

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu Dan Tempat Penelitian

Proses penelitian diawali dengan kegiatan mengidentifikasi permasalahan ditempat yang akan digunakan sebagai lokasi penelitian, melakukan perumusan masalah yang teridentifikasi, pengumpulan dasar teori memperkuat landasan dalam variabel, penyusunan metode dalam pengumpulan data, sampai teknik pengujian yang dilakukan. Waktu dan proses dilakukan pada bulan Mei – Desember 2018. Tempat penelitian yang akan diteliti oleh penulis adalah J.CO pada area Cibubur.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan penelitian ini menggunakan penelitian kausal. Menurut Sugiyono (2014) hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi didalam penelitian tersebut terdapat variabel independen (mempengaruhi) variabel dependen (dipengaruhi), dalam penelitian tersebut untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel independen (X) yaitu citra merek , promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) sebagai variabel dependen. Metode penelitian yang digunakan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015) metode kuantitatif yaitu metode yang digunakan dalam meneliti sample dan pupulasi

penelitian, tehnik pengambilan sample dilakukan dengan random sampling, sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan memanfaatkan instrumen penelitian yang dipakai, analisis data yang digunakan bisa diukur dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan sebelumnya.

Menurut Sugiyono (2016) pengertian metode penelitian adalah :

“Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan SPSS versi 22.

C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel

1. Definisi Variabel

Sugiyono (2016) menerangkan bahwa secara teoritis variabel adalah atribut seseorang atau objek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain. Menurut pengertian tersebut maka dapat dirumuskan bahwa variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut sugiyono (2016) ada dua macam variabel yaitu, *variabel Independen* dan *Variabel Dependen*.

a. Macam-Macam variabel

- *Variabel Independen*, variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya *variabel dependen*
- *Variabel Dependen*, sering disebut sebagai variabel output, kriteria konsekuensi. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

2. Operasional Variabel

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y) (Kotler dan Armstrong, 2014)	Faktor Budaya	1. Kepercayaan Terhadap Produk	Ordinal
		2. Pandangan baik dan buruk terhadap produk	Ordinal
		3. Anjuran untuk memilih produk	Ordinal
	Faktor Sosial	4. Keberadaan teman atau kelompok untuk memilih produk	Ordinal
		5. Keberadaan saudara untuk memilih produk	Ordinal
		6. Keberadaan orangtua untuk memilih produk	Ordinal

Citra Merek (X1) (Abdullah dan Tantri, 2010)	Faktor Pribadi	7. Usia	Ordinal
		8. Pekerjaan	Ordinal
		9. Pendapatan Bulanan	Ordinal
	Faktor Psikologis	10. Motivasi	Ordinal
		11. Pengalaman	Ordinal
		12. Sikap	Ordinal
	Corporate Image	13. Popularitas	Ordinal
		14. Kredibilitas	Ordinal
		15. Jaringan Perusahaan	Ordinal
	User Image	16. Pemakai atau pengguna	Ordinal
		17. Status Sosial	Ordinal
		18. Kenyamanan	Ordinal
	Product Image	19. Atribut bagi produk	Ordinal
		20. Manfaat bagi konsumen	Ordinal
		21. Kualitas atau mutu bagus	Ordinal
	Periklanan	22. Promosi melalui iklan televisi	Ordinal
		23. Media massa	Ordinal
		24. Membangun hubungan dengan pelanggan	Ordinal
Promosi (X2) (Lupyoadi, 2013)	Penjualan Personal		
		25. Insentif penjualan	Ordinal
	Hubungan masyarakat	26. Hubungan yang baik	Ordinal
		27. Membangun citra perusahaan	Ordinal
	Pemasaran langsung	28. Memberikan informasi kepada pelanggan	Ordinal
		29. Membujuk pelanggan	Ordinal

Kualitas Produk (X3) (Garvin dalam Yamit, 2013)	<i>Serviceability</i>	30. Kecepatan	Ordinal
		31. Kompetensi	Ordinal
		32. Kemudahan	Ordinal
	<i>Aesthetics</i>	33. Corak	Ordinal
		34. Rasa	Ordinal
		35. Daya tarik produk	Ordinal
	<i>Perceived</i>	36. Citra	Ordinal
		37. Reputasi produk	Ordinal
		38. Tanggung jawab perusahaan	Ordinal

D. Pengukuran Variabel

Pada kuesioner pengukuran masing-masing variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan metode yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2014). Responden diminta memberikan jawaban terhadap setiap pernyataan mengenai tingkat kesesuaian. Jawaban pada item terdapat lima alternatif sebagaimana tersaji dalam Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert

Pernyataan	Kode	Skor
Sangat Setuju	(SS)	5
Setuju	(S)	4
Netral	(N)	3
Tidak Setuju	(TS)	2
Sangat Tidak Setuju	(STS)	1

Sumber: Sugiyono (2014)

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi penelitian merupakan sekumpulan objek yang ditentukan melalui suatu kriteria tertentu yang akan dikategorikan ke dalam objek. Objek tersebut bisa termasuk orang, dokumen atau catatan yang dipandang sebagai objek penelitian. Sugiyono (2016) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti.

2. Sampel Penelitian

Dalam sebuah penelitian tidak semua populasi dapat diteliti karena beberapa faktor diantaranya karena keterbatasan dana, tenaga, waktu dan keterbatasan fasilitas lain yang mendukung penelitian, sehingga hanya sampel dari populasi saja yang akan diambil untuk diuji yang kemudian akan menghasilkan kesimpulan dari penelitian. Sugiyono (2016) menyatakan bahwa sampel adalah sebagai berikut: “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi”.

Non-Probability Sampling merupakan teknik pengambilan sampel tidak dipilih secara acak. Unsur populasi yang terpilih menjadi sampel bisa disebabkan karena kebetulan atau karena faktor lain yang sebelumnya sudah direncanakan oleh peneliti. Non-Probability sampling memiliki banyak teknik. Teknik yang tepat digunakan adalah Accidental sampling.

Accidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan faktor spontanitas, artinya siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden). Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui, maka jumlah sampel dapat dihitung dengan rumus Rao Purba (dalam Budi Purnomo, 2017) :

$$N = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

$$N = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$N = \frac{(3,8416)}{0,04}$$

$n = 96$ Responden (dibulatkan menjadi 100 responden)

Dimana:

n = jumlah sampel

Z = Nilai Z dengan tingkat keyakinan 95%, maka nilai $Z = 1,96$ (tabel distribusi normal)

Moe = Margin of error, kesalahan maksimum adalah 10%.

F. Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh dan dikumpulkan dengan cara menggunakan teknik prasurvey yaitu membagikan kuisioner kepada konsumen yang telah membeli dan telah mendapatkan pelayanan pada pembelian Donat J.CO.

G. Metode Analisis

1. Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016), pengertian metode statistik deskriptif adalah sebagai berikut: “Metode statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”. Metode deskriptif digunakan peneliti untuk menggambarkan hasil penelitian dalam menjawab perumusan masalah mengenai gambaran masing-masing variabel yang diteliti.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan bantuan program SPSS versi 22. Semua hasil pengolahan data akan dibahas dan dibuat kesimpulan yang berdasarkan hasil analisis (Sugiyono, 2016).

Dalam penelitian ini responden terhadap citra merek, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian menggunakan menggunakan pengukuran skala Likert. Dimana responden memberikan skor, dimulai dari skor tertinggi 5 adalah pernyataan sangat setuju, skor 4 setuju, skor 3 netral, skor 2 tidak setuju, skor 1 sangat tidak setuju. Data kuesioner yang telah terkumpul dan dideskripsikan sehingga mempermudah dalam memahami, mendeskripsikan data melalui penyajian data dan menggunakan tabel tanggapan responden.

Dalam penelitian ini penulis mengevaluasi pengaruh citra merek, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Donat J.CO. Statistik Deskriptif meliputi kegiatan mengumpulkan data, mengolah data, dan menyajikan data. Penyajiannya bisa menggunakan distribusi frekuensi yang artinya data kuantitatif yang dikumpulkan dari hasil responden konsumen J.CO, nilainya tidak selalu sama atau seragam tetapi bervariasi dari satu pengamatan ke pengamatan lain, karenanya harus dianalisis dengan menggunakan analisis distribusi frekuensi.

2. Uji Kualitas Data

Data dalam penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari kuesioner, untuk itu sebelum melakukan pengujian hipotesis, diperlukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap indikator atau pertanyaan-pertanyaan kuesioner.

a. Uji Validitas

Sugiyono (2016) menyatakan, validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Data yang valid berarti data tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Maka penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22.

Jenis pengujian validitas ini menggunakan pengujian validitas eksternal dengan menekankan pada aspek bagaimana instrumen yang digunakan sesuai dengan kondisi empiris di lapangan. Item-item pertanyaan disesuaikan dengan indikator-indikator empiris di lapangan. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.

Validitas bisa dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk tingkat signifikansi 5 persen (5%) Degree Of Freedom (df) = $n-2$, n adalah jumlah sampel penelitian.

Keputusan:

1. Jika r hitung $> r$ tabel maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $< r$ tabel maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Ferdinand (2014) mengatakan Uji reliabilitas merupakan sebuah Scale atau instrumen pengukur data dan data yang dihasilkan disebut Reliable atau terpercaya apabila instrumen itu secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran. Pengujian reliabilitas setiap variabel dilakukan dengan teknik Cronbach's Alpha.

Suatu kuesioner dikatakan Reliable (handal) apabila jawaban responden terhadap pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner adalah konsisten atau stabil waktu ke waktu. Apabila nilai dari suatu variabel lebih besar dari 0,60 maka butir pertanyaan dalam instrumen tersebut dianggap Reliable atau dapat diandalkan. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka tidak Reliable (handal)
2. Jika Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka Reliable (handal)

3. Uji Asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur data apakah data yang kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik Parametric, jika data tidak berdistribusi normal dapat dipakai statistik Non Parametric. Uji normalitas adalah melakukan perbandingan antara data yang

kita miliki dengan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita, (Ghozali, 2013).

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik Non Parametric Kolmogorov Smirnov (K-S). Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis yaitu:

Hipotesis Nol (H_0) : Data terdistribusi secara normal Hipotesis

Alternatif (H_a) : Data tidak terdistribusi secara normal

Pengambilan keputusan:

(1.) Jika $\text{sig} > 0.05$ maka H_0 diterima

(2.) Jika $\text{sig} < 0.05$ maka H_0 ditolak

b. Uji Multikolinearitas

Ghozali (2011) menyatakan, uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independennya. Jika variabel independen saling berkorelasi, variabel- variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Gejala multikolonieritas dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya (2) *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk

menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance ≤ 0.10 atau $VIF \geq 10$.

c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2013) mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Adapun metode yang digunakan mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (Dependent) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di Studentized. Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menentukan heterodekasitas, antara lain :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Kesesuaian Model

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Rangkuti (2011) menjelaskan, besarnya nilai koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Menurut Ghozali (2016), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Kriteria analisis koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai koefisien determinasi mendekati nol (0), maka pengaruh independen terhadap variabel dependen lemah.
2. Jika koefisien determinasi mendekati satu (1), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

Adapun pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi atau seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat menurut Sugiyono (2016) sebagai berikut :

Tabel 3.3

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

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

Sumber : Sugiyono (2016)

b. Uji F (ANOVA)

Ghozali (2013) Pengujian Uji model F adalah model pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah model layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel, dengan kriteria:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka model layak digunakan.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka model tidak layak digunakan.

Selain itu digunakan juga kriteria signifikansi, yaitu:

- (1.) Jika profitabilitas/signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima.
- (2.) Jika profitabilitas/signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Ghozali (2013) analisis regresi ganda adalah alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat (untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua atau lebih variabel bebas).

Variabel independen penelitian ini terbatas pada 3 variabel yaitu Citra Merek (X1), Promosi (X2), dan Kualitas Produk (X3). Sedangkan variabel dependennya adalah keputusan pembelian (Y), sehingga persamaan linier bergandanya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

6. Uji Hipotesis

Setelah hipotesis dirumuskan, maka dilakukan suatu pengujian hipotesis untuk mengetahui apakah perubahan dari variabel bebas mempengaruhi variabel tidak bebas. Taraf signifikansi yang digunakan dalam pengujian adalah 5%. Uji hipotesis terdiri dari beberapa uji, diantaranya yaitu:

a. Uji t

Ghozali (2016) berpendapat, uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel, atau melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung.

Hipotesis:

H0 = Secara parsial tidak ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen.

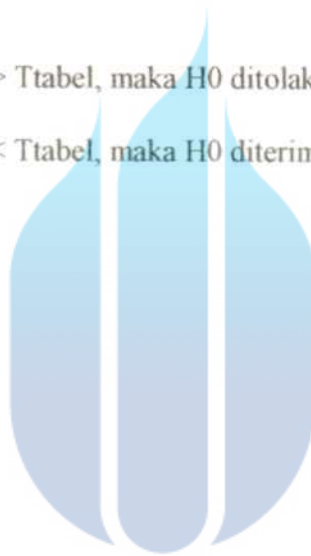
H_a = Secara parsial ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan melihat *sig* nya yaitu:

- Apabila $sig < 0,05$ hipotesis diterima
- Apabila $sig > 0,05$ hipotesis ditolak

Atau:

(1.) $T_{hitung} > T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

(2.) $T_{hitung} < T_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA