

BAB III

PROSEDUR PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada konsumen yang berbelanja di Indomaret cabang Warakas Raya 48, yang beralamat di jalan Warakas Raya No.48 Rt:004/07, Jakarta Utara. Waktu yang diperlukan dalam meneliti kurang lebih 3 (tiga) bulan, mulai pada bulan Mei sampai Juli 2015.

Lokasi penelitian ini dipilih karena dianggap sebagai tempat yang tepat bagi penulis untuk memperoleh data yang diperlukan, yaitu berupa data dan informasi tentang citra merek, harga, dan keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent. Serta kedekatan lokasi penelitian dengan tempat tinggal peneliti menjadi bahan pertimbangan apabila terjadi kekurangan data atau dokumen, sehingga mempermudah akses untuk keluar masuk lokasi penelitian.

3.2 Strategi dan Metoda Penelitian

Strategi dan Metoda penelitian dalam penulisan penelitian ini adalah penelitian asosiatif/korelasional, yaitu metoda yang digunakan untuk melihat hubungan yang terjadi antara satu variabel atau lebih dengan variabel lainnya. Dengan metoda penelitian yang digunakan adalah metoda kuantitatif dan metode survei, dengan metoda Ex Pos Facto, yaitu suatu metoda penelitian untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan mengetahui faktor-faktor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut. Metoda ini dipilih sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui Hubungan antara Citra Merek dan Harga dengan Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pasta gigi Pepsodent di Indomaret cabang Warakas Raya 48, Jakarta Utara. Kurang lebih dari 4 bulan dari bulan Januari-April 2015 jumlah konsumen sebanyak 550 orang konsumen (responden) yang membeli pasta gigi Pepsodent di Indomaret.

3.3.2 Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probalitas sampling dengan *purposive sampling*. teknik *purposive sampling* artinya responden (subjek) dipilih secara sengaja dengan pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan yang digunakan adalah pria atau wanita yang melakukan pembelian pasta gigi Pepsodent 2 kali atau lebih di Indomaret cabang Warakas Raya 48, dengan ini mereka sudah bisa dikatakan pelanggan. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan dipergunakan dalam penelitian digunakan rumus Slovin, Prasetyo dan Miftahul,2010sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen tingkat kesalahan daam pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan. Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan α sebesar 10% dengan tingkat kebenaran 90%.

Dengan populasi yang berjumlah 550 responden, maka diperoleh jumlah sampel dengan perhitungan menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

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

$$n = \frac{550}{1 + 550(0,1)^2}$$

$$n = 84,6 = 85 \text{ (dibulatkan)}$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 85 responden.

3.4 Unit-unit Analisis Penelitian

Berdasarkan judul penelitian yaitu “Analisa Hubungan antara Citra Merek dan Harga dengan Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent di Indomaret cabang Warakas Raya 48, Jakarta Utara”.Maka subjek dari penelitiannya adalah konsumen yang berbelanja di Indomaret cabang Warakas Raya 48, sedangkan keputusan pembelian pasta gigimerek Pepsodent sebagai obyek penelitian.

3.5 Metoda Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian ilmiah, metoda pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat, dan terpercaya Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Riset Pustaka

Penelitian kepustakaan ini dilakukan untuk memperoleh bahan yang bersifat teoritis sebagai landasan bagi penulisan penelitian yang berkaitan dengan masalah citra merek, dan harga, dengan keputusan pembelian.

2. Angket (kuesioner)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk diisi.

3.6 Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan menggunakan skala pengukuran yaitu skala Likert, yaitu skala pengukuran dengan pilihan jawaban pertanyaan kuesioner. Skala likert tersebut digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang/sekelompok orang tentang kejadian tertentu. Bentuk pernyataan yang digunakan yaitu angket tertutup yaitu pilihan jawaban telah ditentukan oleh penulis berupa pertanyaan tentang citra merek sebagai variabel X_1 dan harga sebagai variabel X_2 dan pertanyaan untuk keputusan pembelian variabel Y .

Tabel 3.1 Nilai Pernyataan dan Bobot

No.	Alternatif Jawaban	Bobot/Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiono , Metode Penelitian Bisnis(2011)

Angka 1 menunjukkan bahwa responden tidak mendukung terhadap pernyataan yang diberikan. Sedangkan angka 5 menunjukkan bahwa responden mendukung terhadap pernyataan yang diberikan. Adapun sistematika kuesioner atau angket disusun melalui kisi-kisi sebagai berikut.

Tabel 3.2 Indikator dan Sub indikator Variabel penelitian

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Citra Merek (X_1)	Manfaat	Menggambarkan manfaat merek	1
	Kualitas	Memiliki kualitas yang konsisten	2
	Identifikasi	Nama merek mudah diucapkan, dikenal dan diingat	3
	Estetika	Penampilan produk	4
Harga (X_2)	Alokasi	Harga yang terjangkau	5
	Informasi	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	6
		Harga produk pasta gigi Pesodent memiliki variasi dalam berbagai variasi isi produk pasta gigi Pepsodent	7
		Penetapan harga bagi semua kalangan	8
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan masalah	Manfaat yang didapat dari menggunakan	9
		Kepercayaan terhadap manfaat produk	10
	Pencarian Informasi	Sumber informasi produk	11
	Perilaku paska pembelian	Perilaku kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk	12

Sumber: *Tjiptono (2008), Kotler (2009), Sangadji (2013)*

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode survei, yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi besar/kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi. Metode survei yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Kuesioner tersusun berdasarkan atas indikator-indikator dari variabel yang diteliti kemudian dituangkan dalam bentuk pernyataan.

3.7 Metoda Analisis Data

Langkah-langkah analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.7.1 Pengolahan Data

Setelah data kuesioner terkumpul, data tersebut diubah menjadi data kuantitatif, yaitu jawaban-jawaban dari kuesioner diberikan bobot skor berdasarkan tabel 3.1. Data diolah untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel-variabel penelitian. Untuk mengolah data yang terkumpul dikerjakan secara manual dan menggunakan software olah data yaitu SPSS versi 22.0.

3.7.2 Uji Instrumen Penelitian/Uji Kualitas Data

Langkah kedua dalam analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah pengukuran dan pengujian suatu kuesioner. Suatu kuesioner atau hipotesis sangat bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *reliability* (tingkat keandalan) dan *validity* (tingkat kesahihan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

a. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukuran (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan. Valid tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari penjumlahan semua

skor pertanyaan. Alat pengujian validitas untuk menguji data yang dipakai adalah validitas isi dengan rumus korelasi *Product Moment*, sebagai berikut:

$$r_{hitung} = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{\{n \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2\}\{n \sum Yi^2 - (\sum Yi)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{hitung} = Koefisien validitas butir pernyataan yang dicari

n = Banyaknya responden

X = Skor yang diperoleh dari jawaban masing-masing responden item pertanyaan

Y = Skor total yang diperoleh dari jawaban dari seluruh pertanyaan

Data yang diperoleh distabulasikan kemudian dilakukan analisis faktor, Apabila nilai $r_{hitung} > 0,1775$ (disebut r_{kritis}) maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang baik atau dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas atau Keandalan

Menurut Priyatno (2010) “Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang”. Uji reliabilitas dilakukan dengan uji *Alpha Cronbach* sebagai berikut :

$$a = \left[\frac{k}{(k - 1)} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

Dimana :

a = koefisien reliabilitas instrumen (cronbach alpha)

K = banyaknya butir pernyataan atau banyaknya soal

$\sum S_i^2$ = total varians butir

S_x^2 = total varians

Dalam pengujian reliabilitas ini penelitian mengandalkan pengolahan data dengan SPSS versi 22.0. Ukuran yang akan dipakai adalah *Alpha Cronbach*. Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 22.0 yang menghasilkan nilai *Alpha Cronbach* per variabel akan dibandingkan dengan r_{tabel} . Bila nilai $r_{\text{tabel}} >$ nilai *Alpha Cronbach* maka instrumen pernyataan dalam kuesioner dianggap reliabel. Sedangkan tingkat signifikansinya adalah diatas 0,60.

3.8. Analisis Statistik Data

3.8.1. Koefisien Korelasi Parsial

Analisis ini merupakan alat yang dapat digunakan apabila dalam suatu penelitian terdapat lebih dari satu variabel bebas. Koefisien korelasi parsial dihitung untuk mengetahui hubungan variabel bebas tertentu dan variabel terikat dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan atau tetap.

- a) Korelasi parsial antara X_1 dengan Y (X_2 Konstan)

$$r_{Y1.2} = \frac{r_{Y1} - (r_{Y2} \cdot r_{12})}{\sqrt{(1 - (r_{Y2})^2) \cdot (1 - (r_{12})^2)}}$$

- b) Korelasi parsial antara X_2 dengan Y (X_1 Konstan)

$$r_{Y2.1} = \frac{r_{Y2} - (r_{Y1} \cdot r_{12})}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2) \cdot (1 - (r_{12})^2)}}$$

Keterangan:

r_{Y1} = koefisien korelasi sederhana antara X_1 dengan Y

$$r_{Y1} = \frac{\sum x_{1i} \cdot y_i}{\sqrt{\sum x_{1i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

r_{Y2} = koefisien korelasi sederhana antara X_2 dengan Y

$$r_{Y2} = \frac{\sum x_{2i} \cdot y_i}{\sqrt{\sum x_{2i}^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

r_{12} = koefisien korelasi sederhana antara X_1 , dengan X_2

$$r_{12} = \frac{\sum x_{1i} \cdot x_{2i}}{\sqrt{\sum x_{1i}^2} \sqrt{\sum x_{2i}^2}}$$

x_i = Koefisien Korelasi

$$x_{1i} = X_{1i} - \bar{X}_1$$

= selisih skor variabel citra merek (X_{1i}) dengan rata-rata skor variabel citra merek (\bar{X}_1)

$$x_{2i} = X_{2i} - \bar{X}_2$$

= selisih skor variabel harga (X_{2i}) dengan rata-rata skor variabel harga (\bar{X}_2)

$$y_i = Y_i - \bar{Y}$$

= selisih skor variabel keputusan pembelian (Y_i) dengan rata-rata skor variabel keputusan pembelian (\bar{Y})

$$\bar{X}_1 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{1i}$$

= Rata-rata skor variabel citra merek (X_1)

$$\bar{X}_2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n X_{2i}$$

= Rata-rata skor variabel harga (X_2)

$$\bar{Y} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n Y_i$$

= Rata-rata skor variabel keputusan pembelian(Y)

X_1 = citra merek

X_2 = harga

Y = Keputusan Pembelian

3.8.2. Koefisien Korelasi Berganda

Penelitian ini menggunakan korelasi berganda (*multiple correlation*) merupakan angka yang menunjukkan arah dan tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel secara bersama-sama atau lebih dengan variabel yang lain.

Korelasi berganda merupakan hubungan secara bersama-sama antara variabel X_1 (Citra Merek), X_2 (Harga), Y (Keputusan Pembelian).

$$r_{Y12} = \sqrt{\frac{(r_{Y1})^2 + (r_{Y2})^2 - 2(r_{Y1} \cdot r_{Y2})}{1 - (r_{12})^2}}$$

Nilai koefisien korelasi berkisar dari -1 sampai 1. Interpretasi bagi nilai koefisien korelasi (r) tertentu adalah:

- a) Jika r mendekati 1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat dan positif
- b) Jika r mendekati -1, maka hubungan antara variabel X dan variabel Y semakin kuat dan negatif
- c) Jika r mendekati 0, maka antara variabel X dan variabel Y tidak terdapat pengaruh atau sangat lemah

Oleh karena itu, jika nilai r mendekati -1 atau 1, maka hubungan antara dua variabel semakin kuat. Sebaliknya, jika nilai r semakin jauh dari -1 atau 1 berarti hubungan antar variabel akan semakin lemah.

Tabel berikut menunjukkan interpretasi koefisien korelasi yang lebih spesifik.

Tabel 3.3. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien (Nilai Mutlak)	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 (2011)

3.8.3. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan perubahan variabel bebas (X_1 dan X_2) dengan variabel terikat (Y), secara parsial dan simultan. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian adalah :

1. Pengujian secara parsial
 - a. Hubungan X_1 dan Y

$H_0 : \rho_1 \leq 0$: Tidak terdapat hubungan parsial yang positif dan signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent

$H_0 : \rho_1 > 0$: Terdapat hubungan parsial yang positif dan signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent

b. Hubungan X_2 dan Y

$H_0 : \rho_2 \leq 0$: Tidak terdapat hubungan parsial yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent.

$H_0 : \rho_2 > 0$: Terdapat hubungan parsial yang positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian pasta gigi Pepsodent.

Untuk menguji hubungan perubahan variabel bebas pada perubahan variabel terikat secara parsial dilihat dari nilai *p-value* dibandingkan dengan $\alpha(10\% = 0,1)$ dengan kriteria :

H_0 ditolak, jika *p-value* < 0,1 dan,

H_0 diterima, jika *p-value* $\geq 0,1$

2. Pengujian secara simultan

Pengujian hipotesis terhadap ρ digunakan untuk mengetahui signifikan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Merumuskan hipotesis

$H_0 : \rho_1, \rho_2 \leq 0$ (Secara simultan tidak terdapat hubungan positif dan signifikan antara citra merek dan harga dengan keputusan pembelian)

$H_0 : \rho_1, \rho_2 > 0$ (Secara simultan terdapat hubungan positif dan signifikan antara citra merek dan harga dengan keputusan pembelian)

2. Menentukan taraf nyata (α) atau tingkat keyakinan ($1-\alpha$)

Taraf nyata (α) yang digunakan sebesar 10% (0,1) dengan tingkat keyakinan ($1-\alpha$) 90%

3. Kriteria pengujian

H_0 ditolak, jika signifikan $F < 0,1$

H_0 diterima, jika signifikan $F \geq 0,1$

4. Perhitungan nilai signifikan

Perhitungan nilai signifikan F dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 22.0.

5. Kesimpulan dan interpretasi.