

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian eksplanasi dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Indriantoro dan Supomo, 2014).

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengukur pengaruhnya variabel independen yaitu Citra merek dan Persepsi kualitas terhadap variabel dependen yaitu Keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada pengguna kartu seluler merek Simpati. Adapun objek penelitian ini adalah pengguna kartu seluler merek Simpati di Kota Jombang dan tidak diketahui jumlah populasinya. Pengumpulan data dilakukan dengan metode penyebaran angket yang berisi pernyataan yang tiap item pernyataan berisi mengenai indikator dari variabel penelitian. Skala pengukuran penelitian adalah menggunakan skala Bipolar Adjective. Responden akan diminta memberikan penilaian terhadap setiap pernyataan yang terdapat didalam angket dengan mengisi angka 1 berarti sangat tidak setuju sampai dengan angka 10 yang berarti sangat setuju. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS.

1.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1.2.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua variabel independen yaitu citra merek (X1) dan persepsi kualitas (X2) serta variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y)

1.2.2 Definisi Operasional

1. Keputusan Pembelian

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh (Kotler dan Keller, 2007) dalam penelitian ini keputusan pembelian didefinisikan sebagai sebuah proses yang dilakukan konsumen dalam memutuskan membeli produk kartu seluler Simpati yang diukur menggunakan indikator dari (Solomon, 2009) yang meliputi :

a. Problem Recognition

Konsumen menyadari bahwa konsumen membutuhkan kartu seluler sebagai alat untuk memudahkan berkomunikasi dan yang mampu memberikan nilai manfaat sesuai yang di harapkan konsumen

b. Information Search

Konsumen mencari informasi tentang merek-merek kartu seluler terbaik yang sesuai dengan kebutuhannya melalui teman dan informasi dari penjual kartu seluler Simpati.

c. *Evaluation of Alternatives*

Persepsi konsumen untuk membandingkan berbagai alternatif merek kartu seluler. Hal ini konsumen akan mempertimbangkan kualitas layanan yang diberikan, kecepatan data internet dan lain- lain

d. *Product Choice*

Persepsi konsumen tentang keyakinan konsumen menggunakan produk kartu Simpati dan konsumen tetap menggunakan kartu Simpati setelah mengetahui kinerja produk Simpati

2. Citra Merek

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh (Evelina, Handoyo dan Listyorini, 2012) dalam penelitian ini citra merek didefinisikan sebagai persepsi konsumen terhadap merek produk kartu seluler Simpati berdasarkan informasi yang diperoleh konsumen dan pengalaman konsumen atas merek produk kartu seluler Simpati yang diukur menggunakan indikator dari (Aaker dan Biel, 2009) yang meliputi :

a. Citra Perusahaan (*Corporation Image*)

Persepsi konsumen tentang upaya Telkomsel sebagai perusahaan penghasil kartu seluler Simpati dalam meningkatkan citra positif kartu seluler Simpati, upaya yang dilakukan Telkomsel

bisa berupa perbaikan berkelanjutan tentang produk yang ditawarkan.

b. Citra Produk (*Product Image*)

Persepsi konsumen terhadap keunggulan yang dimiliki kartu seluler Simpati dibandingkan merek lain

c. Citra Konsumen (*User Image*)

Persepsi konsumen tentang pengguna kartu seluler Simpati secara umum

3. Persepsi Kualitas

Mengacu pada konsep yang dikemukakan oleh (Tjiptono, 2012) dalam penelitian ini persepsi kualitas didefinisikan sebagai persepsi konsumen terhadap keseluruhan keunggulan produk Simpati yang ditinjau dari segi fungsinya dengan produk lainnya, yang diukur menggunakan indikator dari (Garvin, 1988) yaitu :

a. Kinerja

Persepsi konsumen tentang fungsi utama kartu Simpati sebagai penyedia layanan pulsa telepon dan SMS dan paket data internet yang digunakan untuk kegiatan di sosial media dan berkomunikasi melalui telepon dan SMS

b. Keandalan

Persepsi konsumen tentang keunggulan yang dimiliki kartu Simpati. seperti kartu Simpati mampu digunakan dengan baik

disegala tempat, memiliki jangkauan sinyal lebih luas, kartu Simpati memiliki sinyal yang kuat dan stabil

c. *Features*

Pesepsi konsumen tentang fasilitas, bonus serta banyaknya pilihan paket data yang diberikan Simpati sesuai dengan harapan konsumen.

d. Kesesuaian

Persepsi konsumen tentang fasilitas dan spesifikasi yang ditawarkan kartu Simpati sesuai dengan apa yang didapatkan konsumen

e. Daya tahan

Persepsi konsumen tentang Kartu Simpati memiliki keistimewaan yang tahan lama dan tidak mudah rusak

f. Kegunaan

Persepsi konsumen tentang proses pengaktifan dan penggunaan kartu seluler Simpati

Tabel 3.1
Kisi – Kisi Pengembangan Instrumen

Variabel	Indikator	Item	Sumber
Keputusan Pembelian (Y)	<i>Problem recognition</i>	1. Konsumen membutuhkan kartu seluler untuk berkomunikasi 2. Konsumen membutuhkan kartu seluler yang mampu memberi nilai manfaat sesuai yang di harapkan	(Solomon, 2009)

Tabel 3.1 Lanjutan

	<i>Information search</i>	<p>3. Konsumen mencari informasi kartu Simpati melalui teman</p> <p>4. Konsumen mencari informasi melalui penjual kartu simpati</p> <p>5. Konsumen mencari informasi melalui internet</p>	
	<i>Evaluation of Alternatives</i>	<p>6. Kartu Simpati memberikan layanan terbaik dibandingkan kartu seluler merek lain</p> <p>7. Kartu Simpati memiliki kecepatan data internet terbaik dibandingkan kartu seluler merek lain</p>	
	<i>Product Choice</i>	<p>8. Konsumen merasa yakin menggunakan produk kartu Simpati</p> <p>9. Konsumen tetap menggunakan kartu Simpati setelah mengetahui kinerja produk Simpati</p>	
Citra Merek (X1)	Citra perusahaan	<p>10. Telkomsel merupakan perusahaan kartu seluler terbaik di Indonesia .</p> <p>11. Telkomsel memiliki jaringan perusahaan terluas di Indonesia</p>	(Aaker dan Biel, 2009)

Tabel 3.1 Lanjutan

	Citra Produk	<p>12. Kartu Simpati merupakan kartu seluler dengan kualitas sinyal terkuat</p> <p>13. Kartu Simpati merupakan kartu seluler dengan kecepatan data internet terbaik</p>	
	Citra Pemakai	<p>14. Pengguna Simpati kartu dipersepsikan memiliki status sosial menengah keatas.</p> <p>15. Pengguna Simpati kartu dipersepsikan dengan konsumen kalangan pekerja</p>	
Persepsi Kualitas (X2)	Kinerja(fungsi)	<p>16. Kartu Simpati dapat digunakan untuk berkomunikasi melalui telepon atau SMS dengan lancar</p> <p>17. Paket data internet yang ditawarkan Simpati dapat digunakan untuk kegiatan sosial dengan lancar</p>	(Garvin, 1988)
	Kehandalan	<p>18. Kartu Simpati mampu digunakan dengan baik disegala tempat</p> <p>19. Kartu simpati memiliki Jangkauan sinyal lebih luas</p> <p>20. Kartu Simpati memiliki sinyal yang kuat dan stabil</p>	

Tabel 3.1 Lanjutan

	<i>Features</i>	<p>21. Kartu Simpati memiliki fasilitas sesuai dengan kebutuhan konsumen</p> <p>22. Kartu simpati Memiliki banyak pilihan paket data internet sesuai dengan kebutuhan konsumen</p> <p>23. Kartu Simpati banyak memberikan bonus berupa sms, telepon dan paket data</p>	
	Kesesuaian	<p>24. Kinerja kartu seluler Simpati sesuai dengan yang ditawarkan produsen</p> <p>25. Jumlah paket data internet yang ditawarkan sesuai dengan kegunaan aslinya</p> <p>26. Fasilitas promo yang ditawarkan Kartu Simpati benar-benar dirasakan oleh konsumen setelah menggunakannya</p>	
	Daya tahan	<p>27. Kartu Simpati memiliki sinyal tahan disegala cuaca</p> <p>28. Kartu chip Simpati tidak mudah rusak</p>	
	Kegunaan	<p>29. Kartu seluler Simpati mudah dipasang</p> <p>30. Proses pengaktifan kartu Simpati mudah</p>	

Sumber: (Solomon, 2009), (Aaker dan Biel, 2009), (Garvin, 1988)

1.3 Uji Instrumen

1.3.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam mengukur apa yang seharusnya diukur agar pengukuran sesuai dengan Sasarannya (Hartono, 2013). Uji validitas didalam penelitian ini digunakan untuk mengukur apakah angket yang dibuat oleh peneliti sudah benar-benar mampu mengukur apa yang hendak peneliti ukur. Jika hasil uji kemaaknaan dengan r menunjukkan r - hitung $>0,3$ dinyatakan valid (Sugiyono, 2007). Untuk mengukur derajat hubungan antara dua variabel dinamakan dengan *pearson product Moment* atau disimbolkan dengan huruf r . Teknik korelasi produk moment menggunakan perhitungan sebagai berikut (Morissan, 2014) :

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2 - (\sum X)^2)\}\{n (\sum Y^2 - (\sum Y)^2)\}}}$$

Dimana : r = korelasi

X = Skor item X

Y = total item Y

N = banyaknya sampel dalam penelitian

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan rumus *Pearson Product Moment*. Perhitungan uji validitas tersebut menggunakan bantuan SPSS for Windows 24, Berikut tabel 3.2 merupakan hasil uji validitas per item pernyataan dengan jumlah responden 30 orang :

Tabel 3.2
Hasil Pengujian Validitas

No	Variabel	r hitung	r kritis	Keterangan
1	Keputusan Pembelian	0,396	0,3	Valid
2		0,527	0,3	Valid
3		0,314	0,3	Valid
4		0,689	0,3	Valid
5		0,428	0,3	Valid
6		0,698	0,3	Valid
7		0,545	0,3	Valid
8		0,641	0,3	Valid
9		0,513	0,3	Valid
10	Citra Merek	0,752	0,3	Valid
11		0,655	0,3	Valid
12		0,786	0,3	Valid
13		0,752	0,3	Valid
14		0,823	0,3	Valid
15		0,792	0,3	Valid
16	Persepsi Kualitas	0,624	0,3	Valid
17		0,754	0,3	Valid
18		0,581	0,3	Valid
19		0,525	0,3	Valid
20		0,578	0,3	Valid
21		0,630	0,3	Valid
22		0,692	0,3	Valid
23		0,440	0,3	Valid
24		0,423	0,3	Valid
25		0,632	0,3	Valid
26		0,387	0,3	Valid
27		0,479	0,3	Valid
28		0,618	0,3	Valid
29		0,651	0,3	Valid
30	0,665	0,3	Valid	

Sumber: Data Primer Diolah, 2018

Tabel 3.2 menunjukkan bahwa dari hasil pengujian validitas sebanyak 30 Responden menunjukkan korelasi masing-masing indikator terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa r hitung $>0,30$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid dan layak untuk dijadikan sebagai alat ukur dan

selanjutnya angket dapat disebar sebanyak 97 responden sesuai dengan hasil perhitungan sampel.

1.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan stabilitas dan konsistensi dari suatu instrumen yang mengukur suatu konsep dan berguna untuk mengakses kebaikan dari suatu pengukur (Hartono, 2013). Penggunaan uji reliabilitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah responden menjawab pernyataan-pernyataan dalam angket secara konsisten atau tidak. Formula yang digunakan dalam pengujian ini adalah *Cronbach Alpha* (Suharsimi, 2006)

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum a_b^2}{a_1^2} \right]$$

Dimana :

r_{11} = reliabilitas instrumen

K= banyaknya butir pertanyaan

$\sum a_b^2$ = varian total

a_1^2 = jumlah varian item

jika nilai koefisien $\alpha \geq 0,6$ maka dapat dinyatakan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliabel (Suharsimi, 2006). Hasil pengujian reliabilitas dengan jumlah responden sebanyak 30 orang untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel 3.3 di bawah ini :

Tabel 3.3
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	r Kritis	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	0,638	0,6	Reliabel
Citra Merek (X1)	0,855	0,6	Reliabel
Persepsi Kualitas(X2)	0,844	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah,2018

Tabel 3.3 menunjukkan bahwa dari hasil pengujian reliabilitas sebanyak 30 Responden menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai di atas 0,6 sehingga dinyatakan semua variabel adalah reliabel, dan layak untuk dijadikan sebagai alat ukur dan selanjutnya angket dapat disebar sebanyak 97 responden sesuai dengan hasil perhitungan sampel.

1.4 Skala Pengukuran

Pada penelitian ini, peneliti akan memberikan angket kepada konsumen yang pernah menggunakan kartu seluler Simpati dengan maksud untuk memperoleh data yang kemudian dianalisis. Pernyataan yang tertera didalam angket diukur dengan menggunakan skala Bipolar Adjective. Skala Bipolar Adjective merupakan penyempurnaan dari *semantic scale* dengan maksud untuk mendapatkan respon berupa *intervally scaled data* (Ferdinand, 2014). Skala yang digunakan adalah rentang interval 1-10, angka 1 berarti sangat tidak setuju hingga angka 10 berarti sangat setuju.

1.5 Populasi dan Sampel

1.5.1 Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai semesta penelitian (Ferdinand, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna kartu seluler Simpati dengan kriteria yang berdomisili di Kota Jombang yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

1.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang memiliki karakteristik tertentu yang dianggap bisa mewakili populasi (Hasan, 2010). Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Penentuan jumlah sampel yang tidak diketahui jumlah populasinya adalah menggunakan rumus sebagai berikut (Wibisono, 2003) :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z_{α} = Nilai yang diperoleh dari tabel normalitas tingkat keyakinan

e = Kesalahan Penarikan Sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini sebesar 95% maka nilai Z 0,05 adalah 1,96 dan standar deviasi (σ)= 0,25. Tingkat kesalahan dalam

penarikan sampel ditentukan sebesar 5% atau 0,05 maka dengan menggunakan rumus tersebut dapat ditentukan jumlah sampelnya yaitu:

$$n = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2$$
$$= 96,04$$

Jadi berdasarkan perhitungan diatas besarnya nilai sampel sebesar 96,04 orang yang dibulatkan menjadi 97 orang

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel tersebut adalah menggunakan teknik non probability sampling yang sampelnya berjenis *Purposive Sampling*, *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Ferdinand, 2014). Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah pengguna kartu Simpati dan yang berdomisili di kota Jombang

1.6 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data interval berupa hasil jawaban responden terhadap pernyataan dalam angket dan data nominal yang berisi tentang karakteristik responden yang mencakup nama responden, jenis kelamin dan pekerjaan responden yang bersumber dari data primer dan melalui data sekunder berupa studi kepustakaan melalui buku, jurnal, artikel dan internet.

1.7 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan angket didalam proses pengumpulan data. angket yang disebarakan berupa pernyataan-pernyataan yang diukur dengan menggunakan skala Bipolar Adjektive. Angket tersebut berisikan tentang data

responden secara demografis dan berisikan pernyataan yang sesuai dengan indikator variabel penelitian.

1.8 Teknik Analisis Data

1.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui deskripsi empiris atau gambaran atas data yang dikumpulkan didalam penelitian (Ferdinand, 2014). Data yang diperoleh dari jawaban responden akan diinterpretasikan dengan rumus sebagai berikut (Ferdinand, 2014):

$$\text{Nilai Indeks} = ((\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5) + (\%F6 \times 6) + (\%F7 \times 7) + (\%F8 \times 8) + (\%F9 \times 9) + (\%F10 \times 10)) / 10$$

Berdasarkan rumus diatas jawaban responden berangkat dari angka 1 sampai 10, maka angka indeks akan dimulai dari angka 10 sampai dengan 100 rentang sebesar 90, dengan menggunakan kriteria *three-box method*, maka rentang 90 akan dibagi tiga sehingga menghasilkan rentang sebesar 30 sehingga akan digunakan untuk dasar interpretasi nilai indeks sebagai berikut (Ferdinand, 2014):

10.00-40 = rendah

40.01-70 = sedang

70.01-100 = Tinggi

1.8.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi merupakan analisi yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari variabel independen terhadap suatu variabel

dependen (Ferdinand, 2014). Pada analisis regresi linear berganda, variabel X (independen) yang diperhitungkan pengaruhnya terhadap variabel Y (dependen) harus lebih dari 1 variabel. Dalam penelitian ini variabel independen adalah Citra merek (X1), Persepsi Kualitas (X2) dan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y). Berdasarkan variabel di atas, maka rumus regresi bergandanya adalah (Hasan, 2010):

$$y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = variabel terikat yaitu dalam penelitian ini Keputusan Pembelian

α = Konstanta

X_1, X_2 = Variabel Bebas , yaitu citra merek (X1) dan Persepsi kualitas (X2).

B_1, B_2 = Parameter (koefisien) regresi

ε = variabel random error/galat/variabel pengganggu (disturbance term)

1.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah multikolinearitas, heteroskedastisitas, otokorelasi dan uji normalitas.

1.8.3.1 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan adanya hubungan yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel penjelas (bebas) dari model regresi ganda, kemudian Multikolinearitas digunakan dalam arti yang lebih luas, yaitu untuk terjadinya korelasi linear yang tinggi diantara variabel- variabel penjelas (Setiawan dan Kusri, 2010) .

Multikolonieritas dideteksi dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/\textit{tolerance}$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan multikoinearitas adalah nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≤ 10 (Ghozali, 2006)

1.8.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Homogenitas variansi dari *error* adalah salah satu asumsi regresi linear yang harus dipenuhi. Homoskedastisitas merupakan bahwa variansi dari *error* bersifat tetap atau disebut juga identik. Kebalikan dari homoskedastisitas adalah heteroskedastisitas yaitu dimana kondisi variasi erronya (Y) tidak identik (Setiawan dan Kusri, 2010). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dan nilai residualnya (SRESID). Jika titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti gelombang besar melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2006).

1.8.3.3 Uji Otokorelasi

Otokorelasi dalam konsep regresi linear berarti komponen errornya berkorelasi berdasarkan urutan waktu (pada data berskala), urutan ruang (pada data tampang lintang) atau korelasi pada dirinya sendiri (Setiawan dan Kusri, 2010). Penelitian ini dalam menguji Autokorelasi menggunakan uji Durbin-Watson. Uji Durbin-Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (first order autocorrelation) dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag di antara variabel independen. Apabila nilai Durbin-Watson (d) lebih besar daripada batas atas (d_U) dan lebih kecil dari nilai $4-d_U$, maka dapat dinyatakan tidak terdapat autokorelasi.

1.8.3.4 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2006). Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. melihat grafik normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika data menyebar disekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas tetapi jika data menyebar jauh dari arah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Model regresi yang dilakukan dalam penelitian seharusnya berdistribusi normal sehingga layak digunakan untuk pengujian secara statistik, untuk menguji kenormalan menggunakan uji Kolmogorov- Smirnov adapun dasar pengambilan keputusan dapat diukur dengan melihat angka probabilitasnya yaitu :

Jika probabilitas $>0,05$ maka distribusi dari populasi normal

Jika probabilitas $< 0,05$ maka populasi tidak berdistribusi normal

1.9 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data hasil observasi (Setiawan dan Kusri, 2010). Koefisien determinasi menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Semakin besar nilai determinasi (mendekati 1) , maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Sifat yang dimiliki determinasi adalah (Setiawan dan Kusri, 2010) :

1. Nilai R^2 selalu positif karena merupakan nisbah dari jumlah kuadrat :

$$\text{Nilai } R^2 = \frac{JK \text{ regresi}}{JK \text{ total terkoreksi}}$$

2. Nilai $0 \leq R^2 \leq 1$

$R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara x dan y, atau model yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y

$R^2 = 1$, garis regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna.

1.10 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang digunakan dalam penelitian memiliki pengaruh secara parsial atau tidak terhadap variabel dependen (Priyatno, 2013). Pada penelitian ini Uji t digunakan untuk menguji variabel Independen yaitu : Citra merek (X1) dan Persepsi kualitas (X2) apakah variabel tersebut memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

a. Pengujian Hipotesis

H0 : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara masing-masing variabel bebas yaitu citra merek (X1) dan persepsi kualitas(X2) terhadap keputusan pembelian(Y)

H1 : Ada pengaruh secara signifikan antara masing-masing variabel bebas yaitu citra merek (X1) dan persepsi kualitas(X2) terhadap keputusan pembelian(Y)

b. Mencari t hitung

Untuk mencari t hitung menggunakan rumus sebagai berikut (Morissan, 2014):

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

Keterangan :

R=koefisien korelasi

R^2 = Koefisien Determinasi

n = Banyaknya Sampel

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0.05 ditentukan sebagai berikut :

- a. H_0 : Diterima apabila nilai signifikansi $\alpha > 0,05$
- b. H_0 : Ditolak apabila nilai signifikansi $\alpha \leq 0,05$