BAB III

METODE PENELITIAN

1. Identifikasi Variabel

Pada penelitian ini melibatkan dua variable, yaitu variable bebas dan variable terikat. Variable bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel Dependen (terikat). Adapun yang menjadi variable bebas (X) ialah :

(X)1: Kesadaran Merek

(X)2: Persepsi kualitas

(X)3: Loyalitas merek

Sedangkan variable teikat adalah Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Adapun yang menjadi variable terikat

(Y) : Niat beli.

2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

a. Kesadaran merek

Kemampuan konsumen untuk mengenali dan mengingat kembali suatu merek tertentu dan mengaplikasikannya dengan produk tersebut. Hal ini bisa dilihat berdasarkan skala kesadaran merek dengan indikator kemampuan mengingat karateristik merek, mengenali merek dengan merek lain dan kemampuan mengingat simbol dan logo.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Persepsi kualitas

Persepsi kualitas adalah persepsi konsumen atas kualitas atau keunggulan terhadap produk atau jasa pelayanan dengan maksut yang diharapkan. Hal ini bisa dilihat berdasarkan skala variabel persepsi kualitas dengan indikator mengenal kualitas merek, mengenal kualitas merek lain dan integritas merek.

c. Loyalitas merek

Loyalitas merek merupakan suatu ukuran keterkaitan pelanggan kepada sebuah merek. Ukuran ini mempu memberikan gambaran mungkin tidaknya seorang pelanggan beralih ke merek lain, terutama pada merek tersebut didapati banyak perubahan, baik menyangkut harga atau atribut lain. Hal ini bisa dilihat berdasarkan skala variabel loyalitas merek dengan indikator kebiasaan memilih merek, kepuasan terhadap merek, kefanatikan terhadap merek.

d. Niat beli

Niat beli dapat didefinisikan sebagai niat seseorang untuk membeli merek tertentu yang telah mereka pilih untuk diri mereka sendiri setelah mengevaluasi. Hal ini bisa dilihat berdasarkan skala variabel niat beli dengan indikator kesediaan untuk membeli merek, kesediaan untuk menggunakan merek tersebut dan kesediaan mempertimbangkan pembelian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling

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 sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006).

Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik penarikan *non probability sampling design* yaitu menggunakan *purposive sampling*. Pengertian *purposive sampling* menurut Sugiyono (2010) yaitu *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan untuk menjadi sampel sebagai berikut:

1. Usia min 16 tahun, karena sudah bisa merasakan bagaimana menggunakan smartphone, memanfaatkan dan menilai
2. Pengguna Smartphone
3. Pria – Wanita
4. Domisili Surabaya

Dalam penelitan ini yang menjadi populasi adalah seluruh remaja - Dewasa pengguna Smartphone. Karena jumlah populasi (pengguna smartphone) tidak di ketahui maka diambi sampel sebanyak Pengguna Smartphone.

Teknik sampling merupakan metode yang hanya mengamati salah satu bagian unsur sampel (sebagian dari populasi) yang diteliti, kemudian dibahas, dianalisis, dan hasilnya merupakan data perkiraan yang mungkin mengandung suatu kesalahan sampling (Bailey, 1982 dalam Ruslan, 2010 : 32) mengatakan bahwa untuk penelitian yang menggunakan analisis data dengan statistik, jumlah sampel yang terkecil adalah 30 subyek/obyek, tetapi pakar peneliti lainnya menganggap bahwa sampel jumlah minimum adalah 200

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

subyek/obyek yang paling tepat. Teknik sampling yang digunakan non probabilty sampling . Sampling non probabilitas adalah kondisi penelitian dimana besarnya peluang masing-masing elemen atau anggota populasi untuk menjadi sampel tidak diketahui (Azwar,2004). Teknik ini digunakan karena jumlah populasi dalam hal ini jumlah remaja pengguna smartphone berdomisili Surabaya

4. Instrumen Penelitian

Pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan mengunakan angket (kuesioner) yang akan langsung disebarkan kepada responden. Dalam membuat pernyataan, diawali dengan mengumpulkan indikator berdasarkan teori, kemudian indikator tersebut diterjemahkan dalam kalimat pernyataan, dengan menyesuaikan kebiasaan dan kelaziman yang berlaku dalam lingkungan populasi penelitian ini. Daftar pertanyaan penelitian ini bersifat tertutup, artinya responden menjawab pertanyaan dengan alternatif jawaban yang telah ada. Adapun indikator kuesioner yang disusun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1

Blue Print

No	Variabel	Indikator	Aitem	Sumber
	Kesadaran Merek	Kemampuan mengingat karakteristik merek	1, 25, 49, 73, 97, 121, 145, 196, 2, 26, 50, 74, 98, 122, 146	
		Mengenali merek dengan merek lain	3, 27, 51, 75, 99, 123, 147, 170, 4, 28,	Tong, Xiao and Jana M.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			52, 76, 100, 124, 148	Hawley. 2009
		Kemampuan mengingat simbol dan logo	5, 29, 53, 77, 101, 125, 149, 171, 6, 30, 54, 78, 102, 126, 150	
	Persepsi Kualitas	Mengenal Kualitas merek	7, 31, 55, 79, 103, 127, 151, 172, 8, 32, 56, 80, 104, 128, 152	Didier Louis and Cindy Lombart, 2010
		Mengenal Kualitas Merek lain	9, 33, 57, 81, 105, 129, 153, 173, 10, 34, 58, 82, 106, 130, 154,	
		Integritas merek	11, 35, 59, 83, 107, 131, 155, 174, 12, 36, 60, 84, 108, 132, 156	
	Loyalitas Merek	Kebiasaan memilih merek	13, 37, 61, 85, 109, 133, 157, 175	setyawan, 2010
			14, 38, 62, 86, 110, 134, 158	
		Kepuasan terhadap merek	15, 39, 63, 87, 111, 135, 159, 176	
			16, 40, 64, 88, 112, 136, 160	
		Kefanatikan terhadap merek	17, 41, 65, 89, 113, 137, 161, 177, 18, 42, 66, 90, 114, 138,	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

			162	
	Niat beli	Kesediaan untuk membeli merek	19, 43, 67, 91, 115, 133, 163, 178, 20, 44, 68, 92, 116, 149, 164	Mohammad Reza Jalilvand dan Neda Samei, 2013
		Kesediaan untuk menggunakan merek tersebut	21, 45, 69, 93, 117, 141, 165, 179, 22, 46, 70, 94, 118, 142, 166	
		Kesediaan untuk mempertimbangkan pembelian	23, 47, 71, 95, 119,, 143, 167, 180, 24, 48, 72, 56, 120, 144, 168	Hean Tat Keh, Yi Xie (2009)

Skala sikap digunakan untuk mengetahui penelaian seseorang terhadap suatu hal. Dalam skala sikap ini, responden menyatakan persetujuannya dan ketidaksetujuannya terhadap sejumlah pernyataan yang berhubungan dengan obyek yang diteliti.

Di dalam instrumen penelitian, peneliti menggunakan lima skor skala *Likert* untuk mengetahui kontrol diri, yaitu : sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS).

Adapun penilaian atau pemberian skor berdasarkan pernyataan favourable sebagai berikut:

Skor 4 untuk jawaban sangat setuju

Skor 3 untuk jawaban setuju

Skor 2 untuk jawaban tidak setuju

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju

Dan penilaian atau pemberian skor berdasarkan pernyataan unfavourable sebagai berikut:

Skor 1 untuk jawaban sangat setuju

Skor 2 untuk jawaban setuju

Skor 3 untuk jawaban tidak setuju

Skor 4 untuk jawaban sangat tidak setuju

5. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel

a. Uji Validitas

Alat ukur budaya organisasi dan keterikatan kerja diuji validitasnya dengan menggunakan *Software* SPSS (Statistical Product and Service Solution) 16. Validitas menyatakan derajat kesesuaian antara kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dengan kondisi di lapangan. Penilaian kevalidan masing-masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *corrected item-total correlation* masing-masing butir pertanyaan (Azwar, 2005). Biasanya digunakan batasan *corrected item-total correlation* $\geq$ 0,30. Semua aitem yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,30 daya bedanya dianggap memuaskan, item yang memiliki harga *corrected item-total correlation* kurang dari 0.30 dapat

diinterpretasikan sebagai aitem yang memiliki daya beda rendah. Validitas suatu instrument dapat dilihat dari hasil SPSS 20 *for windows* dengan korelasi *product moment*.

a. Validitas Skala Kecerdasan Merek

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan pada variabel kesadaran merek diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

No	Aitem	Hasil Korelasi	Nilai Koefisien	Keterangan
1	Aitem 1	-0,256	< 0.30	Tidak Valid
2	Aitem 2	-0,057	< 0.30	Tidak Valid
3	Aitem 3	0,055	< 0.30	Tidak Valid
4	Aitem 4	0,067	< 0.30	Tidak Valid
5	Aitem 5	-0,113	< 0.30	Tidak Valid
6	Aitem 6	0,44	< 0.30	Tidak Valid
7	Aitem 25	0,092	< 0.30	Tidak Valid
8	Aitem 26	0,007	< 0.30	Tidak Valid
9	Aitem 27	0,314	> 0.30	Valid
10	Aitem 28	0,169	< 0.30	Tidak Valid
11	Aitem 29	0,125	< 0.30	Tidak Valid
12	Aitem 30	0,226	< 0.30	Tidak Valid
13	Aitem 49	0,256	< 0.30	Tidak Valid
14	Aitem 50	0,45	< 0.30	Tidak Valid
15	Aitem 51	0,274	< 0.30	Tidak Valid
16	Aitem 52	-0,029	< 0.30	Tidak Valid
17	Aitem 53	0,252	< 0.30	Tidak Valid
18	Aitem 54	0,595	> 0.30	Valid
19	Aitem 73	0,303	> 0.30	Valid
20	Aitem 74	0,455	> 0.30	Valid
21	Aitem 75	-0,142	< 0.30	Tidak Valid
22	Aitem 76	0,346	> 0.30	Valid
23	Aitem 77	0,146	< 0.30	Tidak Valid
24	Aitem 78	0,22	< 0.30	Tidak Valid
25	Aitem 97	0,224	< 0.30	Tidak Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

26	Aitem 98	0,367	> 0.30	Valid
27	Aitem 99	0,485	> 0.30	Valid
28	Aitem 100	0,156	< 0.30	Tidak Valid
29	Aitem 101	0,385	> 0.30	Valid
30	Aitem 102	0,402	> 0.30	Valid
31	Aitem 121	0,231	< 0.30	Tidak Valid
32	Aitem 122	0,111	< 0.30	Tidak Valid
33	Aitem 123	0,386	> 0.30	Valid
34	Aitem 124	-0,085	< 0.30	Tidak Valid
35	Aitem 125	-0,304	< 0.30	Tidak Valid
36	Aitem 126	-0,448	< 0.30	Tidak Valid
37	Aitem 145	-0,255	< 0.30	Tidak Valid
38	Aitem 146	-0,415	< 0.30	Tidak Valid
39	Aitem 147	0,307	> 0.30	Valid
40	Aitem 148	0,389	> 0.30	Valid
41	Aitem 149	0,057	< 0.30	Tidak Valid
42	Aitem 150	0,177	< 0.30	Tidak Valid
43	Aitem 169	0,443	> 0.30	Valid
44	Aitem 170	0,383	> 0.30	Valid
45	Aitem 171	0,475	> 0.30	Valid

Sumber : data oleh statistika

Dari hasil uji validitas yang dilakukan, dari 45 item terdapat 15 aitem yang valid dan 30 aitem lainnya tidak valid. 15 aitem yang valid, yaitu item nomor 27, 54, 73, 74, 76, 98, 99, 101, 102, 123, 123, 147, 148, 169, 170, 171. Sedangkan 30 item yang tidak valid yaitu 1, 2, 3, 4, 5, 6, 25, 28, 29, 30, 49, 50, 51, 52, 53, 75, 77, 78, 97, 100, 121, 122, 124, 125, 126, 145, 146, 149, 150.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan uji validitas maka diperoleh blueprint baru sesuai dengan aitem-aitem yang layak untuk disebar dalam penelitian skala kesadaran merek sebagai berikut:

Tabel 3.3

No	Indikator	Aitem	jumlah
1	kemampuan mengingat karateristik merek	73, 74, 98, 169	4
2	mengenali merek satu dengan yang lain	27, 99, 123, 147, 170, 76, 148	7
3	kemampuan mengingat simbol dan logo	101, 171, 54, 102	4

b. Validitas skala Persepsi Kualitas

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan pada variabel persepsi kualitas, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.4

No	Aitem	Hasil Korelasi	Nilai Koefisien	Keterangan
1	Aitem 7	0,194	< 0.30	Tidak Valid
2	Aitem 8	0,345	> 0.30	Valid
3	Aitem 9	0,326	> 0.30	Valid
4	Aitem 10	0,444	> 0.30	Valid
5	Aitem 11	0,477	> 0.30	Valid
6	Aitem 12	0,22	< 0.30	Tidak Valid
7	Aitem 31	0,342	> 0.30	Valid
8	Aitem 32	0,501	> 0.30	Valid
9	Aitem 33	0,549	> 0.30	Valid
10	Aitem 34	0,402	> 0.30	Valid
11	Aitem 35	0,094	< 0.30	Tidak Valid
12	Aitem 36	0,277	< 0.30	Tidak Valid
13	Aitem 55	0,26	< 0.30	Tidak Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

14	Aitem 56	0,516	> 0.30	Valid
15	Aitem 57	0,325	> 0.30	Valid
16	Aitem 58	0,066	< 0.30	Tidak Valid
17	Aitem 59	0,218	< 0.30	Tidak Valid
18	Aitem 60	0,422	> 0.30	Valid
19	Aitem 79	0,252	< 0.30	Tidak Valid
20	Aitem 80	0,674	> 0.30	Valid
21	Aitem 81	0,643	> 0.30	Valid
22	Aitem 82	0,406	> 0.30	Valid
23	Aitem 83	0,415	> 0.30	Valid
24	Aitem 84	0,633	> 0.30	Valid
25	Aitem 103	0,338	> 0.30	Valid
26	Aitem 104	0,397	> 0.30	Valid
27	Aitem 105	0,513	> 0.30	Valid
28	Aitem 106	0,398	> 0.30	Valid
29	Aitem 107	0,006	< 0.30	Tidak Valid
30	Aitem 108	0,37	< 0.30	Tidak Valid
31	Aitem 127	-0,117	< 0.30	Tidak Valid
32	Aitem 128	0,423	> 0.30	Valid
33	Aitem 129	0,498	> 0.30	Valid
34	Aitem 130	-0,105	< 0.30	Tidak Valid
35	Aitem 131	-0,151	< 0.30	Tidak Valid
36	Aitem 132	-0,048	< 0.30	Tidak Valid
37	Aitem 151	0,105	< 0.30	Tidak Valid
38	Aitem 152	0,7	< 0.30	Tidak Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

39	Aitem 153	0,52	< 0.30	Tidak Valid
40	Aitem 154	0,377	> 0.30	
41	Aitem 155	0,166	< 0.30	Tidak Valid
42	Aitem 156	-0,348	< 0.30	Tidak Valid
43	Aitem 172	0,443	> 0.30	Valid
44	Aitem 173	0,383	> 0.30	Valid
45	Aitem 174	0,475	> 0.30	Valid

Sumber : data dari spss

Dari hasil uji validitas yang dilakukan, dari 45 item terdapat 26 aitem yang valid dan 19 aitem lainnya tidak valid. 15 aitem yang valid, yaitu item nomor 8, 9, 10, 11, 31, 32, 33, 34, 56, 57, 60, 80, 81, 82, 83, 84, 103, 104, 105, 106, 128, 129, 154, 172, 173, 174. Sedangkan 19 item yang tidak valid yaitu 12, 35, 36, 55, 58, 59, 79, 107, 108, 127, 130, 132, 151, 152, 153, 155, 156.

Berdasarkan uji validitas maka diperoleh blueprint baru sesuai dengan aitem-aitem yang layak untuk disebar dalam penelitian skala persepsi kualitas sebagai berikut :

Tabel 3.5

No	Indikator	Aitem	jumlah
1	Mengenal Kualitas Merek	31, 103, 172, 8, 32, 56, 80, 104, 128	8
2	Mengenal Kualitas Merek Lain	9, 33, 57, 81, 105, 129, 173, 10, 34, 82, 106, 154	12
3	Integritas Merek	11, 83, 174, 60, 84	5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Validitas Skala Loyalitas Merek

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan pada variabel Loyalitas Merek, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.6

No	Aitem	Hasil Korelasi	Nilai Koefisien	Keterangan
1	Aitem 13	0,012	< 0.30	Tidak valid
2	Aitem 14	0,223	< 0.30	Tidak valid
3	Aitem 15	0,611	> 0.30	Valid
4	Aitem 16	0,403	> 0.30	Valid
5	Aitem 17	0,283	< 0.30	Tidak valid
6	Aitem 18	0,029	< 0.30	Tidak valid
7	Aitem 37	0,524	> 0.30	Valid
8	Aitem 38	0,375	> 0.30	Valid
9	Aitem 39	0,543	> 0.30	Valid
10	Aitem 40	0,595	> 0.30	Valid
11	Aitem 41	0,331	> 0.30	Valid
12	Aitem 42	0,452	> 0.30	Valid
13	Aitem 61	0,33	< 0.30	Tidak valid
14	Aitem 62	0,184	< 0.30	Tidak valid
15	Aitem 63	0,53	< 0.30	Tidak valid
16	Aitem 64	0,528	> 0.30	Valid
17	Aitem 65	0,287	< 0.30	Tidak valid
18	Aitem 66	0,443	> 0.30	Valid
19	Aitem 85	0,048	< 0.30	Tidak valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

20	Aitem 86	0,099	< 0.30	Tidak valid
21	Aitem 87	0,58	< 0.30	Tidak valid
22	Aitem 88	0,601	> 0.30	Valid
23	Aitem 89	0,265	< 0.30	Tidak valid
24	Aitem 90	0,231	< 0.30	Tidak valid
25	Aitem 109	0,132	< 0.30	Tidak valid
26	Aitem 110	-0,106	< 0.30	Tidak valid
27	Aitem 111	0,649	> 0.30	Valid
28	Aitem 112	0,384	> 0.30	Valid
29	Aitem 113	0,285	< 0.30	Tidak valid
30	Aitem 114	0,105	< 0.30	Tidak valid
31	Aitem 133	0,147	< 0.30	Tidak valid
32	Aitem 134	-0,11	< 0.30	Tidak valid
33	Aitem 135	0,512	> 0.30	Valid
34	Aitem 136	0,431	> 0.30	Valid
35	Aitem 137	0,212	< 0.30	Tidak valid
36	Aitem 138	0,121	< 0.30	Tidak valid
37	Aitem 157	0,166	< 0.30	Tidak valid
38	Aitem 158	0,088	< 0.30	Tidak valid
39	Aitem 159	0,328	> 0.30	Valid
40	Aitem 160	0,461	> 0.30	Valid
41	Aitem 161	-0,325	< 0.30	Tidak valid
42	Aitem 162	0,087	< 0.30	Tidak valid
43	Aitem 175	0,311	> 0.30	Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

44	Aitem 176	-0,346	< 0.30	Tidak valid
45	Aitem 177	0,508	> 0.30	Valid

Sumber : data dari SPSS

Dari hasil uji validitas yang dilakukan, dari 45 item terdapat 19 aitem yang valid dan 26 aitem lainnya tidak valid. 19 aitem yang valid, yaitu item nomor 15, 16, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 64, 66, 88, 112, 111, 135, 136, 159, 160, 175, 177. Sedangkan 26 item yang tidak valid yaitu 13, 14, 17, 18, 61, 62, 63, 65, 85, 86, 87, 89, 90,109, 110, 113, 114, 133, 134, 137, 138, 157, 158, 161, 162, 176.

Berdasarkan uji validitas maka diperoleh blueprint baru sesuai dengan aitem-aitem yang layak untuk disebar dalam penelitian skala Loyalitas Merek sebagai berikut :

Tabel 3.7

No	Indikator	Aitem	jumlah
1	Kebiasaan Memilih Merek	37, 38, 175	3
2	Kepuasan Terhadap merek	15, 39, 111, 135, 159, 16, 40, 64, 88, 112, 136, 160	12
3	Kefanatikan Terhadap Merek	41, 42, 66, 177	4

d. Validitas Skala Niat Beli

Berdasarkan uji validitas yang dilakukan pada variabel Niat Beli, didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.8

No	Aitem	Hasil Korelasi	Nilai Koefisien	Keterangan
1	Aitem 19	0,399	> 0.30	Valid
2	Aitem 20	0,317	> 0.30	Valid
3	Aitem 21	0,295	< 0.30	Tidak Valid
4	Aitem 22	0,355	> 0.30	Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5	Aitem 23	0,15	< 0.30	Tidak Valid
6	Aitem 24	0,232	< 0.30	Tidak Valid
7	Aitem 43	0,088	< 0.30	Tidak Valid
8	Aitem 44	0,571	> 0.30	Valid
9	Aitem 45	0,718	> 0.30	Valid
10	Aitem 46	0,404	> 0.30	Valid
11	Aitem 47	-0,058	< 0.30	Tidak Valid
12	Aitem 48	0,23	< 0.30	Tidak Valid
13	Aitem 67	0,47	< 0.30	Tidak Valid
14	Aitem 68	0,57	< 0.30	Tidak Valid
15	Aitem 69	-0,175	< 0.30	Tidak Valid
16	Aitem 70	0,449	> 0.30	Valid
17	Aitem 71	0,084	< 0.30	Tidak Valid
18	Aitem 72	0,498	> 0.30	Valid
19	Aitem 91	0,472	> 0.30	Valid
20	Aitem 92	0,604	> 0.30	Valid
21	Aitem 93	0,255	< 0.30	Tidak Valid
22	Aitem 94	0,338	> 0.30	Valid
23	Aitem 95	0,558	> 0.30	Valid
24	Aitem 96	0,728	> 0.30	Valid
25	Aitem 115	0,533	> 0.30	Valid
26	Aitem 116	0,653	> 0.30	Valid
27	Aitem 117	0,222	< 0.30	Tidak Valid
28	Aitem 118	0,35	< 0.30	Tidak Valid
29	Aitem 119	-0,079	< 0.30	Tidak Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

30	Aitem 120	0,352	> 0.30	Valid
31	Aitem 133	0,482	> 0.30	Valid
32	Aitem 134	0,546	> 0.30	Valid
33	Aitem 135	0,533	> 0.30	Valid
34	Aitem 136	0,435	> 0.30	Valid
35	Aitem 137	0,19	< 0.30	Tidak Valid
36	Aitem 138	0,416	> 0.30	Valid
37	Aitem 163	0,134	< 0.30	Tidak Valid
38	Aitem 164	0,012	< 0.30	Tidak Valid
39	Aitem 165	0,118	< 0.30	Tidak Valid
40	Aitem 166	-0,039	< 0.30	Tidak Valid
41	Aitem 167	0,16	< 0.30	Tidak Valid
42	Aitem 168	0,045	< 0.30	Tidak Valid
43	Aitem 178	0,462	> 0.30	Valid
44	Aitem 179	0,16	< 0.30	Tidak Valid
45	Aitem 180	0,021	< 0.30	Tidak Valid

Sumber : data dari SPSS

Dari hasil uji validitas yang dilakukan, dari 45 item terdapat 22 aitem yang valid dan 23 aitem lainnya tidak valid. 22 aitem yang valid, yaitu item nomor19, 20 22, 44, 45, 46, 70, 72, 91, 92, 94, 95, 96, 115, 116, 120, 139, 140, 141, 142, 138, 178. Sedangkan 22 item yang tidak valid yaitu 21, 23, 24, 43, 47, 48, 67, 68, 69, 71, 93, 117, 118, 119, 137, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 179, 180 .

Berdasarkan uji validitas maka diperoleh blueprint baru sesuai dengan aitem-aitem yang layak untuk disebar dalam penelitian skala Niat Beli sebagai berikut :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 3.9

No	Indikator	Aitem	jumlah
1	Kesediaan Untuk Membeli merek	19, 91, 115, 139, 178, 20, 44, 92, 116, 140	10
2	Kesediaan Untuk menggunakan Merek tersebut	45, 141, 22, 46, 70, 94, 142	7
3	Kesediaan Untuk Mempertimbangkan Pembelian	95, 72, 96, 120, 144	5

e. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu kewaktu. (Ghozali, 2012 : 47) Koefisien alfa (Cronbach Alpha) merupakan rata-rata seluruh koefisien paruh bagian (*split-half)* yang berasal dari cara pembagian item-skala yang berbeda.

Bila perbedaan itu sangat besar dari waktu ke waktu, maka hasil pengukuran dikatakan sebagai tidak reliabel (Azwar, 2010).

Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan alat bantu SPSS uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60

.

Konsistensi jawaban ditunjukkan oleh tingginya *koefisien alpha* (*cronbach*). Semakin mendekati 1 koefisien dari variabel semakin tinggi konsistensi jawaban butir-butir pertanyaan semakin dapat dipercaya. Reliabilitas kurang dari 0,6 dipertimbangkan (kurang baik), 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 dianggap baik (Sekaran,1992:72). Menurut Nunnally dalam (Ghozali ,2006:62) suatu variable dapat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikatakan reliabel apabila memiliki *koefisien Cronbach's Alpha* lebih besar atau sama dengan 0,6 tetapi jika nilai Alpha < 60% hal ini mengidentifikasikan ada beberapa responden yang menjawab tidak konsisten.

6. Teknik Analisis

- Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2,….X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Ada beberapa hal yang harus dipenuhi apabila menggunakan teknis analisis regresi linier ganda, yaitu :

- Data semua variabel berbentuk data kuantitatif.
- Data berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- Varian distribusi variabel tergantung harus konstan untuk semua nilai variabel bebas.
- Hubungan semua variabel harus linier dan semua observasi harus saling bebas (Muhid, 2010).

Untuk memenuhi syarat yang harus dipenuhi sebelum melakukan analisis regresi linier berganda maka terlebih dulu dilakukan uji asumsi prasyarat yakni uji normalitas dan linieritas sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui kenormalan distribusi sebaran skor variabel apabila terjadi penyimpangan sejauh mana penyimpangan tersebut. Uji ini menggunakan Kolmogorov-

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Smirnov dan Shaphiro-Wilk adalah jika taraf signifikansi (significance level) < 0,05, maka data berdistribusi **normal**. Sebaliknya jika taraf signifikansi (significance level) > 0,05, maka data berdistribusi **tidak normal**.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel kesadaran merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek dengan niat beli memiliki hubungan yang linier, antara variabel bebas dengan variabel terikat. Selain itu, uji linieritas ini juga diharapkan dapat mengetahui taraf signifikansi penyimpangan dari linieritas hubungan tersebut. Kaidah yang digunakan untuk menguji linieritas hubungan adalah jika signifikansi < 0,05 maka hubungannya adalah linier, sebaliknya jika signifikansi > 0,05 maka hubungannya adalah tidak linier.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id