

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di salah satu *wedding organizer* yang ada di Kota Bandung, yaitu Megrashy Wedding Planner yang beralamat di Jl. Buah Batu No.92A, Malabar, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat, 40262. Megrashy Wedding Planner memiliki pengalaman bergerak di bidang penyelenggaraan acara pernikahan yang telah berdiri lebih dari 13 tahun, beberapa jenis pernikahan tradisional di Indonesia yang pernah diselenggarakan oleh Megrashy antara lain: Batak, Minang, Palembang, Sunda, hingga Bugis. Tidak hanya pernikahan tradisional, Megrashy juga menyelenggarakan jenis pernikahan Internasional.

Pemilihan lokasi penelitian ini didasari oleh pengamatan dan pengalaman pribadi penulis pada saat melakukan program magang dan dilihat dari jumlah konsumen yang secara fluktuatif menurun dalam beberapa tahun terakhir, yang mana salah satunya disebabkan oleh faktor pandemi. Hal ini berdasarkan data pada jumlah event yang telah diselenggarakan oleh Megrashy Wedding Planner setelah masa pandemi berakhir dan masih terjadi penurunan jumlah pasangan yang menikah dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Sehingga permasalahan ini cocok untuk diambil sebagai objek penelitian berdasarkan citra perusahaan yang berpengaruh dalam keputusan pembelian.

3.2 Desain Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, teori serta variabel penelitian, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sugiyono (2018:13) menyatakan penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme (data konkrit) digunakan pada populasi atau sampel tertentu. Sugiyono (2017:147) juga menyatakan bahwa analisis deskriptif merupakan analisis yang dibuat oleh individu atau kelompok untuk menggambarkan sebuah informasi yang bermanfaat dalam menganalisis data suatu penelitian namun tidak mencapai sebuah kesimpulan yang lebih luas.

Penelitian ini memiliki dua variabel yaitu citra perusahaan sebagai variabel bebas (X) dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y). Variabel bebas biasanya juga disebut sebagai variabel independen dan variabel terikat biasanya disebut sebagai variabel dependen. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana, hal ini dikarenakan hanya terdapat satu variabel bebas yakni citra perusahaan.

3.3 Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan nilai yang berasal dari objek atau aktivitas yang memiliki bermacam-macam variasi tertentu yang nantinya akan dipelajari oleh peneliti untuk dapat ditarik sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2010:38).

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

| Variabel Penelitian | Dimensi | Indikator | No Item | Skala |
|--|-------------|--|---------|---------|
| Citra Perusahaan (Kotler dan Keller, 2013) | Personality | Megrashy Wedding Planner merupakan perusahaan yang terpercaya | 1 | Ordinal |
| | | Megrashy Wedding Planner merupakan perusahaan yang bertanggung jawab | 2 | Ordinal |
| | Reputasi | Megrashy Wedding Planner memiliki kinerja yang baik | 3 | Ordinal |
| | | Megrashy Wedding Planner maksimal dalam melayani konsumen | 4 | Ordinal |
| | Nilai | Megrashy Wedding Planner memiliki pelayanan yang memuaskan | 5 | Ordinal |

| | | | | |
|---|---|---|----|---------|
| | | Megrashy Wedding Planner cepat tanggap dalam melayani konsumen | 6 | Ordinal |
| | Identitas Perusahaan | Megrashy Wedding Planner memiliki logo yang unik dan mudah diingat | 7 | Ordinal |
| | | Megrashy Wedding Planner memiliki warna logo yang unik dan mudah diingat | 8 | Ordinal |
| | | Megrashy Wedding Planner memiliki slogan yang unik dan mudah diingat | 9 | Ordinal |
| Keputusan pembelian (Kotler dan Amstrong, 2008) | Kemantapan pada sebuah produk atau jasa | Memutuskan menggunakan Megrashy Wedding Planner setelah mencari informasi | 10 | Ordinal |
| | | Memutuskan menggunakan Megrashy Wedding Planner setelah melakukan evaluasi terhadap WO lain | 11 | Ordinal |
| | | Memutuskan menggunakan Megrashy Wedding Planner karena yakin merupakan keputusan yang tepat | 12 | Ordinal |
| | Rekomendasi | Memutuskan menggunakan Megrashy Wedding Planner setelah direkomendasikan oleh orang lain | 13 | Ordinal |

| | | | | |
|--|---------------------------------------|---|----|---------|
| | Sesuai dengan keinginan dan kebutuhan | Menggunakan Megrashy Wedding Planner karena keinginan | 14 | Ordinal |
| | | Menggunakan Megrashy Wedding Planner karena sesuai dengan kebutuhan | 15 | Ordinal |

Sumber: diolah oleh peneliti (2024)

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dari mana suatu data dapat diperoleh, hal ini diungkapkan oleh Suharsimi Arikunto (2013:172). Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Adapun penjelasan mengenai dua sumber data tersebut, yaitu:

3.4.1 Data Primer

Sugiyono (2018:456) menyatakan data primer sebagai sumber data yang memberikan data secara langsung kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan data dari konsumen yang telah pernah menggunakan jasa Megrashy Wedding Planner dengan cara menyebarkan kuesioner yang berisi penilaian mengenai citra perusahaan dan memutuskan untuk mengambil sebuah keputusan pembelian dalam menggunakan jasa dari Megrashy Wedding Planner

3.4.2 Data Sekunder

Sugiyono (2018:456) menyatakan data sekunder sebagai sumber data yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data, seperti melalui orang lain atau melalui dokumen. Berikut jenis data sekunder yang penulis kumpulkan guna untuk melengkapi penelitian ini, yaitu:

Tabel 3. 2 Jenis dan Sumber Data

| No. | Data | Jenis Data | Sumber Data |
|-----|--|------------|--|
| 1 | Jumlah konsumen Megrashy Wedding Planner tahun 2018-2022 | Sekunder | Manajemen Megrashy Wedding Planner |
| 2 | Tanggapan konsumen terkait penilaian citra perusahaan Megrashy Wedding Planner | Primer | Kuesioner yang disebar oleh penulis kepada konsumen yang menggunakan jasa Megrashy Wedding Planner tahun 2018-2022 |
| 3 | Tanggapan konsumen terkait keputusan pembelian pada Megrashy Wedding Planner | Primer | kepada konsumen yang menggunakan jasa Megrashy Wedding Planner tahun 2018-2022 |

Sumber: diolah oleh peneliti (2023)

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek dengan jumlah atau kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti sehingga kemudian dapat ditarik sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2019:80). Dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan data yang diambil pada lokasi penelitian yang akan diteliti.

Berdasarkan kesimpulan pengertian tersebut, jumlah populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa Megrashy Wedding Planner.

3.5.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2018:118) merupakan sebagian dari populasi yang merupakan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Mudrajad Kuncoro (2014:116) menyatakan sampel sebagai suatu kumpulan bagian

dari unit atau sebagian populasi yang dijadikan sumber data. Besar suatu sampel sangat dipengaruhi oleh banyak faktor, salah satunya tujuan penelitian.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah beberapa orang yang dipilih berdasarkan populasi yang ditentukan, yaitu konsumen yang telah pernah menggunakan jasa Megrashy Wedding Planner pada tahun 2018 – 2022 dengan total 470 pasangan yang ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel/responden

N = Ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir (10%)

Berdasarkan perhitungan tersebut, penelitian ini memperoleh ukuran sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{470}{1 + 470(0,1)^2}$$

$$n = \frac{470}{1 + 470(0,01)}$$

$$n = \frac{470}{1 + 4,7}$$

$$n = \frac{470}{5,7}$$

$$n = 82,45$$

Dari hasil perhitungan tersebut maka untuk ukuran sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 82 pasangan sebagai responden.

3.6 Instrumen Penelitian

Sugiyono (2013) mengungkapkan instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Selain itu Purwanto (2018) mendefinisikan instrumen penelitian sebagai alat yang pada dasarnya digunakan untuk mengumpulkan data dalam proses penelitian. Adapun alat pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini meliputi observasi, studi literatur, dan kuesioner.

Kuesioner menurut Sugiyono (2016) adalah seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dapat dijawab.

Kuesioner dapat digunakan untuk mengumpulkan informasi mengenai pemikiran, perasaan, keyakinan, persepsi, nilai, kepribadian, dan sikap responden (Trislianto, 2020:343). Adapun dalam penelitian ini penyebaran kuesioner menggunakan *Google Form* yang akan disebar melalui media sosial Instagram kepada konsumen yang telah menggunakan jasa Megrashy Wedding Planner periode tahun 2018 – 2022.

Pada kuesioner ini penulis menuliskan beberapa pertanyaan mengenai profil responden yaitu identitas seperti jenis kelamin, usia, profesi atau pekerjaan, penghasilan. Kemudian pertanyaan mengenai penilaian terhadap Megrashy Wedding Planner seperti alasan memilih, kualitas pelayanan yang diberikan, awal mengetahui WO tersebut, dan sebagainya.

Penulis menggunakan skala likert sebagai tolak ukur pilihan jawaban untuk para responden dalam mengisi kuesioner. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012:93). Skala likert pada penelitian ini memiliki pilihan jawaban mulai dari 1 sampai 5, masing-masing angka diartikan sebagai jawaban sangat tidak setuju hingga sangat setuju, yang dijelaskan sebagai berikut:

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat setuju.

3.7 Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik dalam pengambilan sampel (Sugiyono, 2018:128). Dalam menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang dapat digunakan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu (Sugiyono, 2016:85). Teknik ini dipilih karena untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan beberapa kriteria yang dibutuhkan.

Dalam penelitian ini kriteria yang dijadikan acuan bagi responden adalah konsumen yang telah pernah menggunakan jasa Megrashy Wedding Planner pada periode tahun 2018 – 2022. Kuesioner akan disebar secara *online* melalui *direct message* media sosial *Instagram* pada akun yang foto pernikahannya diposting oleh Megrashy atau akun yang menandai *Instagram* Megrashy pada sebuah postingan. Dengan salah satu syarat yang menjadi acuan yaitu pasangan yang menikah pada tahun 2018-2022 dengan dilihat dari tanggal postingan tersebut. Sesuai dengan perhitungan sampel pada rumus Slovin, maka kuesioner akan dibagikan kepada 82 orang konsumen.

3.8 Teknik Pengambilan Data

Ridwan (2010) menyatakan bahwa teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, selain itu Sugiyono (2013) mendefinisikan teknik pengumpulan data sebagai proses untuk mendapatkan data dengan langkah atau cara yang paling strategis dalam penelitian. Terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan dalam mengumpulkan data dan masing-masing teknik memiliki fungsi yang berbeda dimana nantinya digunakan untuk mencapai keberhasilan dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang memiliki ciri yang spesifik dibandingkan teknik pengumpulan data yang lain (Sugiyono, 2018:229). Observasi pada penelitian ini dilakukan secara langsung dilapangan yaitu di Kantor Megrashy Wedding Planner untuk mengumpulkan data-data yang objektif dan akurat. Selain itu peneliti melakukan observasi dengan melihat media sosial yang dimiliki oleh Megrashy seperti *Instagram* dan *Tiktok* sebagai media membangun citra yang baik untuk meningkatkan konsumen.

2. Studi Literatur

Studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang sehubungan dengan metode pengumpulan data Pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah data atau bahan penelitian (Zed, 2008:3). Pada penelitian ini peneliti menggunakan jurnal, internet, dan skripsi terdahulu sebagai bahan riset teori mengenai citra perusahaan serta keputusan pembelian.

3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.9.1 Uji Validitas

Validitas menurut Azwar (1986) adalah sejauh mana suatu alat ukur dapat memiliki ketepatan dan kecermatan dalam melakukan fungsi pengukuran. Validitas juga memiliki pengertian sebagai suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti (Cooper dan Schindler dalam Zulganef, 2006). Sedangkan menurut Ghazali (2009) uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner.

Pada penelitian ini rumus yang digunakan untuk memvalidasi suatu instrumen menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Pearson, yaitu

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

Keterangan :

- r : Nilai koefisien validitas pada item yang dicari
- x : Total skor item yang dicapai subjek
- y : Total skor keseluruhan
- Σx : Keseluruhan skor dari distribusi X
- Σy : Keseluruhan skor distribusi Y
- Σx^2 : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- Σy^2 : Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- N : Jumlah responden

Berikut ketentuan yang digunakan untuk menentukan apakah instrumen valid atau tidak valid:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen tersebut dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Dengan tingkat signifikansi $0,50 = 5\%$ dan derajat kebebasan ($Df = n-2$) penulis mengambil sampel yang terdiri dari 15 responden untuk melakukan uji validitas, maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,514. Pengujian validitas tersebut menggunakan program IBM SPSS *Statistics 25.0 for MacOS*. Dari hasil uji validitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas

| No | Pernyataan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|-----------------------------|--|----------|---------|------------|
| Citra Perusahaan (X) | | | | |
| 1 | Megrashy Wedding Planner merupakan perusahaan yang terpercaya | 0,702 | 0,514 | Valid |
| 2 | Megrashy Wedding Planner merupakan perusahaan yang bertanggung jawab | 0,551 | 0,514 | Valid |
| 3 | Megrashy Wedding Planner memiliki kinerja yang baik | 0,692 | 0,514 | Valid |
| 4 | Megrashy Wedding Planner maksimal dalam melayani konsumen | 0,702 | 0,514 | Valid |
| 5 | Megrashy Wedding Planner memiliki pelayanan yang memuaskan | 0,858 | 0,514 | Valid |
| 6 | Megrashy Wedding Planner cepat tanggap dalam melayani konsumen | 0,703 | 0,514 | Valid |
| 7 | Megrashy Wedding Planner memiliki logo yang unik dan mudah diingat | 0,904 | 0,514 | Valid |
| 8 | Megrashy Wedding Planner memiliki warna logo yang unik dan mudah diingat | 0,904 | 0,514 | Valid |

| | | | | |
|--------------------------------|---|-------|-------|-------|
| 9 | Megrashy Wedding Planner memiliki slogan yang unik dan mudah diingat | 0,942 | 0,514 | Valid |
| Keputusan Pembelian (Y) | | | | |
| 10 | Memutuskan menggunakan Megrashy Wedding Planner setelah mencari informasi | 0,756 | 0,514 | Valid |
| 11 | Memutuskan menggunakan Megrashy Wedding Planner setelah melakukan evaluasi terhadap WO lain | 0,946 | 0,514 | Valid |
| 12 | Memutuskan menggunakan Megrashy Wedding Planner karena yakin merupakan keputusan yang tepat | 0,920 | 0,514 | Valid |
| 13 | Memutuskan menggunakan Megrashy Wedding Planner setelah direkomendasikan oleh orang lain | 0,937 | 0,514 | Valid |
| 14 | Menggunakan Megrashy Wedding Planner karena keinginan | 0,572 | 0,514 | Valid |
| 15 | Menggunakan Megrashy Wedding Planner karena sesuai dengan kebutuhan | 0,971 | 0,514 | Valid |

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Seperti yang ditunjukkan oleh tabel 3.2 bahwa pernyataan untuk setiap variabel citra perusahaan dan keputusan pembelian menunjukkan hasil yang valid karena setiap item pernyataan memenuhi syarat bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,514.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2018:48). Selain itu Sugiyono (2017:130) menyatakan uji reliabilitas sebagai sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Sumadi Suryabrata (2004:28) menyatakan bahwa uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan alat dapat dipercaya. Hasil pengukuran harus reliabel atau dapat dipercaya dan diandalkan.

Pada penelitian ini rumus yang digunakan untuk memvalidasi suatu instrumen menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, yaitu:

$$r_i = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

R : Reliabilitas instrument

K : Jumlah item pertanyaan

$\sum \alpha^2 b$: Jumlah semua variabel α

$\alpha^2 t$: Varian total

Dalam pengujian reliabilitas berdasarkan rumus *Cronbach Alpha* maka terdapat ketentuan dengan harus memenuhi syarat berikut:

1. Apabila *Cronbach Alpha* > 0,70 maka item pernyataan tersebut reliabel
2. Apabila *Cronbach Alpha* < 0,70 maka item pernyataan tersebut tidak reliabel

Pengujian reliabilitas tersebut menggunakan program IBM SPSS *Statistics 25.0 for MacOS*. Dari hasil uji validitas diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas

| No | Variabel | Cronbach Alpha | Koefisien | Kesimpulan |
|----|---------------------|----------------|-----------|------------|
| 1 | Citra Perusahaan | 0,906 | 0,70 | Reliabel |
| 2 | Keputusan Pembelian | 0,923 | 0,70 | Reliabel |

Sumber: Diolah oleh peneliti (2024)

Seperti yang ditunjukkan oleh tabel 3.2 bahwa pernyataan untuk setiap variabel citra perusahaan dan keputusan pembelian menunjukkan hasil yang reliabel karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,70 yang mana variabel citra perusahaan mendapatkan nilai 0,906 dan variabel keputusan pembelian mendapatkan nilai 0,923.

3.10 Teknik Analisis Data

Analisis data kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2018:13).

3.10.1 Teknik Analisis Data Deskriptif

Penelitian dengan menggunakan analisis data deskriptif adalah mendeskripsikan, meneliti, menjelaskan lalu menarik kesimpulan dari fenomena yang diamati dengan menggunakan angka-angka. Analisis deskriptif pada penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan, menyimpulkan dan menjelaskan variabel pada penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Adapun variabel penelitian ini yaitu:

1. Analisa deskriptif tentang citra perusahaan di Megrashy Wedding Planner
2. Analisa deskriptif tentang keputusan pembelian di Megrashy Wedding Planner.

Setelah data terkumpul maka dilakukan analisis dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Menyusun data
- b. Memeriksa kebenaran data
- c. Tabulasi data.

Tabulasi data diperlukan untuk menghitung distribusi pada suatu data agar dapat melihat karakteristik data yang telah didapat, dengan menggunakan rumus:

$$\% \text{ Total} = \frac{\text{skor aktual}}{\text{skor ideal}} \times 100\%$$

Keterangan:

Skor aktual : nilai keseluruhan pertanyaan dari jawaban responden penelitian

Skor ideal : nilai tertinggi jika responden memilih skor tertinggi pada responden penelitian.

Dari hasil perhitungan tersebut maka dibentuk kriteria kelompok sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Responden

| No | Kriteria Penafsiran | Keterangan |
|----|---------------------|--------------------|
| 1 | 0% | Tidak seorangpun |
| 2 | 1% - 25% | Sebagian kecil |
| 3 | 26% - 49% | Hamper setengahnya |
| 4 | 50% | Setengahnya |
| 5 | 51% - 75% | Sebagian besar |
| 6 | 76% - 99% | Hampir seluruhnya |
| 7 | 100% | Seluruhnya |

Variabel per dimensi diklasifikasikan dalam persentase dari 0% - 100% menggunakan analisis deskriptif dengan tahapan sebagai berikut (Sugiyono, 2018:177) :

Nilai Maksimum = Skor Tertinggi x Jumlah Item Pertanyaan x Jumlah Responden

Nilai Minimum = Skor Terendah x Jumlah Item Pertanyaan x Jumlah Responden

Jarak Interval = $\frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Jumlah Item Pertanyaan}}$

Dari hasil perhitungan tersebut maka secara garis kontinum dapat dikategorikan sebagai berikut:

| | | | | |
|---------------|--------|-------|--------|---------------|
| Sangat Rendah | Rendah | Cukup | Tinggi | Sangat Tinggi |
|---------------|--------|-------|--------|---------------|

Gambar 3. 1 Garis Kontinum

3.10.2 Teknik Analisis Data Verifikatif

Sugiyono (2013:8) menjelaskan analisis data verifikatif diartikan sebagai penelitian yang dilakukan terhadap populasi atau sampel tertentu dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Tujuan verifikatif merupakan kegiatan penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji atau membuktikan kebenaran dari pengetahuan yang telah ada sebelumnya.

3.10.2.1 Method of Success Interval (MSI)

Pada penelitian ini menggunakan skala likert yang nantinya akan menghasilkan data ordinal, selain itu dikarenakan pada penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier sederhana maka data ordinal yang terkumpul perlu diubah menjadi data interval dengan menggunakan teknik *Method of Success Interval* (MSI), dengan prosedur sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi (f) setiap jawaban responden sesuai kuesioner yang dibagikan
2. Berdasarkan hasil frekuensi yang didapat dari setiap pertanyaan maka dilakukan perhitungan proporsi (p) pada setiap jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden
3. Melakukan perhitungan proporsi kumulatif dari tiap pilihan jawaban
4. Menentukan nilai batas Z (table normal) untuk setiap pertanyaan dan jawaban
5. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban dengan menggunakan persamaan Scale Value (SV), sebagai berikut

$$SV = \frac{\text{density at lower limit} - (\text{density at upper limit})}{(\text{area under upper limit}) - (\text{area under lower limit})}$$

6. Menghitung nilai hasil transformasi untuk setiap pilihan jawaban dengan rumus:

$$\text{Nilai hasil transformasi} = \text{scale value minimum} + 1$$

3.11 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah suatu alat analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) (Sugiyono, 2011). Pada penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah citra perusahaan (X) dan variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y). Maka rumus yang digunakan menurut Sugiyono (2015) adalah:

$$Y = \alpha + bX$$

Keterangan:

Y : Subjek dalam variabel terikat (keputusan pembelian)

α : Konstanta (nilai dari Y apabila $X=0$)

b : Koefisien regresi (pengaruh positif atau actoro)

X : Variabel bebas (citra perusahaan)

Analisis regresi linier sederhana dapat digunakan untuk mengetahui arah dari hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat apakah negatif atau positif serta memprediksi nilai dari antar variabel mengalami kenaikan atau penurunan, seperti yang digambarkan pada gambar berikut:



Gambar 3. 2 Regresi Linier Sederhana

Keterangan:

X = Citra Perusahaan

Y = Keputusan Pembelian

Dalam melakukan uji regresi linear sederhana berdasarkan buku yang diterbitkan oleh Universitas Esa Unggul dengan judul “Uji Regresi Dengan SPSS” (2020) terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi yaitu:

Data harus valid dan reliabel dan berasal dari data primer

1. Data harus lulus uji asumsi dasar yang mencakup uji normalitas dan uji linieritas, tidak ada multikolinieritas dan heteroskedastisitas
2. Data yang digunakan memiliki skala interval atau rasio

3.12 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan analisis yang dilakukan untuk menilai apakah didalam sebuah model regresi linear sederhana terbebas dari masalah. Uji asumsi klasik yang sering digunakan antara lain adalah uji normalitas, uji linieritas, uji heteroskedastisitas dan uji korelasi

3.12.1 Uji Normalitas

Ghozali (2017:145) menyatakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang dianggap baik adalah memiliki distribusi

normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dengan metode grafik normal *Probability Plots* berikut:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. 2
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Data sampel selayaknya memenuhi kriteria nilai residual normal. Dalam analisis regresi linear syarat pertama yang perlu dilakukan yaitu data harus terdistribusi secara normal, adapun uji normalitas yang dilakukan pada penelitian menggunakan rumus uji *kolmogrov smirnov*, yaitu:

$$D = |Fs(x) - Ft(x)|_{max}$$

Keterangan:

$\rho < 0,05$ data tersebut terdistribusi tidak normal

$\rho > 0,05$ data tersebut terdistribusi secara normal

3.12.2 Uji Linieritas

Duwi (Priyatno, 2010: 42) menyatakan uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel yang akan dikenai prosedur analisis statistik menunjukkan hubungan yang linear atau tidak. Parameter yang biasanya digunakan dalam mendeteksi multikolinearitas yaitu nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF lebih besar dari 10 maka akan terjadi multikolinearitas dan sebaliknya.

3.12.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varian variabel pada model regresi (Ghozali, 2017:47). Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat pengujian. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Adapun uji heteroskedastisitas yang dilakukan pada penelitian menggunakan rumus uji *Glejser*, dengan dasar pengambilan keputusan:

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tidak terjadi heteroskedastisitas

2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data terjadi heteroskedastisitas.

3.12.4 Uji Korelasi

Uji korelasi merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui tingkat keeratan atau kuatnya hubungan antar variabel (Supranto dan Nandan, 2010:125). Lalu Suharyadi dan Purwanto (2011:218) mengungkapkan bahwa semakin besar nilai korelasi maka akan menunjukkan semakin eratnya hubungan antar variabel atau sebaliknya. Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji korelasi:

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka berkorelasi
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak berkorelasi

Selanjutnya dapat disimpulkan pada ketentuan-ketentuan untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi dilihat berdasarkan pedoman menurut Sugiyono (2015:184) :

Tabel 3. 6 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

| Nilai Koefisien | Klasifikasi |
|-----------------|--------------------|
| 0,00 – 0,199 | Tidak ada hubungan |
| 0,20 – 0,399 | Lemah |
| 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 0,80 – 1,000 | Sangat kuat |

Sumber: Sugiyono (2015:184)

3.12.5 Uji Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2015: 78) koefisien determinasi berganda atau R-square (R^2) adalah untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Rumus yang digunakan adalah:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Nilai Koefisien determinasi

r = Nilai Koefisien Korelasi

Yang menjadi kriteria analisis koefisien determinasi adalah:

1. Jika KD mendekati angka nol, maka pengaruh variabel X (bebas) terhadap variabel Y (terikat) lemah
2. Jika KD mendekati angka satu, maka pengaruh variabel X (bebas) terhadap variabel Y (terikat) kuat

3.13 Hipotesis

3.13.1 Uji T

Uji T adalah salah satu tes statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran atau kepalsuan hipotesis yang menyatakan bahwa diantara dua sampel yang diambil secara random dari populasi yang sama, tidak terdapat perbedaan yang signifikan (Sudjiono, 2010). Adapun rumus Uji T dalam penelitian adalah:

$$t = \frac{r \sqrt{n - 2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan:

T : Nilai uji T

r : Koefisien korelasi

n : Jumlah sampel

Hasil perhitungan ini selanjutnya dibandingkan dengan t tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Kriteria yang digunakan adalah:

1. Jika tingkat signifikansi < 0,05 (5%) maka, Ho ditolak dan Ha diterima.
2. Jika tingkat signifikansi > 0,05 (5%) maka, Ho diterima dan Ha ditolak.

Kriteria pengujian uji t hitung dan t tabel sebagai berikut:

1. Jika t hitung > t tabel, maka Ho ditolak artinya citra perusahaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian
2. Jika t hitung < t tabel, maka Ho ditolak artinya citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3.13.2 Uji F

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen berdampak pada variabel dependen. Analisis yang digunakan untuk menjelaskan uji f pada penelitian ini adalah ANOVA (Analysis of Variance) dengan menggunakan pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan F < 0,05 maka H⁰ ditolak dan H¹ diterima artinya citra perusahaan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian

2. Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H^0 diterima dan H^1 ditolak artinya variabel citra perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian