

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014, p.7).

Menurut Sugiyono (2014, p.2) Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam hal ini penelitian menggunakan metode asosiatif yaitu bentuk penelitian dengan menggunakan minimal dua variable yang dihubungkan (Sugiyono, 2014, p.55). Satu variable *independen* (variable bebas) citra merek (X) dengan *variable dependen* (variable terikat) yaitu keputusan pembelian kamar (Y).

#### **3.2 Sumber Data**

##### **3.2.1 Data Primer**

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer didapat melalui responden, pengamatan serta pencatatan langsung tentang keadaan yang ada di lapangan menurut (Sugiyono, 2014, p.20). Data yang digunakan berasal dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada pengunjung hotel G Syariah Bandar Lampung, yang sedang melakukan reservasi (menginap) di hotel G Syariah.

### **3.2.2 Data Sekunder**

Data sekunder, sumber data yang tidak memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder, berupa bukti atau catatan secara historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasi dan tidak dipublikasi. Menurut Sugiyono (2014, p.24). Data sekunder umumnya disusun suatu organisasi yang bersangkutan. Data sekunder dapat berupa buku atau berbentuk terbitan secara periodik yang diterbitkan organisasi atau instansi tertentu. Data yang didapat oleh Hotel G sebagai data sekunder adalah okupansi pengunjung serta data hasil Wawancara dengan pihak Manajemen Hotel G Syariah.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data yaitu:

#### **3.3.1 Penelitian Kepustakaan (*Lybrary Research*)**

Dilakukan dengan mengkaji teori dan bahasan yang relevan dengan penyusunan skripsi, seperti data sumber dari berbagai referensi literatur, arsip, dokumentasi, data lain yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

#### **3.3.2 Penelitian Lapangan (*Field Research*)**

Dilakukan dengan cara turun secara langsung kelapangan penelitian untuk memperoleh data-data berkaitan dengan kebutuhan penelitian, data tersebut diperoleh dengan cara:

1. Dokumentasi, dengan membaca buku atau karya ilmiah lain dan sumber data lain, berasal dari media elektronik seperti internet yang punya hubungan dengan penulisan penelitian tentang citra merk, dan keputusan pemebelian di G Syariah Bandar Lampung.
2. Kuesioner, metode pengumpulan data, digunakan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab menurut Sugiyono (2014,

p.142). Pengumpulan data dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden pengunjung hotel G Syariah Bandar Lampung.

3. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah likert. Pengukuran untuk variable independent dan dependent menggunakan teknik scoring untuk memberikan nilai pada setiap alternative jawaban sehingga data dapat dihitung. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu:

- |    |     |                      |        |
|----|-----|----------------------|--------|
| 1. | SS  | = Sangat Setuju      | Skor 5 |
| 2. | S   | = Setuju             | Skor 4 |
| 3. | N   | = Netral             | Skor 3 |
| 4. | TS  | = TidakSetuju        | Skor 2 |
| 5. | STS | = SangatTidak Setuju | Skor 1 |

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi, wilayah generalisasi, terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014, p.140). Populasi dalam penelitian ini adalah 3.724 pengunjung yang menginap di hotel G Syariah Bandar Lampung dengan estimasi dilihat dari penjualan jumlah kamar sejumlah 3.724 ruang kamar dalam periode bulan Maret – Agustus 2017.

#### **3.4.2 Sampel**

Sampel, bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014, p.81). Dari populasi yang telah ditentukan di atas, maka dalam rangka mempermudah melakukan penelitian diperlukan suatu sampel penelitian yang berguna ketika populasi yang diteliti berjumlah besar dalam artian sampel tersebut harus representative atau mewakili dari populasi tersebut. Jadi sampel merupakan bagian

dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik yang digunakan *non probability sampling*, serta *Convenience Sampling* untuk pengambilan sampelnya, dengan kriteria pengambilan sampel adalah pengunjung hotel G Syariah yang benar – benar sedang menginap dan memakai produk hotel G Syariah.

Di penelitian ini, ukuran sampel yang akan diambil ditentukan lewat rumus. Rumus yang akan digunakan dalam pengambilan sampel ini dengan menggunakan Rumus Slovin (Sugiyono, 2014, p.63):

$$n = \left[ \frac{N}{1 + N \cdot (e)^2} \right]$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel dari jumlah populasi yang ingin diperoleh

N : Ukuran populasi

e : tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolelir.

Tingkat kepercayaan 90% (e = 0,1%) artinya peneliti menyakini kesalahan duga terhadap sampel hanya sebesar 10% serta dengan batasan eror sebesar 10% yang berarti peneliti hanya mentolelir kesalahan responden dalam proses pencarian data tidak boleh melebihi jumlah 10% dari keseluruhan responden karena itu besaran sampel adalah :

$$n = \left[ \frac{3724}{1 + 3724 \cdot (0,1)^2} \right]$$

$$n = \left[ \frac{3724}{1 + 37,24} \right]$$

$$n = \frac{3724}{38,24} = 97 \text{ r}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sejumlah 97 sampel

### 3.5 Variable Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2014, p.30).

#### 3.5.1 Variabel Independen

Variabel (X) atau Independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah citra merek (X)

#### 3.5.2 Variabel Dependen

Variabel (Y) dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian kamar.

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variabel yang sedang diteliti adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep variabel	Indikator
Citra Merk (X)	1. Citra Korporat	a. Hotel melati 3 dengan berkonsep syar'i (syariah compliant hotel) dengan taat pada ketentuan – ketentuan dalam bersyariah tetapi tetap menghormati perbedaan beragama pengunjung lain, b. Menjaga kualitas layanan, serta meningkatkannya dengan kualitas berupa fasilitas serta pemberian layanan maksimal (agar customer betah/homey tinggal di hotel) c. Mampu bersaing dengan hotel berstandart serupa bahkan dengan hotel di atasnya (hotel berbintang)
	2. Citra Produk	a. <i>TANGIBLE</i> Fasilitas Hotel Lokasi / Lahan Parkir Arsitektur Bangunan Hotel Ruang / Kamar Hotel b. <i>EMPATHY</i> Perhatian Kepedulian

Variabel	Konsep variabel	Indikator
		c. <i>RESPONSIVENESS</i> Kesiediaan menyampaikan jasa layanan hotel Layanan Segera dan Cepat Kesiediaan untuk membantu Kesiediaan untuk Meresponse d. <i>RELIABILITY</i> Ketepatan Layanan e. <i>ASSURANCE</i> <i>Kepercayaan dan Kejujuran Karyawan</i> <i>Kesantunan Karyawan</i>
	3. Citra Pemakai	a. Customer Merasa Kadar Keislaman Terjaga Bak Saat Menginap b. Serasa Homie Seperti di Rumah c. Tentram tinggal di Hotel berkonsep Syariah.

### 3.6.1 Keputusan Pembelian

Tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari lima tahap menurut (Kotler & Armstrong, 2012, p.176) yaitu :

#### 1) Pengenalan masalah

Proses pembelian pertama dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal. Para pemasar perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu. Dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen, Para pemasar dapat mengidentifikasi rangsangan yang paling sering membangkitkan minat akan kategori yang mampu memicu minat konsumen.

#### 2) Pencarian informasi

Konsumen yang terangsang akan kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Kita dapat membaginya ke dalam dua level rangsangan. Situasi pencarian informasi yang lebih ringan dinamakan penguatan perhatian. Pada level itu orang hanya sekedar lebih peka terhadap informasi produk. Pada level selanjutnya, orang itu mungkin masuk ke pencaharian informasi secara aktif Seperti mencari bahan bacaan,

menelpon teman, dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk tertentu. Sumber informasi konsumen di golongan kedalam empat kelompok :

- a. Sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga, kenalan.
- b. Sumber komersial : iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan, pajangan di toko.
- c. Sumber publik : media masa, organisasi penentu peringkat konsumen.
- d. Sumber pengalaman : pengenalan, pengkajian, pemakaian produk.

### 3) Evaluasi alternatif

Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan, dan model yang terbaru memandang proses evaluasi konsumen sebagai proses yang berorientasi kognitif, yaitu model tersebut menganggap konsumen membentuk penilaian atas produk dengan sangat sadar dan rasional. Beberapa konsep dasar akan membantu kita memahami proses evaluasi : pertama konsumen berusaha memenuhi kebutuhan. Kedua, konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan tu. Para konsumen memiliki sikap yang berbeda-beda dalam memandang berbagai atribut yang dianggap relevan dan penting. Mereka akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang memberikan manfaat yang dicarinya.

### 4) Keputusan pembelian

Dalam tahap evaluasi, para konsumen membentuk preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Konsumen tersebut juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang disukai.

## 5) Perilaku Pascapembelian

Setelah pembelian dilakukan, konsumen akan selalu siaga terhadap informasi yang mendukung keputusannya. Konsumen akan membandingkan produk yang telah ia beli, dengan produk lain. Hal ini dikarenakan konsumen mengalami ketidakcocokan dengan fasilitas-fasilitas tertentu pada barang yang telah ia beli, atau mendengar keunggulan tentang merek lain.

**Tabel 3.2**  
Tabel Indikator Penelitian

<b>Indikator Citra Merk (Syariah Compliant Hotel) ( X )</b>	<b>Skala Pengukuran ( X )</b>	<b>Indikator Keputusan Pembelian ( Y )</b>	<b>Skala Pengukuran ( Y )</b>
1. Citra Korporat CM1 – CM3 - CM1 : G Hotel Syariah mengadopsi konsep Syar'i (Makanan standart halal, tamu menginap harus muhrim jika sepasang, sebagian keuntungan kembali ke ummat lewat zakat). - CM2 : G Hotel Syariah Hotel kelas Melati 3 tetapi dengan kualitas hotel Bintang. - CM3 : G Hotel Syariah hotel kelas Melati 3 tetapi dengan standard pelayanan seperti hotel Bintang.	Likert	1. Pengenalan Masalah KP1 – KP2 - KP1 : Pilihan utama hotel anda saat menginap di Bandar Lampung adalah G Hotel Syariah. - KP2 : Setiap akan menginap di Hotel, Syar'i hotel adalah pilihan utama bagi saya	Likert
2. Citra Produk / Konsumen CM4 – CM12 ( TERRA ) TANGIBLE ( CM4 – CM6 ) - CM4 : G Hotel Syariah Lokasinya Strategis dengan halaman dan lahan parkir luas. - CM5 : Bentuk Bangun G Hotel Syariah unik, tidak seperti hotel tetapi tetap dinamis juga nyaman serta menyatu dengan alam. - CM6 : Kamar Hotel di G Syariah, fasilitas memadai, nyaman sesuai	Likert	2. Pencarian Informasi KP3 – KP7 - KP3 : Dalam memutuskan lokasi tempat menginap saya terlebih dulu mencari preferensi tempat dan info perihal tempat yang akan saya inapi - KP4 : Pertimbangan Lokasi menginap saya peroleh dari keluarga terdekat - KP5 : Pertimbangan Lokasi menginap saya peroleh dari melihat spanduk ataupun iklan baliho di jalan	Likert

Indikator Citra Merk (Syariah Compliant Hotel) ( X )	Skala Pengukuran ( X )	Indikator Keputusan Pembelian ( Y )	Skala Pengukuran ( Y )
<p>dengan ketentuan syar'i (ruang pertemuan, arah kiblat, prayer mate sajadah di ruangan kamar, Mushalla).</p> <p>EMPATHY ( CM7 )</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- CM7 : Karyawan G Hotel Syariah Ramah, hangat dalam pelayanannya dan syar'i dalam keseharian (Resepsionis Jilbab, Sapaan Assalamu'alaikum)</li> </ul> <p>RESPONSIVENESS ( CM8 - CM9 )</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- CM8 : Karyawan tanggap dalam pelayanannya</li> <li>- CM9 : Karyawan responsive terhadap maunya customer</li> </ul> <p>RELIABLE ( CM10 )</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- CM10 : Karyawan cepat dan tepat dalam servicenya kepada customer.</li> </ul> <p>ASSURANCE ( CM11 – CM12 )</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- CM11 : Karyawan jujur dan dapat dipercaya</li> <li>- CM12 : Karyawan teliti dan bertanggung jawab</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- KP6 : Pertimbangan Lokasi menginap saya peroleh dari informasi media ( cetak / elektronik )</li> <li>- KP7 : Pertimbangan Lokasi menginap saya peroleh dari pengalaman coba – coba untuk menginap di setiap lokasi penginapan ( referensi dari hotel yang pernah saya inapi )</li> </ul>	
<p>3. Citra Pemakai CM14 – CM16</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- CM14 : Anda merasa terjaga ( keimanannya ) dengan adanya hotel berkonsep halal dan sesuai syar'i</li> <li>- CM15 : Anda merasa tenang saat tinggal di lingkungan hotel berkonsep syar'i</li> <li>- CM16 : Anda serasa di rumah saat tinggal di Hotel G Syariah</li> </ul>	Likert	<p>3. Evaluasi Alternatif KP8 – KP11</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- KP8 : Pertimbangan untuk menginap di G Hotel syariah karena cocok dengan konsep Hotelnya</li> <li>- KP9 : Pertimbangan untuk menginap di G Hotel syariah karena keadaan hotel nyaman dengan kondisi keadaan hotel serta fasilitasnya</li> <li>- KP10: Pertimbangan untuk menginap di G Hotel syariah karena merasa seperti di rumah ( karyawan dan tamu menginap tidak ada jarak,</li> </ul>	Likert

Indikator Citra Merk (Syariah Compliant Hotel) ( X )	Skala Pengukuran ( X )	Indikator Keputusan Pembelian ( Y )	Skala Pengukuran ( Y )
		ramah, hangat ) - KP11 : Pertimbangan untuk menginap di G Hotel syariah karena cocok dengan harganya yang murah	
		4. Keputusan Pembelian KP12 – KP14 - KP12 : Pertimbangan untuk menjadikan G Hotel Syariah pilihan utama menginap karena merasa percaya, nyaman pada semua yang diberikan hotel kepada saya sebagai tamu - KP13 : G Hotel Syariah adalah second choice saat hotel yang jadi tujuan saya menginap penuh - KP14 : G Hotel Syariah adalah second choice saat hotel yang jadi tujuan saya menginap tidak cocok dari sisi harganya	Likert
		5. Perilaku Pasca Pembelian KP15 – KP17 - KP15 : G Hotel Syariah akan direkomendasikan sebagai pilihan utama tempat menginap kepada keluarga terdekat - KP16 : G Hotel Syariah akan direkomendasikan sebagai pilihan utama tempat menginap karena selain nyaman, fasilitas baik juga sesuai dengan syar'i atau sesuai dengan tuntunan agama manapun - KP17 : G Hotel Syariah akan direkomendasikan sebagai pilihan utama tempat menginap, karena selain sebagai tempat menginap G Hotel Syariah juga sebagai ladang pahala serta da'wah	Likert

### 3.7 Uji Persyarat Instrumen

#### 3.7.1 Uji Validitas

Instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut bias mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2014, p.121) . Cara pengujian validitas dapat diketahui dengan menghitung korelasi antara skor butir pertanyaan citra merek (X) dengan skor total keputusan pemesanan kamar pada hotel G Syariah Bandar Lampung (Y). Metode uji kevalidan yang digunakan adalah *Product Moment* dengan menggunakan bantuan program **IBM SPSS 21.0** (*Statistical program dan service solution seri 21.0*)

Kriteria Pengujian :

1. Apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima.  
Apabila nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak
2. Apabila probabilitas sig  $<$  0.05 maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima.  
Apabila probabilitas sig  $>$  0.05 maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  ditolak
3. Pengujian Validitas instrumen dilakukan melalui program IBM SPSS 21.0 (*Statistical program dan service solution seri 21.0*).
4. Menentukan kesimpulan dengan berdasarkan hipotesis berdasarkan nilai probabilitas yang ditetapkan. Dengan membandingkan antara  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  maka akan disimpulkan instrument tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

#### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengatur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur keandalannya (Sugiyono, 2014, p.121). Suatu ukuran atau alat ukur yang dapat dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi. Jika alat ukur tersebut stabil maka dapat diandalkan, walaupun alat ukur tersebut digunakan berkali-kali, dan hasilnya juga akan serupa. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS 21.0 (*Statistical program dan service solution seri*

21.0). Selanjutnya untuk menginter prestasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi :

**Tabel 3.3**

Interprestasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat rendah

Sumber: Sugiyono (2010)

1. Kriteria Pengujian pada Uji Reabilitas yaitu :
  - a. Bila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrument reliabel
  - b. Bila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen tidak reliabel
2. Pengujian reliabilitas angket dilakukan melalui program IBM SPSS (*Statistical Program and ServiceSolution Seri 21.0*)
3. Penjelasan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{table}$  maka dapat disimpulkan instrument tersebut dinyatakan reliable atau sebaliknya.

### 3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

#### 3.8.1 Uji Normalitas

Sebelum uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji normalitas. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak (Edi Riadi, 2016, p.105). Alat uji yang digunakan adalah model *kolmogorov smirnov* hasil ini bertujuan untuk memperkecil tingkat kesalahan dan mengetahui apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.

Kriteria pengujian dilakukan dengancara:

1.  $H_0$ : data berdistribusi normal  
 $H_a$ : data berdistribusi tidak normal

2. Jika nilai Sig > (0,025) maka Ho di tolak Ha diterima. Jika nilai Sig < (0,025) maka Ho diterima Ha ditolak
3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program IBM SPSS 21.0 (*Statistical program dan service solution seri 21.0*)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari 1 dan 2 butir, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variable X normal atau tidak normal.

### 3.8.2 Uji Homogenitas

Uji homogenitas sampel adalah untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil dari populasi itu bervariasi homogeny atau tidak (Edi Riadi, 2016, p.127). Dalam penelitian ini akan menggunakan uji test *homogeneity of variances*.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Ho : Varian populasi adalah homogen  
Ha: Varian populasi adalah tidak homogen
2. Jika probabilitas (sig) > 0.05 maka (Alpha) Ho diterima Jika probabilitas (sig) < 0.05 maka (Alpha) Ho ditolak
3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program IBM SPSS 21.0 (*Statistical program dan servicesolution seri 21.0*)
4. Penjelasan dan kesimpulan dari 1 dan 2 butir, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variable X homogeny atau tidak homogen.

### 3.8.3 Uji Linieritas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat, atau kubik. Dengan uji linieritas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linier, kuadrat atau kubik ada beberapa uji linieritas yang dapat dilakukan salah satunya dengan *compare means*.

Rumusan Hipotesis:

1. Ho: model regresi berbentuk linier  
Ha: model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas (Sig) < 0,05 (Alpha) maka Ho ditolak Jika probabilitas (Sig) > 0,05 (Alpha) maka Ho diterima. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program IBM SPSS (*Statistical program dan service solution seri 21.0*)
3. Penjelasan dan kesimpulan dari 1 dan 2 butir, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variable X berbentuk linier atau tidak berbentuk linier.

### 3.9 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variable dan respon, mentabulasi data berdasarkan variable dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan menurut (Sugiyono, 2014, p.206)

#### Regresi Linier Sederhana

Dalam regresi linier sederhana hanya terdapat dua buah variabel yang digunakan, sebaliknya jika terdapat lebih dari dua variabel yang terlibat maka disebut regresi dan kolerasi berganda. Analisa ini akan memberikan hasil apakah antara variabel – variabel yang telah diteliti atau sedang dianalisa terdapat sebuah hubungan, baik saling berhubungan, saling mempengaruhi dan seberapa besar tingkat hubungannya. Pada dasarnya analisis ini menganalisa hubungan dua variabel dimana membutuhkan dua kelompok hasil observasi atau pengukuran sebanyak n ( data ). Data hubungan antara variabel X dan Y berdasarkan dua hal yaitu :

1. Penentuan bentuk persamaan yang sesuai guna meramalkan rata – rata Y melalui X atau rata – rata X melalui Y dan menduga

kesalahan selisih peramalan. Hal ini menitikberatkan pada observasi variabel tertentu, sedangkan variabel – variabel lain dikonstantir pada berbagai tingkat atau keadaan, ini yang dinamakan dengan regresi.

2. Pengukuran derajat keeratan antara variabel X dan Y. Derajat ini tergantung pada pola variasi atau interelasi yang bersifat simultan dari variabel X dan Y. Pengukuran ini disebut korelasi.

### 3.10 Pengujian Hipotesis

#### Uji t

##### 1. Pengaruh citra merk (X) Terhadap keputusan pembelian (Y)

Ho = citra merk (X) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kamar (Y) pada hotel G Syariah Bandar Lampung.

Ha = citra merk (X) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kamar (Y) pada hotel G Syariah Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan

- a. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka Ho ditolak
- b. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka Ho diterima