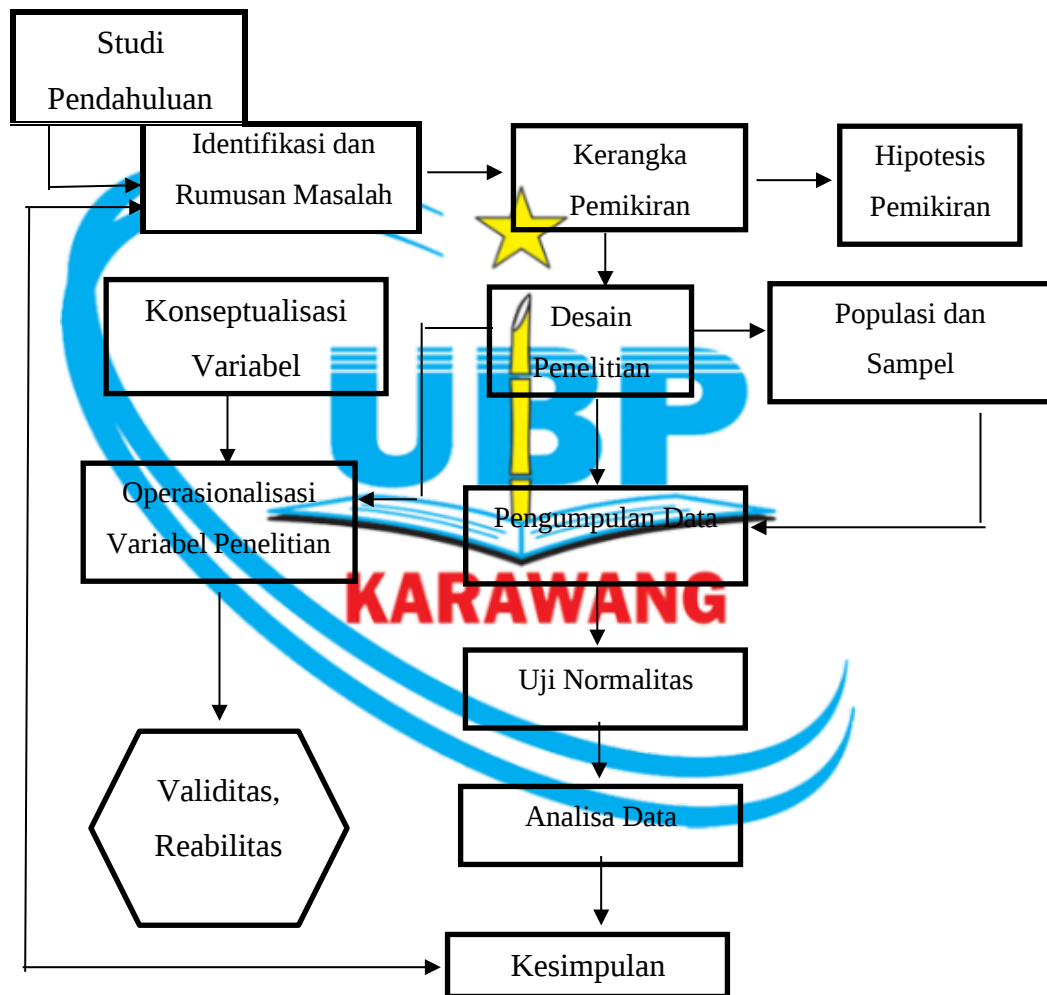


BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019:45) kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan. Desain atau gambaran yang digunakan dalam melaksanakan penelitian ini dapat dirangkai seperti gambar dibawah ini:



Gambar 3. 1
Desain Penelitian

Sumber : Uus Mohammad Darul Fadli, 2020

Menurut Khairinal (2016:282) desain penelitian adalah suatu rancangan bangun rencana dan struktur penyelidikan yang disusun sedemikian rupa sehingga peneliti dapat memperoleh jawaban untuk pertanyaan-pertanyaannya penelitian.

Rencana merupakan suatu skema menyeluruh yang mencakup program penelitian. Desain penelitian bagi seorang peneliti adalah untuk menentukan dan menggunakan langkah-langkah tentang apa saja yang menjadi pegangan atau pedoman metode dalam melakukan penelitian. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2019:16) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dalam penelitian ini metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan metode verifikatif. Metode deskriptif adalah suatu metode penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain (Sugiyono, 2015:35).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada konsumen sepatu olahraga lokal merek Ortuseight yang berada di Universitas Buana Perjuangan Karawang. Adapun penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan melaksanakan tugas akhir atau skripsi.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2022 sampai waktu yang dibutuhkan penulis dengan rincian waktu sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Rencana Waktu Penelitian

Waktu Pelaksanaan											
No	Nama Kegiatan	Maret 2022	April 2022	Mei 2022	Juni 2022	Juli 2022	Agust 2022	Sept 2022	Okt 2022	Nov 2022	Des 2022
1.	Pencarian Data Empiris										
2.	Penulisan Proposal										
3.	Perbaikan Proposal										
4.	Seminar Proposal										
5.	Pengambilan Data, Observasi dan Analisis Data										
6.	Penulisan Skripsi										
7.	Perbaikan Skripsi										
8.	Sidang Skripsi										

Sumber : Hasil Olah Penulis, 2022

3.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel penelitian menurut Sugiyono, (2015) dalam Korry, (2017) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

3.3.1 Definisi Variabel

Menurut Sugiyono, 2018:96). Variabel pada dasarnya adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, terdiri dari dua variabel bebas (X_1 dan X_2) dan satu variabel terikat (Y). Dalam hal ini variabel X_1 adalah Kesadaran Merek, variabel X_2 Harga yang merupakan variabel yang mempengaruhi Variabel Y atau Keputusan Pembelian.

3.3.2 Variabel Dependen

Menurut (Sugiyono, 2015:97) “variabel Dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependennya adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.3.3 Definisi Konseptual Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan salah satu perilaku konsumen dalam mempertimbangkan dan memilih suatu barang atau jasa yang akan dibeli.

3.3.4 Definisi Operasional Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen (Y) adalah sikap atau tindakan yang dilakukan oleh Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang sebagai konsumen sepatu Ortuseight dalam menentukan pilihan dari beberapa alternatif produk sepatu yang akan digunakannya.

Langkah pertama adalah menentukan variabel apa saja yang akan dipelajari. Dan jelas disini ada dua kategori variabel, yaitu variabel penyebab dan variabel akibat. Variabel penyebab dikenal dengan variabel bebas atau faktor dan variabel akibat adalah variabel terikat.

Skala pengukuran data pada penelitian ini adalah skala interval dan skala ordinal. Skala pengukuran adalah sarana menentukan Panjang pendeknya interval yang sudah ditentukan dalam satuan alat ukur. Alat ukur seperti ini sangat diperlukan dalam penelitian kuantitatif.

3.3.5 Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2015:96) “variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Adapun dalam penelitian ini yang menjadi variabel independennya:

- a. Kesadaran Merek (X1)
- b. Harga (X2)

Pada bagian selanjutnya menjelaskan mengenai operasional variabel yang digunakan pada penelitian ini yang dapat di operasionalkan pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Tabel Overasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item Kuisioner
Kesadaran Merek Nisal Rochana Gunawardane (2015:102)	Pengenalan Merek	Mengenali produk dibandingkan dengan produk lain	Ordinal	1,2,3,4,5
	Pengingat Kembali	Mengingat simbol		6,7
		Mengingat logo		8
		Mengingat nama produk		9,10
	Puncak Pikiran	Mengetahui Karakteristik		11
		Kategori produk		12
		Mengetahui Merek		13
		Ciri khas produk		14,15
Harga Zeithmall (Nanda Resmi dan Triwismiarsi, 2015: 6)	Penerimaan Harga	Harga Produk dapat di terima dengan akal sehat	Ordinal	1,2,3
		Memilih harga yang lebih murah		4,5

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item Kuisioner
	Evaluasi Harga	Membandingkan Harga dengan merek lain		6,7,8,9
		Membandingkan harga dengan merek sebelumnya		10
	Nilai yang dirasakan	Harga sesuai kualitas		11,12,13,14
		Kepuasan pelanggan		15
Keputusan Pembelian Thomson dalam Cahyadi, (2020)	Sesuai Kebutuhan	Produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan	Ordinal	1,2
		Mudah dalam mencari produk		3,4,5
	Mempunyai Manfaat	Produk yang dibeli bermanfaat bagi konsumen		6
		Produk yang dibeli sangat berarti bagi konsumen		7,8
	Ketepatan dalam Membeli Produk	kualitas produk sesuai dengan harga yang diberikan		9,10
		Sesuai dengan keinginan konsumen		11
	Pembelian Berulang	Produk yang dibeli membuat konsumen ingin melakukan pembelian berulang		12,13
		produk sedang terkenal		14,15

Sumber : *Aaker, (2013)

** Zeithmall (Nanda Resmi dan Triwismiarsi, 2015)

***Thomson dalam Cahyadi, (2020)

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2016:135) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. Berdasarkan uraian tersebut, maka populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang yang pernah menggunakan atau memakai produk sepatu olahraga lokal ortuseight.

3.4.2 Sampel Penelitian

(Sugiyono, 2015:73) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Sampel yang baik, yang kesimpulannya dapat dikenakan pada populasi adalah sampel yang bersifat representatif atau yang dapat menggambarkan karakteristik populasi.

Untuk menghitung penentuan jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 P(1-P)}{d^2} \quad \text{disederhanakan menjadi} \quad n = \frac{z^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

z : Skor z pada tingkat kepercayaan 95% = 1,96

p : Maksimal estimasi (0,5)

d : sampling error (10%)

Maka berdasarkan rumus diatas peneliti dapat menghitung besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{1,96^2 0,5(1-0,5)}{0,1^2} = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04 \approx 97$$

Sehingga jumlah sampel yang didapat dari rumus lemeshow adalah sebanyak 96 Sampel, dan peneliti membulatkan menjadi 97 sampel.

3.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2017:81) mengemukakan teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam menentukan sampel yang digunakan untuk penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Non Probability Sampling*. *Non probability sampling* adalah adalah suatu teknik pengambilan data atau sampel sehingga semua data kemungkinan terpilih sebagai sampel tidak sama besar. Berdasarkan kebijakan peneliti dalam menentukan elemen sampel yang akan digunakan. Pada *non probability sampling* ini, elemen yang akan digunakan mempunyai sifat tidak menentu.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam Sugiyono, (2016: 85). Alasan meggunakan teknik *purposive sampling* ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi menurut Sugiyono, (2016: 85).

Dikarenakan peneliti tidak mengetahui secara pasti berapa banyak populasi dari mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang yang pernah melakukan pembelian sepatu Ortuseight maka peneliti menggunakan rumus Lemeshow. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel ini menggunakan *non-probability* tepatnya menggunakan *purposive sampling*, Sugiyono (2013) menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode ini menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti untuk memilih sampel. Karakteristik responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Responden yang pertama kali melakukan pembelian sepatu ortuseight
- b. Responden merupakan mahasiswa program studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang
- c. Ditentukan pada laki-laki dan wanita yang menggunakan sepatu ortuseight. Rumus ini digunakan untuk menghitung sampel yang tidak diketahui secara pasti populasinya (Riyanto & Hatmawan, 2020).

3.5 Pengumpulan Data Penelitian

Dalam penelitian ini, diperlukan sebuah metode atau teknik untuk mengumpulkan data penelitian. Menurut Haq, (2017) metode pengumpulan data ialah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data.

3.5.1 Sumber Data Penelitian

1. Data Internal

Data internal adalah data yang menggambarkan situasi dan kondisi pada suatu organisasi secara internal. Dimana data yang digunakan mencakup data pelanggan dan data lainnya yang mendukung sebagai data empirik dalam penelitian.

2. Data Eksternal

Data Eksternal adalah data yang menggambarkan situasi atau kondisi yang ada diluar organisasi. Data eksternal ini mencakup pada kuesioner yang disebarkan kepada responden yang dianggap mewakili pendapat dari populasi yang ada. Berdasarkan jenisnya, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Data Primer

Data Primer ialah jenis dan sumber data penelitian yang di peroleh secara langsung dari sumber pertama (tidak melalui perantara), baik individu maupun kelompok. Jadi data yang di dapatkan secara langsung. Data primer secara khusus di lakukan untuk menjawab

pertanyaan penelitian. Penulis mengumpulkan data primer dengan pra survey penelitian dan juga metode observasi. Metode survey ialah metode yang pengumpulan data primer yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis. Penulis melakukan wawancara melalui google form kepada pemilik mahasiswa/i untuk mendapatkan data atau informasi yang di butuhkan. Kemudian penulis juga melakukan pengumpulan data dengan metode observasi. Metode observasi ialah metode pengumpulan data primer dengan melakukan pengamatan terhadap aktivitas dan kejadian tertentu yang terjadi.

2. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan sumber data suatu penelitian yang di peroleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (di peroleh atau dicatat oleh pihak lain). Data sekunder itu berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip atau data dokumenter. Penulis mendapatkan data sekunder ini melalui dokumen, observasi, foto, data serta penelitian terdahulu yang relevan.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2015: 224) Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan metode dokumentasi.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode angket (kuesioner): yaitu suatu daftar yang berisikan rangkaian pernyataan dan pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti untuk memperoleh informasi mengenai suatu masalah. Kuesioner digunakan sebagai pengumpul data primer yaitu pengaruh kesadaran merek dan harga terhadap pengambilan keputusan pembelian sepatu Olahraga Merek Ortuseight pada mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang prodi manajemen. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan angket secara langsung kepada responden (mahasiswa).

3.5.3 Teknik Skala

Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut dapat dijadikan tolak ukur menyusun item- item instrumen, dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Jawaban setiap item instrumen mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata (Sugiyono, 2018:168).

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert 5 poin yang disebarkan kepada responden penelitian. Dalam skala likert variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian jawaban dari setiap item mempunyai penilaian berbeda dari persepsi yang sangat positif sampai dengan persepsi negatif atau sebaliknya.

Tabel 3. 3
Skala Likert

Kesadaran Merek	Harga	Keputusan Pembelian	Bobot Skor
Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	2
Cukup Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	3
Setuju	Setuju	Setuju	4
Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	5

Sumber : Sugiyono,(2019)

Untuk memudahkan dan memberikan hasil secara akurat dan pasti maka dalam melakukan pengujian statistic tersebut menggunakan program SPSS, untuk mencari pengaruh kesadaran merek dan harga terhadap pengambilan keputusan pembelian sepatu merek Ortuseight.

3.5.4 Instrumen Penelitian

Menurut Notoatmodjo (2010) Definisi instrumen penelitian adalah alat-alat yang akan digunakan untuk mengumpulkan data, instrumen

penelitian ini dapat berupa kuesioner, formulir observasi, formulir-formulir lain yang berkaitan dengan pencatatan data dan sebagainya. Dalam penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan yaitu instrumen dengan teknik skala. Teknik skala sering digunakan dalam penelitian kuantitatif karena teknik ini mempunyai validitas yang tinggi, reliabilitasnya yang andal dan utilitas yang baik.

3.6 Pengujian Instrumen

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat ketepatan dan kecermatan instrumen dalam melakukan fungsi sebagai alat ukur. Validitas berhubungan dengan suatu perubahan mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam penelitian ini menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur.

Menurut Sugiyono, (2016:179) bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 keatas maka faktor tersebut merupakan construct yang kuat. Jadi berdasarkan analisis faktor itu dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas konstruksi yang baik. sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap item yang ditanyakan valid maka r hitung harus memiliki hasil $> 0,3$ kemudian untuk menghitung r hitung pada penelitian menggunakan alat analisis SPSS 22 untuk mengetahui r hitungnya.

3.6.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana hasil suatu pengukuran instrumen dapat dipercaya dan dapat dipertanggung jawabkan. Suatu *reliable* jika nilai *Cronbach's Alpha* pada hasil perhitungan spss $> 0,60$ dan sebaliknya jika nilai *Cronbach's Alpha* pada hasil perhitungan spss $< 0,60$ maka variabel tersebut dikatakan tidak *reliable*.

Pengujian reliabilitas instrument dapat dilakukan dengan teknik belah dua dari Spearman Brown (*split half*) dan Anova Hoyt (Sugiyono, 2019). Berikut ini rumusnya, yaitu :

$$r_i = \frac{2.r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan :

r_i = Reliabilitas internal seluruh instrumen.

r_b = Korelasi *product moment* antara belahan pertama dan kedua.

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan aplikasi IBM SPSS 22 untuk mengetahui nilai r hitung. Bila nilai *Cronbach's Alpha* tersebut positif dan besarnya melebihi nilai 0,60 keatas maka alat ukur ini dapat dipercaya atau diandalkan atau konsistensi dari suatu informasi apabila dilakukan berulang-ulang.

3.7 Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan sebuah data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Penelitian ini menggunakan Analisis data kuantitatif merupakan salah satu jenis analisis yang sering digunakan dalam penelitian. Ketika peneliti memutuskan untuk menggunakan penelitian kuantitatif, maka peneliti tidak perlu mengetahui fenomena secara mendalam, sehingga data yang dibutuhkan hanya berbentuk angka.

Teknik analisis yang kedua adalah statistik deskriptif. Menurut Sugiyono, (2012) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis pertanyaan tertutup.

Analisis statistik deskriptif menggunakan analisis rentang skala. Untuk menentukan rentang skala menggunakan rumus :

$$\begin{aligned}
 RS &= \frac{n(m-1)}{m} \\
 RS &= \frac{97(5-1)}{5} \\
 RS &= \frac{97(4)}{5} \\
 &= 77,6 \\
 &= 97 + 77,6 \\
 &= 174,6
 \end{aligned}$$

Tabel 3.4
Tabel Rentang Skala Likert

Variabel	Rentang Skala		
	1.00 – 2.33	2.34 – 3.67	3.68 – 5.00
Kesadaran Merek	Rendah	Sedang	Tinggi
Harga	Rendah	Sedang	Tinggi
Keputusan Pembelian	Rendah	Sedang	Tinggi

Sumber : Olah Data, 2022

Dalam setiap pertanyaan, skor nilai terendah 1 dan nilai tertinggi adalah 5 dari lima kategori penilaian. Maka rentang skala untuk penilaian tersebut adalah :

1. 1,00 – 2.33 = sangat tidak setuju/rendah
2. 2,34 – 3,67 = netral/sedang
3. 3,68 – 5,00 = tinggi

3.7.1 Analisis Regresi linear Berganda

Menurut Sugiyono (2016:192) analisis regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen.

Rumus uji regresi linear berganda :

$$Y_i = f(X_i, \beta) + e_i$$

Keterangan :

Y_i : Variabel terikat

F : Fungsi

X_i : Variabel bebas

β : Parameter yang tidak diketahui

e_i : Variabel gangguan

Adapun persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel Keputusan Pembelian

a = Harga Konstanta

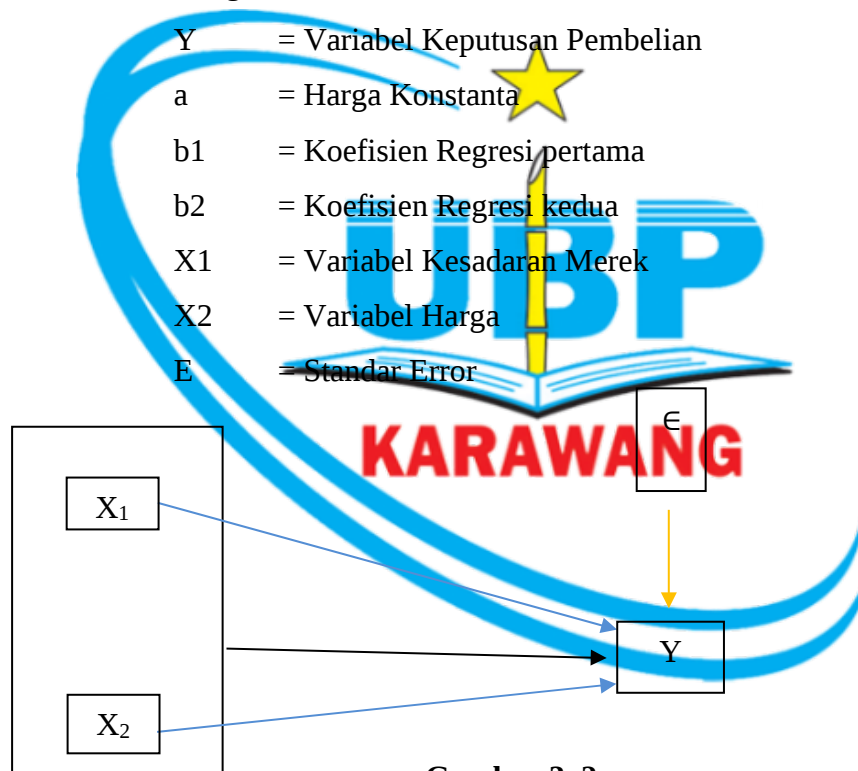
b_1 = Koefisien Regresi pertama

b_2 = Koefisien Regresi kedua

X_1 = Variabel Kesadaran Merek

X_2 = Variabel Harga

E = Standar Error



Gambar 3. 2
Model Regresi Berganda
Sumber: Olah Data, 2022

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik adalah pengujian asumsi statistik yang harus dilakukan pada analisis regresi linear berganda. Uji asumsi klasik

dilakukan untuk menguji asumsi yang ada dalam pemodelan regresi linear berganda sehingga data dapat dianalisa lebih lanjut tanpa menghasilkan data yang biasa.

3.8 Transformasi Data melalui *Method of Successive Interval* (MSI)

Jenis data yang terkumpul dalam penelitian ini adalah data ordinal. Transformasi data ordinal menjadi interval gunanya untuk memenuhi sebagian dari syarat analisis parametrik yang mana data setidaknya berskala interval (Riduwan dan Kuncoro, 2012:30). Data ordinal tersebut ditransformasikan menjadi data interval melalui metode MSI.

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan sebagai prasyarat untuk melakukan analisis data. Uji normalitas memiliki tujuan menguji data dari sampel penelitian yang sudah diambil dari beberapa populasi dan data yang diambil ini mempunyai distribusi normal atau tidak. Asumsi ini ditunjukkan oleh nilai eror yang berdistribusi normal, regresi yang baik memiliki nilai distribusi yang normal atau mendekati normal dan laying dilakukan pengujian statistik (Sugiyono, 2013:257). Untuk menguji normalitas dari data memakai *test of normality Kolmogorov-smirnov* dengan memakai alat aplikasi SPSS 22. Data dikatakan normal apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ($P > 0,05$), sebaliknya jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ($P < 0,05$), maka data dikatakan tidak normal.

3.8.2 Uji Multikolineritas

Menurut Ghazali (2016:103), uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Diharapkan pada pengujian ini asumsi multikolineritas tidak terjadi.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamat ke pengamat lain. Pada pengujian ini diharapkan heteroskedastisitas tidak terjadi karena berarti model regresi linear berganda memiliki asumsi varian residual yang konstan. Hal ini dapat terjadi ketika data memiliki varian yang sistematis akibat manipulasi maupun kesalahan memasukkan data.

3.8.4 Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien Determinasi (r^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kontribusi variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Koefisien Determinasi (r^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai r^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97).

3.9 Rancangan Analisis

Menurut Umi Narimawati (2010:41) rancangan analisis dapat di definisikan sebagai berikut :

Rancangan analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang telah diperoleh dari hasil observasi lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, memilih mana yang lebih penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Berganda.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019:206).

Analisis deskriptif yang dilakukan adalah dengan menggunakan rentang skala. Rentang skala berfungsi sebagai penerjemah dari data variabel penelitian. Rumus yang digunakan untuk menghitung rentang skala dengan menggunakan skala likert yang memiliki skor 1(terendah) sampai 5(tertinggi) (Riyanto & Hatmawan, 2020) Yaitu:

Hasil dari data primer akan dianalisis dari setiap item kuisisioner tersebut yang memiliki lima jawaban dengan masing-masing nilai yang berbeda berdasarkan skala likert dengan skala terendah 1 dan skala tertinggi 5 dengan sampel sebanyak 100 orang. Menentukan rentang skala dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Pilihan Jawaban}} = \frac{5-1}{5} = 0,80$$

Dari perhitungan rumus tersebut diperoleh jarak antar kategori yaitu sebesar 0,80 sehingga diklasifikasikan berdasarkan rentang skala sebagai berikut:

- a. $1,00 \leq \text{Rerata} < 1,80$ dikategorikan “Sangat Buruk”
- b. $1,80 \leq \text{Rerata} < 2,60$ dikategorikan “Buruk”
- c. $2,60 \leq \text{Rerata} < 3,40$ dikategorikan “Cukup”
- d. $3,40 \leq \text{Rerata} < 4,20$ dikategorikan “Baik”
- e. $4,20 \leq \text{Rerata} < 5,00$ dikategorikan “Sangat Baik”

2. Analisis Verifikatif

Metode verifikatif adalah suatu metode penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, atau metode yang digunakan untuk menguji kebenaran dari suatu hipotesis (Sugiyono, 2015:36). Analisis Verifikatif yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda.

Pada penelitian ini digunakan analisis regresi linear berganda, karena penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Kesadaran Merek (X_1) dan Harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sepatu olahraga lokal Ortuseight. Metode ini dapat mengetahui seberapa besar dampak variabel bebas, mempengaruhi terhadap variabel terikat. Rumus regresi linear berganda yaitu :

$$Y_i = f(X_i, \beta) + e_i$$

Keterangan :

Y_i : Variabel terikat β : Parameter yang tidak diketahui

F : Fungsi e_i : Variabel gangguan

X_i : Variabel bebas

3.9.1 Uji Hipotesis

Hipotesis bisa dikatakan sebagai jawaban sementara pada rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dipaparkan dalam bentuk kalimat pernyataan. Bisa dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hipotesis ini baru berbentuk pada teori-teori para ahli yang relevan belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui kumpulan data.

Dalam penelitian ini ada empat hipotesis yang ditentukan atau dugaan-dugaan sementara dalam penelitian. Berikut merupakan ke empat hipotesis dengan mempunyai kriteria berbeda-beda hipotesis yang bisa ditolak maupun diterima.

X_1 ke X_2 : Terdapat korelasi antara variabel Kesadaran merek (X_1) dengan variabel Harga (X_2).

X_1 ke Y : Terdapat pengaruh parsial Kesadaran merek (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

X_2 ke Y : Terdapat pengaruh parsial Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian.

X_1, X_2 ke Y : Terdapat pengaruh secara simultan dari Kesadaran merek (X_1) dengan Harga (X_2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Hasil hipotesis yang sudah ada, maka dalam penelitian ini menggunakan taraf tingkat kesalahan sebesar 0,05 atau 5% dan menggunakan derajat kebebasan (Dk) $n-2$ dari banyaknya sampel dalam penelitian ini, maka dapat dibuat kriteria dari hipotesis sebagai berikut:

1. H_{o1} ditolak jika nilai signifikansi $< 0,05$ yang artinya hipotesis alternatif 1 (H_{a1}) diterima.

H_{o1} diterima jika nilai signifikansi $> 0,05$ yang artinya hipotesis alternatif 1 (H_{a1}) ditolak.

2. H_{o2} ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang artinya hipotesis alternatif 2 (H_{a2}) diterima.

H_{o2} diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ yang artinya hipotesis alternatif 2 (H_{a2}) ditolak.

3. H_{o3} ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang artinya hipotesis alternatif 3 (H_{a3}) diterima.

H_{o3} diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ yang artinya hipotesis alternatif 3 (H_{a3}) ditolak.

4. H_{o4} ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang artinya hipotesis alternatif 4 (H_{a4}) diterima.

H_{o4} diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ yang artinya hipotesis alternatif 4 (H_{a4}) ditolak.

3.9.2 Uji Parsial (uji t)

Menurut teori yang dikemukakan oleh Ghazali, (2011) uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh yang signifikan antar variabel independen terhadap variabel dependen apabila nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} menunjukkan diterimanya hipotesis yang diajukan.

Uji parsial dilakukan untuk mengukur pengaruh variabel independen atau variabel X secara parsial terhadap variabel Y. Uji T menggunakan rumus:

$$t_0 = \frac{b_1 - B_i}{S_{b1}}$$

Selanjutnya, pengujian ini dilakukan untuk membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel dengan signifikansi dibawah 0,05 (5%) dan memiliki ketentuan sebagai berikut :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel} \alpha = 5\%$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima (berpengaruh)
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel} \alpha = 5\%$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (tidak berpengaruh).

Adapun uji hipotesis secara parsial dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Hipotesis 1: Pengaruh kesadaran merek terhadap keputusan pembelian sepatu Ortuseight.

$H_0: \rho_{yx1} = \text{Tidak berpengaruh}$ $H_a: \rho_{yx1} > 0$ Terdapat pengaruh

Hipotesis 2: Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu Ortuseight

$H_0: \rho_{yx2} = \text{Tidak berpengaruh}$ $H_a: \rho_{yx2} > 0$ Terdapat pengaruh

3.9.3 Uji Simultan (uji F)

Uji F dilakukan untuk menguji signifikansi variabel bebas (X) secara individu dengan variabel terikat (Y) secara bersama-sama (Ghozali, 2018:98). Uji F menggunakan rumus:

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

Keterangan:

F_h = Uji F

K = Jumlah variabel independen

R^2 = Koefisien korelasi ganda yang telah ditemukan n = Jumlah sampel

Selanjutnya, uji simultan uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} dengan signifikansi dibawah 0,05 (5%) dan memiliki ketentuan sebagai berikut:

1. Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka semua variabel independen berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.
2. Bila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka semua variabel independen tidak berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen

