

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian *assosiatif*, yaitu penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bekerja dengan angka, dimana hasil datanya berupa angka (skor atau nilai, peringkat atau frekuensi) yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel lain dengan syarat utamanya adalah sampel yang diambil harus *representatif* (dapat mewakili).¹ Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *survey* yang dilakukan untuk mendapatkan fakta atau data yang ada di lapangan. Tujuan dari penelitian *survey* adalah mendapat informasi yang akurat dan nyata mengenai citra merek, harga dan kualitas produk terhadap minat beli pada outlet Rabbani Cabang Jepara.²

B. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel merupakan bagian dari penelitian yang harus ditentukan sejak awal. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang karakteristiknya ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.³ Suatu populasi memiliki karakteristik tertentu yang sama dan memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah membeli dan menggunakan produk Rabbani di Outlet Rabbani cabang Jepara, jadi dalam penelitian ini jumlah populasinya adalah populasi tidak terbatas karena konsumen Rabbani tersebar luas dan tidak ada data atau catatan tentang konsumen.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil dengan cara-cara tertentu untuk diukur dan diamati penelitiannya, kemudian diambil kesimpulan yang dianggap mampu mewakili populasi. Hal ini karena peneliti tidak mungkin meneliti semua populasi, karena

¹ Masrukin. “*Metode Penelitian Kuantitatif*”. (Kudus: Media Ilmu Press, 2015), 5.

² Sidik Priadana dan Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*. 24.

³ Sidik Priadana dan Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*. 159.

keterbatasan dana, waktu, tenaga, dll. Sampel memiliki karakteristik dengan populasi itu sendiri. Nilai hitungan dari sampel disebut dengan statistik.⁴

Penelitian dengan pendekatan kuantitatif biasanya dilakukan dengan jumlah sampel yang ditentukan berdasarkan populasi yang ada. Pengambilan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus tertentu yang disesuaikan dengan jenis penelitian dan persamaan-persamaan yang ada. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling secara *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang ditentukan sendiri oleh peneliti.

Cara penarikan sampel yang digunakan yaitu *Accidental Sampling*, yaitu pengambilan sampel dari populasi yang tidak direncanakan terlebih dahulu sebelumnya, melainkan terjadi secara kebetulan dimana subjek tersedia saat penelitian data dilakukan. Pengambilan sampel semacam ini disebut dengan penarikan sampel secara kebetulan dari populasi.⁵ Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan rumus yang dikutip Sugiyono dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya sehingga dihasilkan perhitungan *Cochran* sebagai berikut:⁶

$$n = \frac{z^2 \frac{a^2}{2} p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel yang dibutuhkan.

z^2 = harga dalam kurva normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96.

P = peluang benar 50% = 0,5.

q = peluang salah 50% = 0,5.

e = tingkat kesalahan dalam sampel (sampling error), biasanya 5%.⁷

$$n = \frac{z^2 \frac{a^2}{2} p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{z \frac{0,05^2}{2} (0,5) \cdot (0,5)}{(0,1)^2}$$

⁴ Sidik Priadana, *Metode Penelitian Kuantitatif*. 159.

⁵ Sidik Priadana, *Metode Penelitian Kuantitatif*. 164.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008) 85.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 142-143.

$$n = \frac{(1,976)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Menurut pendapat Sugiyono menyatakan bahwa pembulatan bilangan keatas dianjurkan pada *perhitungan* yang menunjukkan hasil akhir berupa pecahan (terdapat koma). Dari hasil perhitungan tersebut, sampel yang digunakan untuk penelitian dibulatkan menjadi 100 orang responden.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah sesuatu yang menjadi fokus perhatian atau atribut atau jenis atau nilai seseorang atau nilai objek, atau kegiatan dengan variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti yang memberikan pengaruh dan mempunyai nilai untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel *Independen* (Variabel Bebas) yaitu suatu variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain. Variabel-variabel ini kadang-kadang disebut sebagai rangsangan, prediktor, dan anteseden yaitu variabel yang mempengaruhi, menyebabkan, atau mengakibatkan berkembangnya variabel terikat disebut sebagai variabel bebas.⁸ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah citra merek (X1), harga (X2), dan kualitas produk (X3).
2. Variabel *Dependen* (Variabel Tergantung) yaitu Variabel penelitian yang dikenal sebagai variabel dependen (terikat) adalah salah satu yang dinilai untuk memastikan kekuatan efek atau pengaruh variabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah minat beli (Y).

D. Variabel Operasional

Definisi operasional merupakan spesifikasi kegiatan peneliti dalam mengukur dan memanipulasi suatu variabel. Definisi operasional memberi batasan suatu variabel dengan merinci hal yang harus dikerjakan oleh peneliti untuk mengukur variabel tersebut.⁹

⁸ H. Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2015), 76-77.

⁹ Sidik Priadana, *Metode Penelitian Kuantitatif*. 14.

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti didefinisikan sebagai berikut:

1. Citra merek (X1)

Citra merek adalah persepsi tentang baik buruknya produk berdasarkan informasi dan pengalaman konsumen terhadap produk. Indikator citra merek pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Kekuatan produk.
- b) Keunikan produk.
- c) Kemampuan mengingat produk.¹⁰

2. Harga (X2)

Harga adalah persepsi tentang harga/biaya yang diterapkan untuk mendapatkan produk Rabbani. Indikator harga pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Keterjangkauan harga.
- b) Kesesuaian harga dengan kualitas.
- c) Daya saing harga.
- d) Kesesuaian harga dengan manfaat.¹¹

3. Kualitas produk

Kualitas produk adalah persepsi tentang semua ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk. Indikator kualitas produk pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) *Performance* (kinerja).
- b) *Durability* (daya tahan).
- c) *Conformance to specifications* (Kesesuaian dengan spesifikasi).
- d) *Reliability* (reliabilitas).
- e) *Aesthetics* (estetika).
- f) *Serviciability* (kemudahan reparasi).¹²

4. Minat beli

Minat beli adalah persepsi responden tentang tahap pengambilan keputusan dimana konsumen memiliki minat untuk membeli produk. Indikator minat beli pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Produk.
- b) Merek.
- c) Saluran pembelian.

¹⁰ Rangkuti Freddy. *The Power Of Brand Tehnik Mengelola Brand Equity Dan Strategi Pengembangan Merek* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2002), 20.

¹¹ Fandy tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi* . 156.

¹² Fandy tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi* . 76-77.

- d) Waktu pembelian.
- e) Jumlah pembelian.¹³

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode untuk mengumpulkan data atau informasi atau fakta yang ada di lapangan.¹⁴

Tujuan utama penelitian adalah untuk mendapatkan data. Hasil yang diperoleh dari penelitian adalah data empiris (teramati) yang *valid*, *reliabel* dan *objektif*. Jika data tersebut *reliabel* dan objektif maka data tersebut cenderung *valid*. Jika data tersebut *valid* pasti *reliabel* dan *objektif*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

1. Penelitian lapangan

Dalam penelitian lapangan menggunakan data primer, yaitu dengan pengumpulan data menggunakan pendekatan langsung pada objek penelitian (tidak melalui perantara).

a) Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian secara langsung dan sistematis. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi langsung terhadap outlet Rabbani cabang Gotri seperti berupa mengamati tata ruang toko, mengamati konsumen yang membeli di toko, mengamati aktivitas toko, kelengkapan peralatan toko, mengamati data penjualan toko, dll.

Pada penelitian ini, observasi dilaksanakan pada tanggal 20 maret 2023 sampai dengan 20 april 2023.

b) Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dimana pewawancara melakukan pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada yang diwawancarai agar memperoleh informasi yang dibutuhkan tentang permasalahan dalam penelitian.¹⁵ Teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada pihak Rabbani cabang Jepara guna menemukan jawaban dari permasalahan yang harus diteliti, pertanyaan diajukan kepada menejer Rabbani cabang Jepara dan karyawan toko Rabbani cabang Jepara. Wawancara dilakukan secara terstruktur dimana

¹³ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen*. 89-92.

¹⁴ Sidik Priadana, *Metode Penelitian Kuantitatif*. 34.

¹⁵ Sidik Priadana, *Metode Penelitian Kuantitatif*. 193.

pertanyaan tersebut telah disiapkan sebelum dilaksanakan wawancara dengan orang yang diwawancarai.

c) Kuisisioner

Kuisisioner disebut juga dengan angket atau *self administrated questioner* atau teknik pengumpulan data dengan mengirim daftar pertanyaan secara tertulis kepada responden untuk dijawab.¹⁶ Teknik pengumpulan data dengan memberikan link google form kuisisioner berisi pertanyaan yang berhubungan dengan masalah penelitian yang terjadi pada responden.

Dalam penelitian ini kuisisioner dibagi menjadi 2, yaitu kuisisioner untuk mengetahui karakteristik responden dan kuisisioner untuk mengetahui tentang pengaruh variabel citra merek, harga dan kualitas produk terhadap minat beli pada Outlet Rabbani Cabang Jepara.

Pertanyaan dibuat dalam bentuk angket dengan menggunakan skala likert. Skala Likert merupakan skala yang mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif yang digunakan untuk mengekspresikan sikap, pendapat dan persepsi atau pemahaman seseorang tentang objek citra merek, harga dan kualitas produk terhadap minat beli, kemudian jawaban dari responden diubah menjadi angka atau skor.¹⁷

Kuisisioner menjadi teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Kuisisioner dimaksudkan untuk mengetahui data di lapangan dari para konsumen. Kuisisioner yang digunakan adalah kuisisioner tertutup dimana pertanyaan tersebut telah disediakan jawaban pilihan, responden tinggal memilih salah satu dari lima jawaban yang telah disediakan. Jawaban kuisisioner tersebut antara lain sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.¹⁸

¹⁶ Sidik Priadana, *Metode Penelitian Kuantitatif*. 192.

¹⁷ Ikanita Novirina Sulistyari, “Analisis Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga”: 8.

¹⁸ Ikanita Novirina Sulistyari, “Analisis Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga”: 8.

Tabel 3.1
skala likert untuk jawaban kuesioner

No	Pertanyaan	Kode	Skor
1	Sangat setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak setuju	TS	2
5	Sangat tidak setuju	STS	1

Keterangan :

Untuk pertanyaan dengan jawaban “Sangat setuju (SS)” memiliki skor 5, untuk pertanyaan dengan jawaban “Setuju (S)” memiliki skor 4, untuk pertanyaan dengan jawaban “Netral (N)” memiliki skor 3, untuk pertanyaan dengan jawaban “Tidak setuju (TS)” memiliki skor 2, untuk pertanyaan dengan jawaban “Sangat tidak setuju (STS)” memiliki skor 1.

2. Penelitian Kepustakaan

Dalam penelitian kepustakaan ini menggunakan data sekunder yakni data yang diperoleh secara tidak langsung dari narasumber. Data penelitian ini berasal dari buku, jurnal terdahulu, dan internet atau dari penelitian sejenis yang pernah dilakukan guna memperoleh definisi dari teori yang digunakan dalam penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode dalam memproses data menjadi informasi.¹⁹ Data yang telah terkumpul selanjutnya dianalisis agar dapat menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS.

1. Uji Validitas

Hasil pengujian instrument dalam penelitian ini akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Setelah instrument teruji validitas dan reliabilitasnya, maka instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuisisioner dinyatakan aman apabila pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner dapat

¹⁹ Sidik Priadana, *Metode Penelitian Kuantitatif*. 34.

mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyalahi deskripsi dan gambaran tentang variabel yang dimaksud.²⁰ Uji validitas digunakan untuk mengkonfirmasi korelasi yang signifikan antar variabel. Pada uji validitas diajukan pertanyaan yang disusun berdasarkan pada variabel dan indikator, kemudian responden dapat memberikan persepsi atau suatu pendapat pada pertanyaan yang telah disebar oleh peneliti.

- Jika r hitung $>$ r tabel pernyataan tersebut valid.
- Jika r hitung $<$ r tabel pernyataan tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabel menunjukkan satu pengertian bahwa suatu instrument dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument data yang baik, maka berapa kali diambilpun akan tetap sama. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari konstruk atau variabel. Kuisisioner dinyatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas bertujuan mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan penelitian kedua atau lebih dengan permasalahan yang sama. Reliable menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu. Reliabel artinya dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60. Nilai 0,60 adalah nilai batas yang digunakan untuk menilai tingkat reliabilitas dapat diterima, walaupun angka tersebut bukanlah sebuah ukuran yang mati.²¹

3. Uji Prasyarat

Uji prasyarat diperlukan guna mengetahui apakah analisis data untuk uji hipotesis dapat dilanjutkan atau tidak. Uji prasyarat yang digunakan dalam penelitian meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

a) Uji normalitas

Uji normalitas berfungsi apakah dalam sebuah model regresi terdapat variabel dependen, variabel independen atautkah keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji

²⁰ Tukiran Taniredja, *Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2014), 53.

²¹ Tukiran Taniredja, *Penelitian Kuantitatif*, 43.

normalitas yang baik adalah model uji yang memiliki distribusi data normal ataupun mendekati normal.

Dalam hal ini, uji normalitas yang digunakan adalah analisis grafik normal *probability plot* yang diamati dengan melihat sebaran data (titik-titik) pada sumbu diagonal grafik atau histogram residualnya. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka menunjukkan pola distribusi normal. Dan jika data menyebar menjauhi garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka menunjukkan pola distribusi tidak normal.

Adapun cara lain untuk melihat normalitas dapat dilihat dengan menggunakan uji statistik *Kolmogrov-Smirnov*. Pengambilan keputusan uji *kolmogrov-smirnov* dikatakan data terdistribusi normal apabila nilai signifikansi yang diperoleh dari hasil output SPSS dalam tabel *one-sample kolmogrov-smirnov test* diatas 0,05.²²

Uji normalitas diperlukan untuk menguji masing-masing variabel penelitian. Pengujian hipotesis nantinya akan diuji secara *statistik* dan *parametrik* dengan menggunakan beberapa Uji Tes. Uji parametrik ini mensyaratkan data yang ada pada variabel penelitian memiliki nilai distribusi yang normal dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika $\text{sig} < 0,05$ maka sebarannya dinyatakan tidak normal.
- Jika $\text{sig} > 0,05$ maka sebarannya dinyatakan normal.²³

b) Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kesamaan antar variabel independen dalam suatu model. kesamaan antar variabel independen mengakibatkan kolerasi yang sangat kuat. Uji multikolinearitas yang baik adalah model uji yang tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak orthogonal. Variabel orthogonal merupakan nilai variabel

²² Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*” (Semarang: UNDIP Press, 2015), 115.

²³ Tony wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya, 2009), 119.

independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independennya adalah nol.²⁴

Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua nilai tersebut menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai yang diperoleh dari hasil output SPSS dalam kolom *collinearity statistics* dengan menggunakan nilai *tolerance* > 0,1 atau sama dengan nilai VIF < 10, maka variabel tersebut tidak terjadi gejala multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.²⁵

c) Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji perbedaan *variance residual* dari satu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan apabila berbeda disebut heteroskedastisitas. Analisis dapat dilakukan dengan melihat signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen. Jika probabilitas signifikannya lebih besar dari 0,05 maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik ialah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dapat mengidentifikasi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* dalam SPSS antara nilai prediksi variabel independen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Apabila dalam grafik tersebut tidak terdapat pola tertentu yang teratur serta titik-titik data menyebar, tidak mengumpul, dan tidak membentuk pola bergelombang, maka diindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁶

Adapun cara lain yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan Uji Glejser. Uji Glejser mengusulkan untuk meregresi variabel independen dengan nilai *absolut residual*. Apabila nilai signifikansi antara

²⁴ V Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015) 158.

²⁵ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21" (Semarang: UNDIP, 2013), 103-104.

²⁶ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21" (Semarang: UNDIP, 2013), 134.

variabel independen dengan variabel absolut residual lebih besar dari 0,05 (sig > 0,05), maka diindikasikan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.²⁷

d) Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Uji autokorelasi hanya digunakan terhadap data time series (runtut waktu).

- $0 < dw < dL$ artinya Menolak hipotesis nol, ada autokorelasi positif.
- $0 < dw < dU$ artinya daerah keragu-raguan, tidak ada keputusan.
- $Du < dw < 4 - dL$ artinya gagal menolak hipotesis nol, tidak ada autokorelasi.
- $4 - dU < dw < 4 - dL$ artinya daerah keragu-raguan, tidak ada keputusan.
- $4 - dL < dw < 4$ artinya Menolak hipotesis nol, ada autokorelasi negatif.

4. Uji Hipotesis

a) Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda juga digunakan untuk menguji validitas hipotesis yang disajikan dalam penelitian ini. Model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik (memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten) jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas dan bebas dari gejala asumsi klasik seperti multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Keterangan:

Y = variabel terikat (minat beli)

α = konstanta regresi

β_1 = koefisien regresi (citra merek)

β_2 = koefisien regresi (harga)

β_3 = koefisien regresi (kualitas produk)

X1 = variabel bebas (citra merek)

²⁷ Wayan Widana & Putu Lia M, *Uji Persyaratan Analisis* (Lumajang: Klik Media, 2020), 81.

X2 = variabel bebas (harga)
 X3 = variabel bebas (kualitas produk)

b) Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Koefisien determinasi (R₂) berfungsi mengetahui hubungan antara semua variabel *independen* (X) dan variabel *dependen* (Y). Uji koefisien determinasi (Uji R²) dilakukan dengan tujuan untuk mengukur sejauh mana hubungan variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi ini ada diantara angka nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$).²⁸ Untuk mengetahui koefisien determinasi (R²) dapat dilihat dari nilai *adjusted R square* dalam SPSS. Nilai R² yang semakin kecil mendekati 0 menunjukkan kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang amat terbatas. Sedangkan, nilai R² yang mendekati 1 menunjukkan semua variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependen*.²⁹

c) Uji T (Pengujian Secara Parsial)

Uji T biasa disebut dengan Uji parsial. Uji T digunakan untuk membedakan variabel yang ada dalam sebuah penelitian. Kegunaan uji perbedaan ini untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.³⁰ Uji T digunakan untuk mengetahui seberapa jauh masing-masing variabel citra merek (X1), harga (X2), dan kualitas produk (X3) dalam menerangkan variabel minat beli (Y). Pengujian dalam uji T dilakukan dengan cara membandingkan T hitung dengan T tabel yang memiliki ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika T hitung > T tabel, dengan pengujian nilai signifikansi < 0,05, maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek, harga dan kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap minat beli.
- 2) Jika T hitung < T tabel, dengan pengujian nilai signifikansi > 0,05, maka H₀ diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek, harga, dan

²⁸ Anggara Tritama, "Analisis Pengaruh Kualitas Prooduk, Harga, dan Citra Merek": 453.

²⁹ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21" (Semarang: UNDIP, 2013), 97.

³⁰ Riduwan Sunarto, *Pengantar Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2017) 126.

kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap minat beli.

d) Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas citra merek (X1), harga (X2) dan kualitas produk (X3) terhadap variabel terikat minat beli (Y) secara simultan atau bersama-sama. Jika hubungan antara variabel bebas dan terikat menunjukkan hasil signifikan, maka hubungan tersebut dapat diberlakukan untuk populasi.³¹ Uji ini dapat dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA).

Pengujian dalam Uji F dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan F tabel yang memiliki ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, dengan pengujian nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel citra merek, harga, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap minat beli.
- 2) Jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, dengan pengujian nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel citra merek, harga dan kualitas produk secara simultan tidak berpengaruh terhadap minat beli.

³¹ Suharyanto Purwanto, *Statistika untuk Ekonomi Keuangan Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2004), 508