

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentang “Pengaruh *Brand Image* Prostreet terhadap Keputusan Pembelian”, pengambilan data survei yang penulis tetapkan ini diberlakukan pada *Followers* Instagram Prostreet dengan menyebarkan atau membagikan kuesioner secara online menggunakan Google Form dan menyebarkan melalui *direct message* Instagram. Adapun waktu penelitian yang dilakukan dimulai dari bulan Juli sampai dengan bulan November 2022.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:8) metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivism, yang informasi mengenai hal tersebut, yang kemudian dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017 :38) digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dengan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode survey. Metode survey merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh data dari suatu tempat yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan sikap dalam pengambilan data, seperti dengan mengedarkan kuisisioner, test, wawancara yang terstruktur (Sugiyono 2017:6).

Metode survey merupakan penelitian yang sumber data dan informasi utamanya diperoleh dari responden sebagai sampel penelitian yang menggunakan kuisisioner atau angket sebagai instrument pengumpulan data.

D. Definisi Variabel dan Operasional Variabel

1. Definisi Variabel Penelitian

Variabel merupakan segala sesuatu dengan bentuk apa saja yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari hingga memperoleh mengenai hal

tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017 : 38).

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yakni :

a. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas (X) merupakan variabel yang mempengaruhi sebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2017:39). Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah Brand Image.

b. Variabel Terikat (*Dependent*)

Variabel terikat (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi sebuah akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017:39). Variabel terikat (X) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

2. Operasional Variabel

Operasional variabel yang menjadi objek dalam penelitian ini memiliki dimensi-dimensi sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Indikator Variabel X
(*Brand Image*)

Variabel	Dimensi	Indikator
<i>Brand Image</i> (X) (Kotler dan Keller, 2016:347)	<i>Favorability of brand association</i> atau Keunggulan asosiasi merek	1. Manfaat sebuah produk 2. Variasi produk yang banyak dan beragam 3. Kesesuaian permintaan produk dengan kualitas
	<i>Strength of brand association</i> atau Kekuatan asosiasi merek	1. Nilai sebuah merek 2. Informasi produk yang melekat pada benak konsumen 3. Perspektif suatu merek
	<i>Uniqueness of Brand association</i> atau Keunikan asosiasi merek	1. Ciri khas suatu produk 2. Nilai tambah pada suatu produk

Tabel 3.2
Definisi Operasional dan Indikator Y
(Keputusan Pembelian)

Variabel	Dimensi	Indikator
Keputusan Pembelian (Y) (Kotler dan Armstrong, 2016:176)	Pengenalan Masalah	1. Mempersepsikan perbedaan antara suatu merek dengan merek lain. 2. Kebutuhan yang dirasakan.
	Pencarian Informasi	1. Mencari informasi yang sudah pernah didapatkan (internal). 2. Mencari informasi dari luar lingkungan (eksternal).
	Evaluasi Alternatif	1. Mengetahui beberapa merek dengan produk yang sama. 2. Menentukan pilihan merek utama yang mungkin akan dipilih dari berbagai merek
	Keputusan Pembelian	1. Alternatif pilihan yang disukai. 2. Faktor harga yang membuat konsumen mengambil keputusan pembelian.
	Perilaku Pasca Pembelian	1. Rasa kepuasan atau tidak kepuasan oleh konsumen terhadap merek yang dipilih. 2. Melakukan pembelian ulang atau tidak pada merek tersebut.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi memiliki definisi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek maupun subjek yang terdapat kualitas serta karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:130). Populasi bertujuan untuk menentukan berapa banyak sampel yang dapat diambil agar bisa dijadikan sebuah objek atau subjek penelitian.

Karakteristik populasi yang ditetapkan pada penelitian ini merupakan *followers* Instagram Prostreet yang sudah pernah membeli produk dari Prostreet serta menandai postingannya dengan tag @prostreetid mulai dari tanggal 28 Januari sampai 28 Februari 2022. Maka dari itu total populasi berdasarkan yang sudah ditetapkan berjumlah 133.000 *followers* dan kemudian dipecah dengan karakteristik populasi seperti :

1. Pengguna aktif akun media sosial Instagram.
2. Orang-orang yang menggunakan aplikasi Instagram dan menjadi pengikut (*followers*) akun Instagram @prostreetid.
3. Orang-orang yang menandai postingan pribadi di Instagram menggunakan produk Prostreet dengan tag @prostreetid.
4. Orang-orang yang sudah pernah membeli produk dari @prostreetid.

Tabel 3.3
Hasil Karakteristik Populasi Berdasarkan Jumlah Tag @prostreetid

No.	Tanggal/Bulan/Tahun	Jumlah
1	28 Januari 2022	14 tag
2	29 Januari 2022	9 tag
3	30 Januari 2022	21 tag
4	31 Januari 2022	29 tag
5	1 Februari 2022	26 tag
6	2 Februari 2022	19 tag
7	3 Februari 2022	6 tag
8	4 Februari 2022	10 tag
9	5 Februari 2022	8 tag
10	6 Februari 2022	14 tag
11	7 Februari 2022	16 tag
12	8 Februari 2022	11 tag
13	9 Februari 2022	17 tag
14	10 Februari 2022	7 tag
15	11 Februari 2022	15 tag
16	12 Februari 2022	8 tag
17	13 Februari 2022	14 tag
18	14 Februari 2022	17 tag
19	15 Februari 2022	15 tag
20	16 Februari 2022	8 tag
21	17 Februari 2022	3 tag
22	18 Februari 2022	6 tag
23	19 Februari 2022	8 tag
24	20 Februari 2022	7 tag
25	21 Februari 2022	19 tag
26	22 Februari 2022	11 tag

No.	Tanggal/Bulan/Tahun	Jumlah
27	23 Februari 2022	10 tag
28	24 Februari 2022	5 tag
29	25 Februari 2022	4 tag
30	26 Februari 2022	5 tag
31	27 Februari 2022	7 tag
32	28 Februari 2022	9 tag
	Total	378 tag

Terdapat 378 unggahan dari akun yang menandai @prostreetid di akun Instagram Prostreet. Adapun total jumlah yang menandai instagram Prostreet sebanyak 378 tag pada akun instagram.

Tabel 3.4
Jumlah *Followers* Instagram Prostreet

No.	Akun Instagram	Jumlah <i>Followers</i>
1.	@prostreetid	133.000

Sumber : <https://instagram.com/prostreetid> (Diakses pada tanggal 18 Mei 2022, pukul 16:26)

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2018:131) merupakan faktor dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam sudut pandang yang lain, sampling atau yang diketahui dengan teknik pengambilan sampel merupakan sebuah teknik penentuan suatu sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila yang ditemui cocok dengan sumber data tersebut (Sugiyono, 2018:138).

Menurut Sugiyono (2017:82) *Non Probability Sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau

kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh. *Non probability sampling* dikenal sebagai sebuah elemen populasi yang dipilih tidak diketahui atau teknik pengambilan sampel ini tidak memberikan peluang bagi setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel.

Jenis untuk teknik pengambilan sampel ini menggunakan purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. *Purposive Sampling* dapat digunakan pada penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi (Sugiyono, 2016:85).

Dari hasil jumlah followers akun Instagram @prostreetid sebanyak 133.000 (seratus tiga puluh tiga ribu), kemudian dipecah lagi untuk *followers* Instagram Prostreet yang hanya menandai dengan tag @prostreetid di akun followers tersebut sebanyak 378. Maka untuk mengetahui berapa jumlah sampel yang diambil dengan menggunakan perhitungan dari rumus Slovin sebagai berikut:

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

$$n = \frac{378}{378 (10\%)^2 + 1}$$

$$n = \frac{378}{378 (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{378}{4,78}$$

$$n = 79,0$$

$$= 79 \text{ (dibulatkan)}$$

F. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini untuk menyatakan tanggapan dari responden terhadap seluruh pernyataan yang diberikan yaitu menggunakan skala likert. Skala likert memiliki fungsi untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi individu atau sekelompok orang (Sugiyono, 2017:92).

Pada umumnya, skala likert memiliki 5 pilihan jawaban, namun dalam penelitian ini peneliti menggunakan model empat pilihan (skala empat). Hal ini digunakan untuk menghindari jawaban keraguan oleh responden. Menurut Widyoko (2016:104), jawaban seluruh item komponen yang menggunakan pengukuran skala likert memiliki gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif dan jawab tersebut dapat diberi skor sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Setuju

4 = Sangat Setuju

Tabel 3.5

Kategori Penelitian dengan Skala Likert

No.	Kategori	Penilaian
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

G. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2016:193), teknik pengumpulan data merupakan suatu langkah yang dinilai strategis dalam penelitian, karena memiliki tujuan utama dalam memperoleh data. Terdapat dua Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017:193), data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengolah data atau peneliti. Data primer diperoleh secara langsung dari responden dengan cara penyebaran kuisioner pada *followers* akun Instagram Prostreet.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2012:141) data sekunder adalah sumber data yang didapatkan dengan membaca, mempelajari, dan memahami melalui media dengan sumber literatur, buku-buku, dokumen. Dalam hal ini, data sekunder yang dikumpulkan berisikan informasi dan teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian berasal dari buku-buku tentang komunikasi, jurnal, internet, penelitian terdahulu berupa skripsi dan hasil laporan yang terkait dengan komunikasi advertising.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara perhitungan hingga pengkajian data yang telah terkumpul agar dapat menjawab rumusan masalah serta akan memperoleh kesimpulan dari sebuah penelitian (Sugiyono, 2018:285).

1. Uji Regresi Linier

Uji regresi digunakan untuk menguji hubungan pengaruh kedua variabel, yaitu antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Pengujian ini bermaksud untuk mengetahui seberapa besar kekuatan variabel X berhubungan dengan variabel Y dan dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Beli Konsumen

a = Nilai intercept (konstan) atau harga Y bila X = 0

b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel

dependen yang didasarkan pada variabel independent. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = Sebagai nilai Rebranding

2. Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkatan 0,1. Jika probability t lebih kecil dari 0,1 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Rumus :

Jika sig dari Fhitung < 0,01 atau 0,05 atau 0,1 maka Ho ditolak

Jika sig dari Fhitung > 0,01 atau 0,05 atau 0,1 maka Ho diterima

3. Uji Hipotesis

Untuk menguji pengaruh variabel X dengan variabel Y yang telah didapat maka dapat dilakukan uji hipotesis. Pengujian hipotesis menggunakan uji t dengan rumus;

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

Keterangan :

r = Koefisien korelasi antara X dan Y

n = Jumlah sampel

maka dengan demikian :

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H0 ditolak dan H1 diterima (memiliki pengaruh)

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H0 diterima dan H1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

I. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas merupakan instrumen atau alat ukur yang valid yang digunakan untuk mengukur dan mendapatkan data tersebut valid (Sugiyono,

2017:121). Maka dari itu dalam mengukur tingkat validitas dan reliabilitas tersebut dapat menggunakan software IBM SPSS (*Statistic Package for Social Science*) versi 23,0 for windows. Kemudian data yang telah terkumpul dimasukkan kedalam program SPSS tersebut untuk mengetahui hasil nilai dari sebuah data penelitian.

SPSS adalah software yang digunakan untuk mengolah data statistik. Untuk mengukur uji validitas dan reliabilitas peneliti terlebih dahulu akan melakukan penelitian kepada 30 responden dari Komunitas Helmet Addict Tangerang Selatan yang merupakan *followers* Instagram Prostreet dengan kriteria sebagai berikut :

1. Pengguna aktif akun media sosial Instagram.
2. Orang-orang yang menggunakan aplikasi Instagram dan menjadi pengikut (*followers*) akun Instagram @prostreetid.
3. Orang-orang yang menandai postingan pribadi di Instagram dengan tag @prostreetid.
4. Orang-orang yang sudah pernah membeli produk dari @prostreetid.

Setelah itu, kuesioner akan dibagikan melalui aplikasi whatsapp dan juga *direct message* pada Instagram.

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan sebuah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada suatu objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh penelitian (Arikunto, 2010:267). Dengan demikian uji validitas menyatakan bahwa instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian apakah dapat digunakan atau tidak. Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dapat menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang diukur dengan menggunakan program SPSS versi 23. Berikut kriteria penilaian uji validitas sebagai berikut :

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat dikatakan kuesioner tersebut valid
- b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat dikatakan kuesioner tidak valid.

Menurut Priyatno (2014:51) uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa cermat sebuah pernyataan dalam kuesioner yang akan ditanyakan kepada responden. Bila suatu instrumen penelitian tersebut valid maka pengujian tersebut dapat digunakan untuk meneliti lebih lanjut. Oleh karena itu, kuesioner disebar terlebih dahulu untuk dilakukannya uji validitas dan reliabilitas terhadap 30 responden dari komunitas Helmet Addict Tangerang Selatan dengan teknis berbasis IBM SPSS (*Statistic Program for Social Science*) versi 23.

Untuk mendapatkan hasil perhitungan uji validitas menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

- r : Korelasi X dan Y
- $\sum X$: Jumlah skor dalam sebaran X
- $\sum Y$: Jumlah skor dalam sebaran Y
- $\sum XY$: Jumlah hasil kali skor X dengan skor Y yang berpasangan
- $\sum X^2$: Jumlah skor yang dikuadratkan dari X
- $\sum Y^2$: Jumlah skor yang dikuadratkan dari Y
- N : Banyaknya subjek skor X dan skor Y yang berpasangan
- X : Variabel bebas
- Y : Variabel terikat

Di dalam jawaban dari responden disetiap pernyataan yang ada penulis menggunakan 4 jawaban yang ada dalam pernyataan berikut seperti: Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju. Beberapa kategori

tersebut menggunakan skala likert untuk menentukan nilai pada setiap kategorinya.

Untuk mengetahui tingkat validitas dari setiap pernyataan dalam kuesioner tersebut terdapat beberapa kriteria, dimana suatu instrumen dikatakan valid jika nilai korelasinya lebih besar atau sama dengan r tabel (r hitung $>$ r tabel).

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2010:354), uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut dapat diandalkan jika alat ukur digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama. Metode ini tidak digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes tidak mempunyai pilihan ‘benar’ atau ‘salah’ maupun ‘ya’ atau ‘tidak’, melainkan digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur pada perilaku (Sugiyono, 2018:123).

Tingkat reliabilitas dengan metode Alpha Cronbach diukur berdasarkan skala Alpha 0 sampai dengan 1. Apabila skala tersebut di kelompokkan kedalam lima kelas dengan range yang sama, maka tingkat reliabilitas alpha sebagai berikut:

Tabel 3.6
Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 - 0,20	Kurang Reliabel
0,20 - 0,40	Agak Reliabel
0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
0,60 – 0,80	Reliabel
0,80 – 1,00	Sangat reliabel

J. Hasil Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan sebelum melakukan penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 30 orang responden yang mengetahui citra merek (*brand image*) Prostreet. Hasil uji validitas ini untuk membuktikan valid atau tidaknya setiap butir pernyataan yang diajukan kepada responden. Uji Validitas dengan membandingkan nilai rhitung dengan rtabel. Dalam penelitian ini, nilai df (*degree of freedom*) dapat dihitung $df = n - 2$ maka didapatkan $df = 30 - 2 = 28$. Dengan tingkat signifikansi sebesar 10%, maka nilai rtabel sebesar 0,422. Berikut adalah hasil pengujian validitas :

1. Uji Validitas Variabel X (*Brand Image* Prostreet)

Hasil uji validitas X (*Brand Image* Prostreet) dijelaskan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Variabel X
(*Brand Image* Prostreet)

No.	Pernyataan	rtabel	rhitung	Keterangan
1	X1	0,422	0,574	VALID
2	X2	0,422	0,488	VALID
3	X3	0,422	0,446	VALID
4	X4	0,422	0,603	VALID

Lanjutan

No.	Pernyataan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
5	X5	0,422	0,701	VALID
6	X6	0,422	0,712	VALID
7	X7	0,422	0,556	VALID
8	X8	0,422	0,428	VALID
9	X9	0,422	0,624	VALID
10	X10	0,422	0,616	VALID
11	X11	0,422	0,687	VALID
12	X12	0,422	0,536	VALID
13	X13	0,422	0,537	VALID
14	X14	0,422	0,552	VALID
15	X15	0,422	0,642	VALID
16	X16	0,422	0,605	VALID

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari hasil uji validitas diatas, jika $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$ maka pernyataan tersebut dikatakan valid. jika $r_{\text{tabel}} > r_{\text{hitung}}$ maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

Berdasarkan hasil uji validitas diatas menggunakan SPSS, sebanyak 16 butir pernyataan pada Variabel X (*Brand Image Prostreet*) dapat dikatakan **Valid** karena nilai rhitung lebih besar dari 0,422 (r_{tabel}).

2. Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Hasil uji validitas Y (Keputusan Pembelian) dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.8
Hasil Uji Validitas Variabel Y
(Keputusan Pembelian)

No.	Pernyataan	r _{tabel}	r _{hitung}	Keterangan
1	Y1	0,422	0,450	VALID
2	Y2	0,422	0,600	VALID
3	Y3	0,422	0,589	VALID
4	Y4	0,422	0,715	VALID
5	Y5	0,422	0,725	VALID
6	Y6	0,422	0,667	VALID
7	Y7	0,422	0,651	VALID
8	Y8	0,422	0,633	VALID
9	Y9	0,422	0,428	VALID
10	Y10	0,422	0,558	VALID
11	Y11	0,422	0,450	VALID
12	Y12	0,422	0,550	VALID
13	Y13	0,422	0,533	VALID
14	Y14	0,422	0,456	VALID
15	Y15	0,422	0,434	VALID
16	Y16	0,422	0,579	VALID
17	Y17	0,422	0,457	VALID
18	Y18	0,422	0,750	VALID
19	Y19	0,422	0,522	VALID
20	Y20	0,422	0,589	VALID

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari hasil uji validitas diatas, jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka pernyataan tersebut dikatakan valid. jika $r_{tabel} > r_{hitung}$ maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.

Berdasarkan hasil uji validitas diatas menggunakan SPSS, sebanyak 20

butir pernyataan pada Variabel Y (Keputusan Pembelian) dapat dikatakan **Valid** karena nilai r_{hitung} lebih besar dari 0,422 (r_{tabel}).

K. Hasil Uji Reliabilitas

1. Uji Reliabilitas Variabel X (*Brand Image Prostreet*)

Tabel 3.9

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X
(*Brand Image Prostreet*)

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	16

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom Cronbach's Alpha dari Variabel X (*Brand Image Prostreet*) sebesar 0,871. Berdasarkan ukuran ketetapan Alpha Cronbach's dapat dikatakan bahwa 16 butir pernyataan variable X (*Brand Image Prostreet*) adalah **Sangat Reliabel**.

2. Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Tabel 3.9

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y
(Keputusan Pembelian)

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	20

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat dijelaskan bahwa nilai pada kolom *Cronbach's Alpha* dari Variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 0,889. Berdasarkan ukuran ketetapan *Alpha Cronbach's* dapat dikatakan bahwa 20 butir pernyataan variable Y (Keputusan Pembelian) adalah **Sangat Reliabel**.