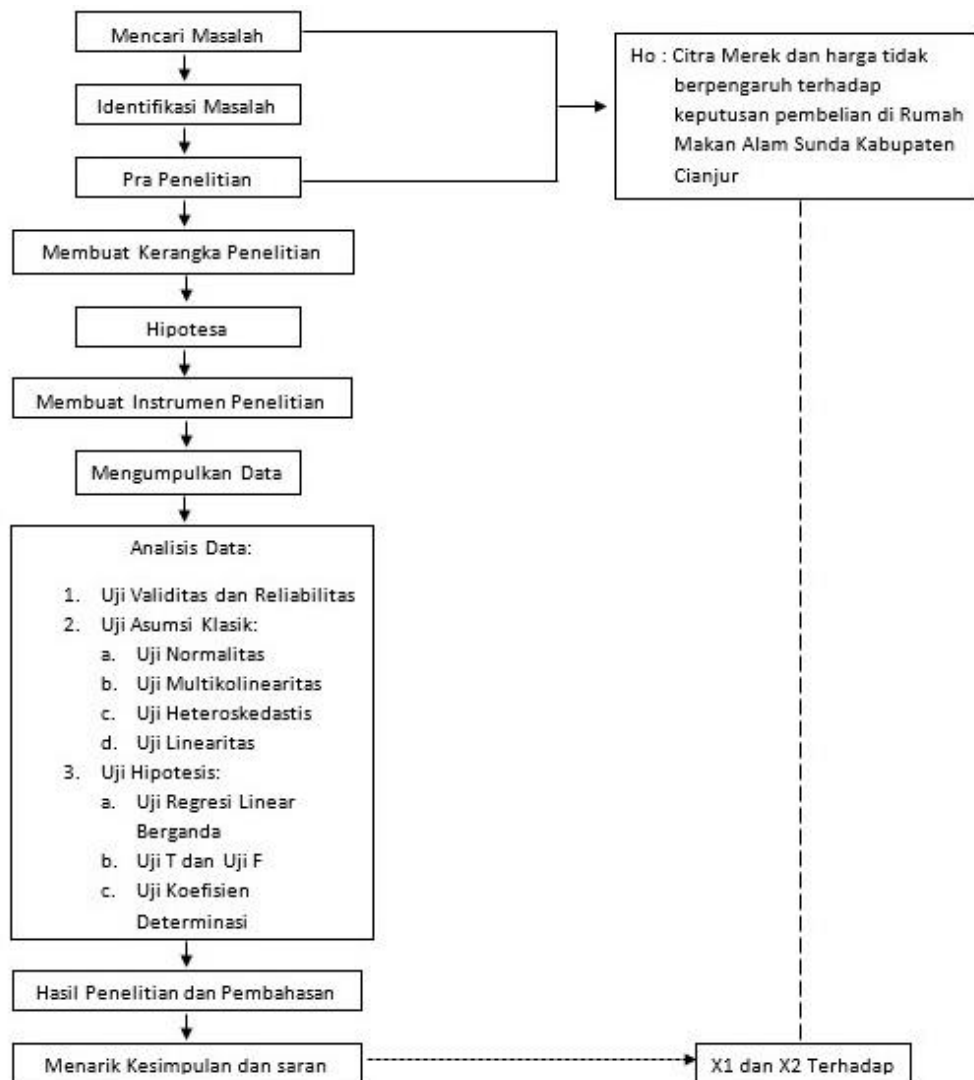
2. Sumber Sekunder

Sumber sekunder adalah sumber data yang yang bisa didapatkan oleh peneliti tanpa harus langsung ke lapangan. Dengan kata lain, dapat diperoleh melalui dokumen atau bacaan. Dengan begitu, sumber sekunder yang didapatkan oleh peneliti untuk penelitian ini adalah dengan mencari dan mengumpulkan data juga informasi dengan membaca buku, jurnal, skripsi, maupun data-data yang ada di internet yang terkait dengan penelitian ini atau bahkan penelitian sebelumnya yang dapat mendukung penelitian ini.

3.7 Alur Penelitian

Alur penelitian yang digunakan peneliti adalah sebagaimana yang tertera pada tabel di bawah:

Tabel 3.2 Alur Penelitian



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa penelitian ini dimulai dengan pencarian masalah atau fenomena yang terdapat pada sektor wisata kuliner di Kabupaten Cianjur. Masalah atau fenomena tersebut adalah wisata kuliner yang diminati oleh wisatawan Cianjur dan menjadi sektor yang diperhatikan oleh pemerintah sekitar. Untuk memperkuat fenomena dan dasar dari penelitian ini, dilakukan prapenelitian kepada 50 responden. Selanjutnya adalah membuat

Ardhika Liandra, 2023

PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG NASI ALAM SUNDA DI KABUPATEN CIANJUR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

kerangka berpikir sebagai landasan dari tujuan penelitian. Dikarenakan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, maka dibuatlah hipotesis awal yang kemudian akan diuji. Untuk menguji hipotesis tersebut, dibutuhkan sebuah alat ukur, yaitu instrumen penelitian yang harus melewati uji validitas dan reliabilitas. Setelah memiliki alat ukur, pengambilan data bisa dilakukan di lapangan. Data yang sudah ada lalu akan diolah menggunakan bantuan aplikasi *SPSS* untuk diolah menjadi data statistik. Hasil data statistik lalu diolah dan dibahas secara terstruktur dan terperinci. Tahap terakhir adalah mengambil simpulan dari penelitian yang sudah dilakukan.

3.8 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur dan menguji apakah instrumen atau alat dalam penelitian sudah valid. Creswell (2017) menerangkan bahwa jika sebuah instrumen sudah dipastikan valid, alat ukur untuk mendapatkan data yang digunakan itu valid. Artinya, instrumen tersebut layak digunakan untuk mengukur hal yang akan diukur.

Untuk melakukan uji validitas, diperlukan alat bantu berupa program. Program yang digunakan sebagai alat bantu adalah *SPSS 26 for windows*. Pada uji validitas, instrumen bisa diujikan terlebih dahulu kepada 30 responden untuk melihat apakah semua instrumen yang digunakan sudah valid atau tidak. Uji validitas menggunakan *SPSS* dilakukan dengan membandingkan nilai *Pearson Correlation*, dengan kriteria penilaian uji validitas sebagai berikut:

1. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, indikator kuesioner tersebut valid.
2. Jika nilai r hitung $<$ r tabel, indikator kuesioner tersebut tidak valid.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X1

No	Pernyataan	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Sambal dan produk yang disajikan di Alam Sunda memiliki rasa yang enak	0,361	0,615	Valid
2	Kebersihan lingkungan, alat makan, dan produk	0,361	0,822	Valid

	yang disajikan sudah bersih dan terjaga			
3	Fasilitas membuat sambal sendiri menjadi satu di antara daya tarik Alam Sunda	0,361	0,512	Valid
4	Area makan lesehan memberikan pengalaman yang menarik	0,361	0,439	Valid
5	Bebas ambil sambal dan lalapan menambah daya tarik Alam Sunda	0,361	0,371	Valid
6	Warung Nasi Alam Sunda sudah memiliki citra merek yang baik	0,361	0,611	Valid
7	Saya menyukai produk yang disajikan Alam Sunda	0,361	0,511	Valid

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X2

No	Pernyataan	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Harga produk yang ditawarkan terjangkau	0,361	0,602	Valid
2	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan	0,361	0,721	Valid
3	Harga produk sudah sesuai dengan harapan saya terhadap kualitas produk	0,361	0,694	Valid

Ardhika Liandra, 2023

PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG NASI ALAM SUNDA DI KABUPATEN CIANJUR

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4	Harga produk Alam Sunda sudah cocok dengan harga pasarnya	0,361	0,603	Valid
5	Harga produk sudah sesuai dengan porsi makanan/minuman yang didapatkan	0,361	0,398	Valid
6	Saya merasa harga dan manfaat produk Alam Sunda sudah sesuai dengan harapan	0,361	0,524	Valid

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y

No	Pernyataan	r tabel	r hitung	Keterangan
1	Saya membutuhkan rumah makan dengan produk yang berkualitas dan bersih untuk dikunjungi	0,361	0,440	Valid
2	Saya membutuhkan rumah makan dengan harga yang terjangkau untuk dikunjungi	0,361	0,466	Valid
3	Saya sudah membandingkan rumah makan lain dengan Alam Sunda	0,361	0,685	Valid
4	Saya membandingkan harga dan kualitas Alam Sunda dengan rumah makan lain	0,361	0,623	Valid

5	Saya membeli produk Alam Sunda karena memiliki citra merek yang baik	0,361	0,667	Valid
6	Saya membeli produk di Alam Sunda karena harga yang sesuai dengan saya	0,361	0,424	Valid
7	Kebersihan lingkungan, alat makan, dan produk yang disajikan membuat saya mempertimbangkan kembali untuk membeli produk Alam Sunda	0,361	0,678	Valid
8	Saya akan melakukan pembelian ulang di Alam Sunda karena produk yang disajikan enak	0,361	0,432	Valid
9	Saya akan merekomendasikan Alam Sunda kepada kerabat atau keluarga karena memberikan kesan yang baik	0,361	0,471	Valid
10	Saya akan melakukan pembelian ulang di Alam Sunda karena harga yang ditawarkan sesuai untuk saya	0,361	0,582	Valid
11	Produk yang ditawarkan Alam Sunda sangat beragam dan membuat	0,361	0,565	Valid

	saya akan kembali ke Alam Sunda			
--	---------------------------------	--	--	--

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

Setelah dilakukan uji validitas terhadap 43 *item*, hanya 24 *item* yang dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian yang akan disebar di lapangan. 19 *item* lainnya dinyatakan tidak valid dan tidak dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ditujukan untuk menentukan apakah instrumen yang digunakan konsisten. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang dapat menunjukkan keadaan sesungguhnya dari apa yang akan diukur di lapangan. Instrumen tersebut juga dapat dikatakan reliabel jika bisa digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama dan akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2014).

Untuk melakukan uji reliabilitas, diperlukan alat bantu berupa program. Program yang digunakan sebagai alat bantu adalah SPSS 26 *for windows*. Saat melakukan uji reliabilitas menggunakan SPSS, digunakan rumus umum, yaitu rumus *alpha cronbach*. Menurut Darma (2021), dalam uji reliabilitas menggunakan rumus *alpha cronbach*, dapat dilakukan dengan membandingkan nilai *cronbach's alpha* dengan nilai 0,6. Kriteria yang dapat digunakan adalah

1. Jika nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$, instrumen reliabel.
2. Jika nilai *cronbach's alpha* $< 0,6$, instrumen tidak reliabel.

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Hasil
X1	0,638	Reliabel
X2	0,641	Reliabel
Y	0,764	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2023

3.9 Teknik Analisis Data

Sebuah penelitian yang sudah berhasil mengumpulkan data yang dibutuhkan, selanjutnya akan melakukan tahap pengolahan data. Pada penelitian kuantitatif,

data tersebut akan diolah dan dianalisis menggunakan beberapa pengujian sehingga dapat menunjukkan hasil atas hubungan antara variabel bebas (X) dan terikat (Y). Pada akhirnya, akan ditemukan simpulan atas pengujian pada hipotesis yang ada.

3.9.1 Analisis Kuantitatif Verifikatif

Menurut Yuliara (2016), untuk melakukan peramalan nilai variabel bebas yang sudah diketahui, analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Regresi linear berganda adalah metode persamaan yang menunjukkan hubungan antara satu variabel terikat (Y) terhadap dua atau lebih variabel bebas (X1, X2, X3, dst). Berdasarkan teori tersebut, penelitian ini akan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Di samping itu, sebelum melakukan analisis regresi linear berganda, perlu dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu yang terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.9.1.1 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018) uji normalitas diperlukan untuk menguji apakah model regresi, variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya sudah terdistribusi dengan normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Metode tersebut memiliki ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, nilai residual berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, nilai residual tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk mengukur apakah dalam model regresi yang digunakan terdapat korelasi antar variabel bebas yang diteliti (Ghozali, 2018). Hasil uji multikolinearitas dapat diambil menggunakan nilai toleransi dan nilai VIF sebagai berikut:

- a. Uji multikolinearitas berdasarkan nilai toleransi:
 - 1) Jika toleransi $> 0,10$, model regresi tidak terjadi multikolinieritas.
 - 2) Jika toleransi $< 0,10$, model regresi terjadi multikolinearitas.

- b. Uji multikolinearitas berdasarkan nilai VIF:
 - 1) Jika nilai VIF < 10,00, tidak terjadi multikolinearitas.
 - 2) Jika nilai VIF > 10,00, terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menilai apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variasi dari nilai residual satu ke nilai residual lainnya. Jika variasi dari nilai antar residual bersifat tetap, disebut homoskedastisitas, tetapi jika variasi dari nilai antarresidual berbeda, dapat dikatakan heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *glejser* adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari > 0,05, simpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- 2) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari < 0,05, simpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

3.9.1.2 Uji Hipotesis

1. Uji Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2018), analisis regresi linear berganda adalah sebuah alat yang digunakan untuk memprediksi nilai pengaruh dua variabel bebas terhadap variabel terikat, apakah nilainya meningkat atau menurun. Fungsi dari model regresi ini adalah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots$$

(Yuliara, 2016)

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b₁, b₂ : Koefisien Regresi

X₁ : Citra Merek

X₂ : Harga

2. Uji T

Uji T atau dapat disebut dengan uji pengaruh parsial (sendiri) adalah pengujian yang memiliki tujuan untuk melihat apakah variabel bebas (X)

memengaruhi variabel terikat (Y) secara parsial (sendiri) (Darma, 2021). Dasar pengambilan keputusan dalam uji T, yaitu:

- a. Menggunakan nilai profitabilitas signifikansi
 - 1) Jika tingkat signifikansi $> 0,05$, dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - 2) Jika tingkat signifikansi $< 0,05$, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b. Membandingkan t hitung dengan t tabel
 - 1) Jika t hitung $>$ t tabel, H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - 2) Jika t hitung $<$ t tabel, H_0 diterima dan H_a ditolak.
3. Uji F

Darma (2021) menjelaskan bahwa uji F merupakan metode pengujian untuk menilai apakah ada atau tidak adanya pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara simultan (bersama-sama). Dasar pengambilan keputusan dalam uji F, yaitu:

- a. Menggunakan nilai profitabilitas signifikansi
 - 1) Jika tingkat signifikansi $> 0,05$, H_0 diterima dan H_a ditolak.
 - 2) Jika tingkat signifikansi $< 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - b. Membandingkan f hitung dengan f tabel
 - 1) Jika f hitung $>$ f tabel, H_0 ditolak dan H_a diterima.
 - 2) Jika f hitung $<$ f tabel, H_0 diterima dan H_a ditolak.
4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2018) menerangkan bahwa koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk menentukan seberapa jauh model regresi dapat menjelaskan variasi variabel terikat (Y). Nilai koefisien determinasi terdapat antara nilai nol dan satu. Makin besar (mendekati satu) nilai R^2 , variabel-variabel bebas (X) makin dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dengan luas untuk memprediksi variasi variabel terikat (Y). Begitu pun sebaliknya. Terdapat beberapa kategori untuk menentukan seberapa kuat kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat (Y) yaitu:

- a. Jika nilai *R square* 0,000—0,199 = sangat lemah
- b. Jika nilai *R square* 0,200—0,399 = lemah

- c. Jika nilai *R square* 0,400—0,599 = cukup kuat
- d. Jika nilai *R square* 0,600—0,799 = kuat
- e. Jika nilai *R square* 0,800—1,000 = sangat kuat