

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Menurut Sugiyono (2019:2) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Untuk mencapai tujuan yang dibutuhkan metode yang relevan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:15) metode survey merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologi dari sample yang diambil dan populasi tertentu, dengan teknik pengumpulan data pengamatan (wawancara atau kuesioner). Selanjutnya menurut Sugiyono (2019:16) metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif, karena adanya variabel-variabel yang diteliti melalui penyebaran kuesioner ke beberapa responden sebagai sampel.

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

3.2.1 Definisi Variabel

Menurut Sugiyono (2019:67) definisi variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*) pada penelitian ini terdapat tiga variabel yang akan diteliti yaitu *brand image* (X1), kualitas produk (X2) dan keputusan pembelian (Y). Berdasarkan judul penelitian ini yaitu Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian maka terdapat tiga variabel yang akan diukur, yaitu:

1. Variabel Bebas (*Independen Variable*)

Sugiyono (2019:69) menjelaskan bahwa variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*independent variabel*) adalah *brand image* (X1) dan kualitas produk (X2).

2. Variabel Terikat (*Dependen Variable*)

Sugiyono (2019:69) variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dan dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (*dependen variable*) adalah keputusan pembelian (Y).

3.2.2 Operasional Variabel

Berikut ini merupakan tabel definisi operasional variabel yang diteliti dan akan dilakukan analisis lebih lanjut

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
Variabel Independen (X1) <i>Brand Image</i>	Brand Image didefinisikan sebagai petunjuk yang akan digunakan oleh konsumen untuk mengevaluasi produk ketika konsumen tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang suatu produk. (Pandiagan, Masiyono, & Atmogo, 2021)	1. Dipercaya sebagai merek yang terkenal 2. Menarik minat pembelian 3. Merek yang berkualitas	Interval
Variabel Independen (X2) Kualitas Produk	Kualitas produk adalah suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan	1. <i>Performance</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Features</i> 4. <i>Conformance</i> 5. <i>Service Ability</i> 6. <i>Aesthetics</i>	Interval

	atau melebihi harapan konsumen (Emini, Suryati, Najib, & Nindiati, 2023)		
Variabel Dependen (Y) Keputusan Pembelian	Suatu tahap proses keputusan dimana konsumen melakukan pembelian produk. (Keren & Sulistono, 2019)	1. Rasa ingin menggunakan produk 2. Ketertarikan membeli produk 3. Keyakinan dalam membeli produk 4. Rasa ingin membeli produk	Interval

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019:126) menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat

yang dimiliki subjek atau objek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen Seblak Bangsat Seuhah Ciamis dari bulan Agustus-Desember 2024.

Tabel 3.2
Data Jumlah Konsumen Seblak Bangsat Seuhah Ciamis
Agustus-Desember 2024

No	Bulan	Jumlah Pelanggan
1	Agustus	1.970
2	September	1.778
3	Oktober	1.857
4	November	1.818
5	Desember	2.039
Jumlah		9.462

Sumber : Seblak Bangsat Seuhah Ciamis

Dapat disimpulkan bahwa populasi di Seblak Bangsat Seuhah Ciamis dari bulan Agustus-Desember 2024 dengan total pelanggan sebanyak 9.462 orang.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019:127) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan dalam penelitian. Pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *probalitily sampling* yaitu dengan metode *simple random sampling*.

Menurut Sugiyono (2019:129) *Simple random sampling* dapat dikatakan simple (sederhana) karena anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Dalam menentukan sampel peneliti menggunakan rumus slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persen ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir 10%

Populasi dalam penelitian ini adalah total jumlah konsumen produk Seblak Bangsat Seuhah Ciamis selama bulan Agustus - Desember, yaitu sebanyak 9.462 orang. Dengan menggunakan rumus di atas, maka dapat diambil sampel sebagai berikut :

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

$$n = \frac{9.462}{1 + 9.462(0,1)^2}$$

$$n = \frac{9.462}{1 + 9.462(0,01)}$$

$$n = \frac{9.462}{1 + 94,62}$$

$$n = \frac{9.462}{95,62}$$

$$n = 98,95$$

$$n = 99$$

Maka jumlah sampel yang dipilih sebanyak 99 orang. Teknik sampling untuk memilih sampel akan digunakan *simple random sampling* atau pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada di populasi tersebut.

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Sugiyono (2019) sumber data merupakan segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai penelitian terkait. Dalam penelitian, terdapat dua teknik dalam pengumpulan data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Teknik Primer

Data primer adalah data langsung yang memberikan data terhadap pengumpul data. Pada penelitian ini, peneliti mendapatkan data primer dengan cara memberikan kuesioner kepada konsumen Seblak Bangsat Seuhah Ciamis dan melakukan wawancara secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

2. Teknik Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misal lewat orang lain atau lewat dokumen. Peneliti mendapatkan data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari jurnal dan internet.

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan-keterangan lainnya dalam penelitian terhadap masalah yang menjadi objek penelitian ini, Teknik tersebut adalah :

1. Studi Lapangan

a. Observasi

Menurut Sugiyono (2019:203) observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna perilaku tersebut. Observasi dalam penelitian ini yaitu melakukan dengan cara observasi terstruktur, karena peneliti telah merancang secara sistematis mengenai apa yang akan diamati dan dimana tempatnya.

b. Kuesioner

Sugiyono (2019:199) mengatakan bahwa angket atau kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kemudian responden memberikan jawaban yang telah disediakan, peneliti tetapkan skor atau bobot yang mengacu pada pendapat Sugiyono.

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengkaji, membaca serta mempelajari buku ataupun jurnal-

jurnal serta penelitian terdahulu yang relevan berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3.5 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2019:206) menjelaskan bahwa analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini metode dengan teknik analisis kuantitatif, yaitu dengan menggunakan angka yang dapat dihitung dan diukur. Analisis kuantitatif bermaksud untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lain dengan menggunakan alat analisis statistik. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan ada atau tidaknya pengaruh dari *brand image* (X1) kualitas produk (X2) dan keputusan pembelian (Y), maka dapat dilakukan teknik analisis data sebagai berikut :

3.5.1 Hubungan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian

1. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk menunjukkan hubungan linear antar variabel independen dengan variabel dependen. Koefisien korelasi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antar dua variabel. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel X1 (*Brand Image*) dengan

variabel Y (Keputusan Pembelian), menggunakan rumus perhitungan korelasi, dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{x_1y} = \frac{n(\sum X_1Y) - (\sum X_1)(\sum Y)}{\sqrt{n\{\sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\}\{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

(Sugiyono 2020:183)

Keterangan :

r_{x_1y} : Koefisien korelasi person

x_1 : Variabel independen (*Brand Image*)

y : Variabel dependen (Keputusan Pembelian)

n : Banyaknya sampel yang diteliti

Untuk menafsirkan kekuatan hubungan digunakan skala penafsiran dari besarnya nilai korelasi sebagai berikut :

Tabel 3.3

Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2020:184)

2. Koefisien Determinasi

Kemudian untuk mengetahui besar pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian dengan cara menghitung koefisien determinasi. Koefisien determinasi ini digunakan untuk menganalisis besarnya pengaruh suatu variabel terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi kecil artinya kemampuan

variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen sangat terbatas, nilai yang mendekati atau berarti variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen, nilai koefisien determinasi adalah satu dan nol.

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

(Sugiyono 2020:257)

Keterangan :

Kd : nilai koefisien determinasi

r^2 : nilai koefisien korelasi

Koefisien determinasi (Kd) merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian. Adapun kriteria yang digunakan dalam melakukan analisis koefisien determinasi yaitu sebagai berikut :

1. Jika Kd mendekati 0, maka pengaruh variabel independen (bebas) yaitu *brand image* dan kualitas produk terhadap variabel dependen (terikat) lemah.
2. Jika Kd mendekati 1, maka pengaruh variabel independen (bebas) yaitu *brand image* dan kualitas produk terhadap variabel dependen (terikat) kuat.

3. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji T atau uji hipotesis adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah secara hipotesis variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidaknya

terhadap variabel dependen . Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

Sugiyono (2020:248)

Keterangan :

t : Uji pengaruh hipotesis

r : Koefisien korelasi

n : Banyaknya data

Dengan kriteria sebagai berikut :

1. Penentuan hipotesis H0 ditolak jika t hitung > t tabel pada a=0,05 H0 diterima jika t hitung < t tabel pada a=0,05 sebaliknya H1 diterima jika signifikan <a = 0,05 H1 ditolak jika signifikan >a=0,05.
2. Penentuan tingkat signifikan, tingkat pendapatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 95% atau dengan kata lain Tingkat signifikannya (alpha) sebesar 5%
3. Penentuan kriteria uji berdasarkan pada perbandingan antara nilai t hitung yang diperoleh dengan tabel. Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka H0 ditolak dan H1 diterima.

3.5.2 Hubungan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

1. Analisis Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi merupakan angka hubungan kuatnya antara dua variabel atau lebih. Dalam hal ini analisis koefisien korelasi digunakan untuk

mengetahui derajat keeratan hubungan kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Untuk menghitung analisis koefisien korelasi, maka dalam penelitian ini menggunakan rumus koefisien korelasi sebagai berikut:

$$r_{x_2y} = \frac{n(\sum X_2Y) - (\sum X_2)(\sum Y)}{\sqrt{n\{\sum X_2^2 - (\sum X_2)^2\}\{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Sugiyono (2020:183)

Keterangan :

r_{x_2y} : Koefisien korelasi variabel X_2 dan y

n : Banyak pasangan variabel x dan y

Besarnya koefisien korelasi adalah -1 r 1 :

1. Apabila (-) berarti terdapat hubungan negatif
2. Apabila (+) berarti terdapat hubungan positif

Interpretasi dari nilai koefisien korelasi :

1. Jika $r = 1$ atau mendekati -1, maka hubungan antara kedua variabel kuat dan mempunyai hubungan yang berlawanan (jika X naik maka Y turun atau sebaliknya).
2. Jika $r = +1$ atau mendekati +1, maka hubungan yang kuat antara variabel X dan variabel Y dan hubungannya searah.

Untuk memberikan interpretasi koefisien korelasinya maka peneliti menggunakan pedoman sebagai berikut :

Tabel 3.4
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah

0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2020:184)

2. Koefisien Determinasi

Selanjutnya untuk mengetahui besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan cara menghitung koefisien determinasi. Koefisien determinasi ini digunakan peneliti dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh suatu variabel terhadap variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi kecil artinya kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variabel-variabel dependen sangat terbatas, nilai yang mendekati atau berarti variabel independent memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen, nilai koefisien determinasi adalah satu dan nol. Dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel X2 (Kualitas Produk) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian), dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

(Sugiyono 2020:257)

Keterangan :

Kd : nilai koefisien determinasi

r^2 : nilai koefisien korelasi

Adapun kriteria yang digunakan dalam melakukan analisis koefisien determinasi yaitu sebagai berikut :

1. Jika K_d mendekati 0, maka pengaruh variabel independent (bebas) yaitu *brand image* dan kualitas produk terhadap variabel dependen (terikat) yaitu keputusan pembelian adalah lemah.
2. Jika K_d mendekati 1, maka pengaruh variabel independent (bebas) yaitu *brand image* dan kualitas produk terhadap variabel dependen (terikat) yaitu keputusan pembelian adalah kuat.

3. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t atau uji hipotesis adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah secara hipotesis variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidaknya terhadap variabel dependen. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

(Sugiyono 2020:248)

Keterangan :

t : Uji pengaruh hipotesis

r : Koefisien korelasi

n : Banyaknya data

Dengan kriteria uji sebagai berikut :

1. Penentuan hipotesis H_0 ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$ H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$ sebaliknya : H_1 diterima jika signifikan $< \alpha = 0,05$ H_1 ditolak jika signifikan $> \alpha = 0,05$.

2. Penentuan tingkat signifikan Tingkat pendapatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 95% atau dengan kata lain tingkat signifikannya (alpha) sebesar 5%.
3. Penentuan kriteria uji berdasarkan pada perbandingan antara nilai t hitung yang diperoleh dengan tabel. Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3.5.3 Hubungan Brand Image (X1) Dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independent. Adapun rumus persamaan regresi linear berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut :

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Sugiyono (2020:258)

Keterangan :

Y : Variabel dependen (keputusan pembelian)

a : Konstanta/nilai Y, jika $X=0$

b_1X_1 : Koefisien arah regresi yaitu yang menyatakan perubahan nilai Y apabila terjadi perubahan nilai X

X_1 : Variabel independent (*brand image*)

X_2 : Variabel independent (kualitas produk)

X_1X_2 : Variabel terikat/variabel yang mempengaruhi

Dimana :

$$a = \frac{\sum Y b_1 \sum X_1 - b_2 \sum X_2}{n}$$

$$b_1 = \frac{\sum (X_2)^2 - (\sum X_1 Y) - (\sum X_1 X_2)(\sum X_2 Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{\sum (X_1)^2 - (\sum X_2 Y) - (\sum X_1 X_2)(\sum X_2 Y)}{(\sum X_1)^2(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

Untuk menghitung a , b_1 dan b_2 dapat menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$\sum X_1^2 = \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}$$

$$\sum X_2^2 = \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n}$$

$$\sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(Y^2)}{n}$$

$$\sum X_1 Y = \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum X_2 Y = \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n}$$

$$\sum X_1 X_2 = \sum X_1 X_2 - \frac{(\sum X_1)(\sum X_2)}{n}$$

2. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Analisis koefisien korelasi berganda adalah analisis yang digunakan untuk menghitung kuatnya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel X_1 (*Brand Image*) dan X_2 (Kualitas Produk) secara simultan dengan variabel Y (Keputusan Pembelian) menggunakan dengan analisis koefisien korelasi berganda.

Koefisien korelasi berganda merupakan angka yang menunjukkan arah dan keeratan hubungan antara dua variabel independent secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel dependen. Adapun untuk koefisien korelasi berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$R_{yx_1x_2} = \sqrt{\frac{r^2_{yx_1} + r^2_{yx_2} - 2(r_{yx_1})(r_{yx_2})(r_{x_1x_2})}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

Sugiyono (2020:257)

Keterangan :

$R_{yX_1X_2}$: Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara Bersama-sama dengan variabel Y

r_{yX_1} :Korelasi produk momen antara X_1 dengan Y

r_{yX_2} :Korelasi produk momen antara X_2 dengan Y

$r_{X_1X_2}$:Korelasi produk momen antara X_1 dengan X_2

3. Koefisien Determinasi

Selanjutnya untuk mengetahui besar pengaruh *brand image* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan cara menggunakan koefisien determinasi. Koefisien determinasi ini untuk menganalisis besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi kecil artinya kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variabel-variabel dependen sangat terbatas, nilai yang mendekati atau berarti variabel independent memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen, nilai koefisien determinasi adalah satu dan nol. Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk

mengetahui seberapa besar hubungan variabel X1 (*Brand Image*) dan X2 (Kualitas Produk) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian). Untuk melihat seberapa besar Tingkat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen secara simultan digunakan koefisien determinasi sebagai berikut :

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

(Sugiyono 2020:257)

Keterangan :

KD : Koefisien Determinasi

r : nilai koefisien determinasi

Koefisien determinasi (Kd) merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian. Adapun kriteria yang digunakan dalam melakukan analisis koefisien determinasi yaitu sebagai berikut :

1. Jika Kd mendekati 0, maka pengaruh variabel independen (bebas) yaitu *brand image* dan kualitas produk terhadap variabel dependen (terikat) yaitu keputusan pembelian lemah.
2. Jika Kd mendekati 1, maka pengaruh variabel independen (bebas) yaitu *brand image* dan kualitas produk terhadap variabel dependen (terikat) yaitu keputusan pembelian kuat.

4. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat apabila variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara bersama-sama dimaksudkan untuk mengukur

besarnya pengaruh variabel bebas (*Brand Image* dan Kualitas Produk) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian).

Untuk menguji Uji F dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Sugiyono (2020:257)

Keterangan :

R : Koefisien determinasi

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah variabel data atau kasus

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀ : b₁, b₂, b₃ = 0, artinya *brand image* dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

H₀ : b₁, b₂, b₃ ≠ 0, artinya *brand image* dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

F hasil perhitungan ini dibandingkan dengan yang diperoleh dengan menggunakan tingkat resiko atau signifikan level 5% atau dengan *degree freedom* = k (n-k-1) dengan kriteria sebagai berikut :

1. H₀ ditolak jika >atau nilai sig < α
2. H₀ ditolak jika <atau nilai sig > α

Asumsi bila terjadi penolakan H₀ maka dapat diartikan sebagai adanya pengaruh signifikan dari variabel-variabel independent secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Jika terjadi penerimaan, maka dapat diartikan tidak berpengaruh signifikan model regresi berganda yang diperoleh

sehingga mengakibatkan tidak signifikan pengaruh dari variabel-variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

3.6 Tempat dan Waktu Penelitian

3.6.1 Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di Seblak Bangsat Seuhah Ciamis. Jl. Mr. Iwa Kusuma Sumantri, Kertasari, Ciamis.

3.6.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu yang dibutuhkan untuk melaksanakan penelitian ini mulai dari persiapan sampai dengan rencana sidang skripsi, sebagai berikut :

Tabel 3.5

No	Jenis Kegiatan	Waktu Pelaksanaan										
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu
1	Pengajuan Judul											
2	Seleksi Judul											
3	Penyusunan Usulan Penelitian											
4	Seminar Proposal											
5	Pengumpulan Data											
6	Pengolahan Data											
7	Penyusunan Skripsi											
8	Sidang Skripsi											