

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Menurut sumber data atau informasi yang diperoleh dalam kegiatan penelitian, maka jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan sasaran penelitiannya masyarakat, baik masyarakat secara umum maupun masyarakat secara khusus.¹ Tujuan studi kasus adalah melakukan penyelidikan secara mendalam mengenai subyek tertentu untuk memberikan gambaran yang lengkap mengenai subyek tertentu. Lingkup penelitian kemungkinan berkaitan dengan suatu siklus kehidupan atau hanya mencakup bagian tertentu yang difokuskan pada faktor-faktor tertentu atau unsur-unsur dan kejadian secara keseluruhan.² Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi perbandingan kesadaran merek, persepsi kualitas merek dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian produk Fashion di Matahari Departement Store Kudus.

Sedangkan pendekatan penelitian yang dilakukan adalah dengan pendekatan kuantitatif. Yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Penelitian-penelitian dengan pendekatan deduktif yang bertujuan untuk menguji hipotesis merupakan contoh tipe penelitian yang menggunakan paradigma kuantitatif atau penelitian kuantitatif.

Penentuan rancangan suatu penelitian memiliki dua tujuan. Pertama penetapan rancangan penelitian dapat membatasi studi, memperjelas alur penelitian jadi dalam hal ini rancangan akan membatasi bidang penelitian. Kedua penetapan rancangan itu berfungsi untuk memenuhi kriteria inklusi-eksklusi atau memasukan mengeluarkan suatu informasi yang baru diperoleh di lapangan.

¹ Toto Syatori dan Nanang Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 55.

² Indriantoro dan Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2012), 26.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.³ Penelitian jenis populasi ini didasarkan alasan bahwa yang akan diuji pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas merek dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian produk Fashion di Matahari Departement Store Kudus. Adapun populasi penelitian ini adalah keseluruhan pelanggan Matahari Departement Store Kudus yang berjumlah 3025 dalam satu bulan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan subyek penelitian sebagai “wakil” dari para anggota populasi. Sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Ferdinand, bila dalam penelitian yang populasinya tidak diketahui secara pasti, digunakan teknik *sampling* kemudahan. Berdasarkan *sampling* kemudahan ini, peneliti menyeleksi dengan menyaring kuesioner yang ada. Penentuan besarnya atau ukuran sampel menggunakan teknik *non probability sampling* yang ditentukan dengan pendekatan Slovin sebagai berikut:⁴

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi dan

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 10%.

Bila angka-angka itu dimasukkan dalam rumus maka akan dapat mewakili sampel yang ada. Besarnya sampel adalah:

³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 102.

⁴Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, (Semarang: BPFE Universitas Diponegoro, 2016), 227.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{3025}{1 + 3025(0.1)^2}$$

$$= \frac{3025}{1 + 30.25} = \frac{3025}{31.25} = 96,8 = 97$$

Jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 97 responden. Sampel ini merupakan pelanggan Matahari Departement Store Kudus. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dimana siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan cocok digunakan sebagai sampel maka akan diberikan kuesioner untuk diisi.

C. Identifikasi Variabel

Mengingat begitu luasnya permasalahan yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, agar permasalahan yang diteliti lebih terfokus maka dalam penelitian ini peneliti membatasi permasalahan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen sebagai berikut :

1. Variabel independen : kesadaran merek, persepsi kualitas merek dan loyalitas merek
2. Variabel dependen : keputusan pembelian.

D. Variabel Operasional

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kesadaran Merek (X1)	Kesadaran merek (<i>brand awareness</i>) didefinisikan sebagai kesanggupan seorang pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari	a. <i>Recognition</i> (kemampuan pembeli untuk mengaitkan produk dengan kategori tertentu). b. <i>Recall</i> (seberapa jauh pembeli mengingat produk).	<i>Likert</i>

	kategori produk tertentu. ⁵	c. Iklan melalui media TV. d. Produk sering mengikuti pameran atau Expo.	
Persepsi Kualitas Merek (X2)	Persepsi kualitas merupakan persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa berkenaan dengan maksud yang diharapkan. ⁶	a. Kinerja merek b. Pelayanan c. Ketahanan d. Keandalan e. Karakteristik produk f. Kesesuaian dengan spesifikasi g. Hasil	<i>Likert</i>
Loyalitas Merek (X3)	Loyalitas merek merupakan komitmen konsumen kepada suatu merek dan pemasok berdasarkan sikap yang positif dan tercermin pada pembelian ulang yang konsisten. ⁷	a. Merek prioritas b. Minat pembelian ulang c. Peralihan ke merek lain d. Preferensi merek (memilih merek tertentu untuk suatu produk)	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Sikap yang mendukung secara lebih kepada sebuah merek yang telah dibandingkan dengan beberapa alternatif yang lain dan berlangganan ulang oleh pelanggan. ⁸	a. Mengenali permasalahan yang akan diselesaikan b. Mencari informasi sebelum menggunakan produk c. Mencari alternatif untuk memutuskan menggunakan	<i>Likert</i>

⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2* (Jakarta: Erlangga, 2010), 10.

⁶ Veithzal Rivai Zainal, dkk, *Islamic Marketing Management* (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), 335.

⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 2* (Jakarta: Erlangga, 2010), 4.

⁸ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010), 9.

		produk d. Keputusan untuk membeli kuantitas dan kualitas produk e. Menggunakan kembali produk yang sama	
--	--	---	--

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah meliputi :

1. Metode Angket

Dalam metode angket didesain dengan menggunakan pada skala likert (*likert scale*), di mana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1). Pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁹ Kuesioner didesain dengan pertanyaan terbuka yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pendapatan responden. Sedangkan untuk pertanyaan tertutup merupakan pertanyaan yang berkaitan dengan indikator masing-masing variabel yang meliputi variabel kesadaran merek, persepsi kualitas merek, loyalitas merek, keputusan pembelian Ramayana Departement Store Kudus.

2. Metode Observasi

Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.¹⁰

Dalam penelitian ini jenis observasi yang dilakukan peneliti adalah observasi terus terang atau tersamar. Dalam hal ini peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), 199.

¹⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2015), 64.

terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Kemungkinan kalau dilakukan dengan terus terang, maka peneliti tidak akan diijinkan untuk melakukan observasi. Kegiatan observasi yang dilakukan peneliti meliputi pengamatan langsung oleh peneliti dilokasi penelitian yaitu mengamati proses keputusan pembelian pada Ramayana Departement Store Kudus.

3. Metode Dokumentasi

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yang berikutnya adalah metode dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengambil data yang telah tercatat atau terdata dalam suatu laporan atau pembukuan. Sehingga peneliti tidak melakukan pengolahan langsung. Data ini berupa gambaran umum, jumlah karyawan, badan hukum, struktur organisasi dan lainnya.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas Instrumen

Sugiyono dan wibowo (2004) dalam Agus menjelaskan, instrumen yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Dalam pemahaman ini, sebuah kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan untuk mengukur suatu hal, dikatakan valid jika setiap butir pertanyaan yang menyusun kuesioner tersebut memiliki keterkaitan yang tinggi.¹¹

Kaidah pengambilan keputusan uji validitas adalah apabila item pertanyaan mempunyai korelasi yang bermakna (*construct validity*) dengan skor total instrument dengan nilai korelasi lebih dari 0.40 dan atau nilai signifikansi tiap item dibawah 0.05 maka kuesioner dinyatakan valid.

¹¹ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS untuk Pemula* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2017), 88.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Uji reliabilitas untuk alternatif jawaban lebih dari dua menggunakan uji *cronbach's alpha*, yang nilainya akan dibandingkan dengan nilai koefisien reliabilitas minimal yang dapat diterima. Reliabilitas kurang dari 0.6 adalah kurang baik, sedangkan 0.7 dapat diterima, dan lebih dari 0.8 adalah baik. Jika nilai nilai *cronbach's alpha* > 0.6 , maka instrumen penelitian reliabel. Jika nilai *cronbach's alpha* < 0.6 , maka instrumen penelitian tidak reliabel.¹²

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.¹³ Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *Cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10. Sehingga sebuah penelitian yang baik dan dikatakan lulus uji multikolinieritas, jika hasil output SPSS pada kolom *tolerance* menunjukkan nilai lebih dari 0,10 dan atau nilai *variance inflation factor* (VIF) dibawah angka 10.

b. Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi, untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Watson. Untuk kaidah pengambilan

¹² Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS untuk Pemula* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2017), 89.

¹³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2015), 91.

keputusan uji korelasi terangkum dalam tabel sebagai berikut :¹⁴

Tabel 3.2
Kaidah Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Syarat
Tidak ada autorekolasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autorekolasi positif	Tidak ada keputusan	$d_l < d < d_u$
Tidak ada autorekolasi negatif	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak ada autorekolasi negatif	Tidak ada keputusan	$4 - d_u < d < 4 - d_l$
Tidak ada autorekolasi positif/negatif	Terima	$Du < d < 4 - du$

Sehingga sebuah penelitian yang baik dikatakan lulus uji autokorelasi jika tidak ada autokorelasi positif atau negatif pada penelitian tersebut. Dengan kaidah pengambilan keputusan jika nilai output SPSS pada kolom *durbin watson* diantara *degree of upper* (d_u) dan dibawah $4 - d_u$ dengan ketentuan pengambilan nilai tabel *durbin watson* untuk baris $n =$ jumlah sampel dan $k =$ jumlah variabel bebas.

c. Uji Heterokedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.¹⁵ Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

Jika grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dan baik dipakai untuk memprediksi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen jika sudah lulus uji heterokedastisitas. Dikatakan lulus uji

¹⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2015), 105.

¹⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2015), 105.

heterokedastisitas jika grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau tidak. Untuk menguji apakah distribusi data itu normal atau tidak dengan menggunakan analisis grafik.¹⁶

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas suatu data adalah dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Demikian dengan hanya melihat histogram ini bisa menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Dikatakan lulus uji normalitas atau data terdistribusi dengan normal jika *normal probability plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3. Hasil Analisis Statistik

a. Analisis Regresi Berganda

Model yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah model umum persamaan regresi linier berganda (*Multiple Regression Analysis*) dan pengolahannya menggunakan alat Bantu SPSS. Analisis regresi digunakan apakah hipotesis penelitian terbukti atau tidak. Analisis ini untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi berganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan regresi ganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Keterangan :

¹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2015), 107.

Y	=	Variabel keputusan pembelian
a	=	Konstanta regresi berganda
$b_1 - b_3$	=	Koefisien regresi
x_1	=	Variabel kesadaran merek
x_2	=	Variabel persepsi kualitas merek
x_3	=	Variabel loyalitas merek
e	=	Variabel diluar penelitian

b. Uji t Parsial

Menurut Ghozali, uji t parsial digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Adapun langkah pengujian uji t adalah :¹⁷

1) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$H_0 : b_i = b_1 = b_2 = b_3 \leq 0$ artinya tidak terdapat pengaruh yang nyata antara masing-masing variabel dependen dengan variabel independen.

$H_a : b_i = b_1 = b_2 = b_3 < \neq 0$, ada pengaruh bermakna antara masing-masing variabel dependen dengan variabel independen.

2) Menghitung nilai t dengan rumus :

$$t = \frac{Si - Si}{se(Si)}$$

3) Membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} yang tersedia pada tertentu, misalnya 5%; $df = n$

4) Mengambil keputusan dengan menggunakan kriteria berikut ini :

$t_{hitung} < t_{tabel}$; maka H_0 diterima

$t_{hitung} > t_{tabel}$; maka H_0 ditolak

5) kesimpulan juga diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:

$\alpha > 5$ persen : tidak mampu menolak H_0

$\alpha < 5$ persen : menolak H_0

Pengambilan keputusan uji t parsial, dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial jika nilai output SPSS pada kolom

¹⁷ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS untuk Pemula* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2017), 84.

coefficient untuk melihat t hitung menunjukkan nilai lebih besar dari t tabel (t hitung $>$ t tabel) dengan ketentuan t tabel dengan derajat kebebasan = jumlah sampel dan nilai $\alpha = 0.05$.

c. Uji Statistik F

Uji signifikan parameter simultan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yang terdapat dalam persamaan regresi secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel dependen. Hasil uji signifikan dan parameter simultan dilakukan dengan uji statistik F. Adapun langkah pengujian uji F adalah :

- 1) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif
 $H_0; b_1 = b_2 = b_3 = 0$ (proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas tidak signifikan).
 $H_1; \text{minimal satu koefisien dari } b_1 \neq 0$ (proporsi variasi dalam terikat (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas signifikan).
- 2) Membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} yang tersedia pada α tertentu, misalnya 1%; $df = k; n - (k+1)$
- 3) Mengambil keputusan apakah model regresi linear berganda dapat digunakan atau tidak sebagai model analisis. Dengan menggunakan kriteria berikut ini, jika H_0 ditolak maka model dapat digunakan karena, baik besaran maupun tanda (+/-) koefisien regresi dapat digunakan untuk memprediksi perubahan variabel terikat akibat perubahan variabel bebas. Kriteria pengambilan keputusan mengikuti aturan berikut :
 $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$; maka H_0 diterima
 $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$; maka H_0 ditolak
- 4) kesimpulan juga diambil dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:
 $\alpha > 5$ persen : tidak mampu menolak H_0
 $\alpha < 5$ persen : menolak H_0

Pengambilan keputusan uji F simultan, dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara bersama-sama atau simultan jika nilai output SPSS pada kolom ANOVA untuk melihat F hitung menunjukkan nilai lebih besar dari F tabel (F hitung $>$ F

tabel) dengan ketentuan F tabel dengan derajat kebebasan pembilang = jumlah variabel bebas dan derajat kebebasan penyebut = jumlah sampel dan nilai $\alpha = 0.05$.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel tergantung. Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu.¹⁸ Nilai R^2 kecil berarti kemampuan variabel menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Secara matematis jika nilai $r^2 = 1$, maka $adjustedR^2 = r^2 = 1$ sedangkan jika nilai $r^2 = 0$, maka nilai $adjustedR^2 = (1 - k)/(n - k)$ jika $k > 1$, maka $adjustedR^2$ akan bernilai negatif.¹⁹

¹⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS untuk Pemula* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2017), 83.

¹⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: BP Undip, 2015), 97.