

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Adapun jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang dilakukan didalam masyarakat yang sebenarnya untuk menemukan realitas apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu.¹ Dalam penelitian ini penulis melakukan studi langsung di Member Sofiatun Demak.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif pada hakekatnya adalah menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik.² Dengan metode kuantitatif maka data-data yang diperoleh dari lapangan diolah menjadi angka-angka. Kemudian angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan.

B. Sumber Data

Sumber data yang dipakai oleh penulis adalah sumber primer dan sekunder. Data primer biasanya didapat dari subyek penelitian dengan cara melakukan pengamatan, percobaan atau interview/wawancara. Cara untuk mendapatkan data primer biasanya melalui obversasi/pengamatan langsung, subyek diberi lembar yang berisi pertanyaan untuk diisi, pertanyaan yang ditujukan untuk responden.³ Pada penelitian ini peneliti menyebarkan langsung kuesioner kepada Konsumen Member Sofiatun Demak.

Sedangkan data sekunder adalah data yang tidak langsung diperoleh dari sumber pertama dan telah tersusun dalam bentuk dokumen tertulis. Data sekunder dapat diperoleh buku cetak, BPS.⁴

¹ Marzuki, *Metodologi Riset*, Ekonosia, Yogyakarta, 2005, hlm. 14

² Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Belajar, Yogyakarta, 1997, hlm. 5

³ Wiratna Sujarweni, *Statistik untuk Bisnis & Ekonomi*, Wiratna Sujarweni, Pustaka Baru Press, Yogyakarta, 2015, hlm.7

⁴ *Ibid*, hlm. 7

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik /sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Produk Sophie Martin Paris di Member Sofiatun Demak yang berjumlah 150 Responden.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau, sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi.⁶

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang secara umum terbagi 2, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Sampling* adalah teknik yang dipakai dalam mengambil sampel. Kegunaan *sampling* adalah untuk menaksir (*estimasi*) parameter statistik, dan mendapatkan data untuk uji hipotesis, serta pengambilan keputusan.⁷

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability Sampling*. *Nonprobability Sampling* (sampel tidak berpeluang) merupakan teknik pengambilan *sampling* yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Adapun teknik *nonprobability*

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Alfabeta, Bandung, 2014, hlm. 117

⁶ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi 2*, RajaGrafindo, Jakarta, 2014, hlm. 75

⁷ Amos Neolaka, *Metode Penelitian dan Statistik*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2014, hlm. 93

sampling yang digunakan yakni *Acidental Sampling* (sampel kebetulan) merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan.⁸

Dalam menentukan ukuran sampel menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Tingkat kekeliruan pengambilan sampel yang dapat ditolerir.⁹

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{150}{1 + (150 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{150}{1 + 1,5}$$

$$n = \frac{150}{2,5}$$

$$n = 60$$

Berdasarkan perhitungan tersebut sampel yang dapat diambil sebanyak 60 responden.

D. Tata Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Menurut hubungan antar variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

⁸ Nanang Martono, *Loc. Cit.*, hlm. 80

⁹ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2004, hlm. 150

1. Variabel independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variable bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependen* (terikat). Adapun variabel *independen* dalam penelitian ini adalah variabel harga, kualitas produk, dan citra merek.

2. Varabel dependen

Sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹⁰ Adapun variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah variabel keputusan pembelian.

E. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dan memperjelas apa yang dimaksud dengan variabel-variabel dalam penelitian ini maka perlu diberikan definisi operasional.

Tabel 3.1
Definisi operasional variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Harga (X1)	Jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau	a. Memaksimal kan laba	1) Menetap kan harga tinggi	<i>Likert</i>
		b. Merebut pangsa pasar	1) Menetap kan diskon	
		c. Penetapan	1) Harga sesuai	

¹⁰ Sugiyono, *Op. Ci.*, hlm.61

	menggunakan suatu produk atau jasa. ¹¹	harga untuk sasaran	harapan konsumen	
		d. Penetapan harga untuk promosi	1) Menetapkan harga promo	
Kualitas Produk (X2)	Sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Standar kualitas meliputi bahan baku, proses dan barang jadi. ¹²	a. Mutu dan bentuk desain produk	1) Desain produk yang baik	<i>Likert</i>
		b. Mutu dan bahan baku yang digunakan	1) Bahan baku yang baik	
		c. Mutu dan proses produksi	1) Proses produksi yang baik	
		d. Cara pengangkutan dan pembungkusan	1) Pengangkutan produk 2) Kemasan yang baik	
	Citra merek adalah sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. ¹³	a. Asosiasi merek	1) Nilai yang dirasakan 2) Kepribadian merek 3) Asosiasi organisasi	<i>Likert</i>

¹¹ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*, Terj. Bob Sabran, Erlangga, 2008, hlm. 345

¹² M. Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)*, ghalia Indonesia, Bogor, 2015, hlm. 2

¹³ Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*, ANDI OFFSET, Yogyakarta, 2013, hlm.327

Citra Merek (X3)		b. Dukungan asosiasi merek	1) Atribut produk 2) Manfaat produk	
		c. Kekuatan asosiasi merek	1) Ingatan konsumen	
		d. Keunikan asosiasi merek	1) Ciri khas produk	
		a. Pengenalan atas suatu kebutuhan	1) Menyadari kebutuhan	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah kunci perilaku konsumen, di mana konsumen melakukan tindakan sehubungan dengan konsumsi produk dan jasa yang dibutuhkan. ¹⁴	b. Pencarian informasi	1) Mencari informasi tentang produk	<i>Likert</i>
		c. Evaluasi	1) Seleksi atribut produk	
		d. Pengambilan keputusan	1) Keputusan konsumen untuk membeli	
		e. Evaluasi pasca pembelian	1) Ketidakseuaian kognitif 2) Kesesuaian kognitif	

¹⁴ Usman Effendi dan Alwin R. batubara, *Perilaku Konsumen*, Rajagrafindo, Depok, 2016, hlm. 249

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data disini adalah cara-cara yang ditempuh dan alat-alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan datanya.¹⁵ Terdapat dua hal yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian, dan kualitas pengumpulan data.¹⁶

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.¹⁷

Dalam penelitian ini, metode angket diukur dengan menggunakan skala likert (*likert scale*). Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.¹⁸ Masing-masing pertanyaan dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) : 5
- b. Setuju (S) : 4
- c. Netral (N) : 3
- d. Tidak Setuju (TS) : 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

¹⁵ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 2014, hlm. 159

¹⁶ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 1999, hlm. 129

¹⁷ Sugiyono, Op. Cit., hlm. 199

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 134-135

2. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data yang saat ini semakin umum digunakan adalah teknik pengumpulan data melalui studi pustaka. Berbagai kegiatan riset telah banyak dilakukan oleh berbagai lembaga sehingga sebenarnya telah tersedia cukup banyak data mengenai banyak aspek. Data-data ini dapat dikumpulkan kembali. Untuk digunakan dalam kerangka riset yang berbeda.¹⁹

G. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r table dimana $df = n-2$ dengan sig 5%. Jika r table $<$ r hitung maka valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan suatu nilai kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu kuisioner. Uji reliabilitas dilakukan Bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai $Alpha > 0,60$ maka reliabel.²⁰

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-

¹⁹ Sonny Sumarsono, *Metode Riset Sumber Daya Manusia*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2004, hlm. 73

²⁰ Wiratna Sujarweni, *Op. Cit.*, hlm.160

variabel ini tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat dari nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF). Tolerance mengukur stabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $Tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.²¹

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena *residual* (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.²²

Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi salah satunya adalah dengan uji Durbin-Watson (DW test). Hipotesis yang akan diuji adalah:

H_0 : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

H_A : ada autokorelasi ($r \neq 0$)

²¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2013, hlm. 105-106

²² Masrukhin, *Materi Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Kudus, 2009, hlm. 183

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi:²³

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tdk ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tdk ada autokorelasi positif	No desicison	$Dl \leq d \leq du$
Tdk ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tdk ada korelasi negatif	No decision	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tdk ada autokorelasi, positif atau negatif	Tdk ditolak	$Du < d < 4 - du$

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas. Cara mendetekso ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentised. Dasar analisis: jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²⁴

²³ Imam Ghozali, *Loc. Cit.*, hlm. 111

²⁴ *Ibid*, hlm. 139

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik, yaitu dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.²⁵

I. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi ganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan garis regresi ganda adalah sebagai berikut:²⁶

$$\text{Rumus: } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

$b_1b_2b_3$ = Koefisien regresi

X_1 = Harga

²⁵ *Ibid*, hlm.160-161

²⁶ Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistika*, Bumi Aksara, Jakarta, 2003, hlm. 269

X_2	= Kualitas Produk
X_3	= Citra merek
e	= Standar eror

2. Uji Signifikan Parameter Individual (Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/ independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen.

Cara melakukan uji t adalah sebagai berikut ;

- Quick look : bila jumlah degree of freedom (df) adalah 20 atau lebih dan derajat kepercayaan sebesar 5%, maka H_0 yang menyatakan $\beta_i=0$ dapat ditolak bila nilai t lebih besar dari 2 (dalam nilai absolut). Dengan kata lain kita menerima hiootesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.
- Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.²⁷

3. Uji Signifikan Simultan (Statistik F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat.

Pengujian dilakukan dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Quick look : bila nilai F lebih besar daripada 4 maka H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

²⁷ Imam Ghozali, *Op.Cit.*, hlm. 98-99

- b. Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar daripada F tabel, maka H_0 ditolak dan H_A diterima.²⁸

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.²⁹

²⁸ *Ibid*, hlm. 98

²⁹ *Ibid*, hlm. 97