

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode kuantitatif yaitu menurut Sugiyono (2014:8) menyatakan bahwa metode kuantitatif dapat diartikan sebagai landasan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian melalui analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dimana tujuan penelitian ini adalah untuk memberi penjelasan apakah terdapat pengaruh variabel X (variabel independen) yang terdiri dari citra merek (X_1), harga (X_2) dan lokasi (X_3) terhadap variabel Y (variabel dependen), yaitu keputusan pembelian (Y) produk sabun merek Pepaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei yaitu dengan mendatangi objek yang bersangkutan untuk mendapatkan data yang diperlukan. Dengan cara pengambilan sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dengan menggunakan pendekatan korelasional.

3.2. Populasi Dan Sampel

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut Arikunto (2013:173) populasi adalah keseluruhan generalisasi yang terdiri dari obyek atau subjek yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Nuryaman dan Christina (2015:101) menyatakan bahwa populasi adalah menunjukkan seluruh kelompok orang atau suatu kejadian yang menjadi ketertarikan peneliti untuk di investigasi. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Pondok Bambu di Jakarta Timur yang jumlah pastinya tidak diketahui.

3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:118) sampel penelitian adalah bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi. Sampel dilakukan jika populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari

semua yang ada pada populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah melakukan pembelian atau mengkonsumsi produk sabun merek Pepaya di Pondok Bambu, Jakarta Timur. Karena jika konsumen pernah membeli atau menjadi kebutuhannya maka konsumen tersebut sudah mengetahui kelebihan-kelebihan dan kekurangan-kekurangan dari produk sabun merek Pepaya.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Moe* dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga tingkat kewajaran terjadinya kesalahan dalam pengambilan sampel masih dapat ditolerir dalam penelitian ini. Rumus *Moe* yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel, yaitu sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel.

z = Tingkat keyakinan yang ini dalam penentuan sampel 95%.

(maka $z = 1,96$ dan $\alpha = 5\%$)

Moe = *Margin of error*, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi dan ditentukan 10%.

Perhitungan:

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} \\ &= 96,04 \text{ (dijadikan 100)} \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diatas, maka sampel dalam penelitian ini minimal 100 responden. Karena jika jumlah populasi yang terwakili semakin banyak maka hasil data statistik semakin baik.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Teknik purposive sampling yang artinya responden (subjek) dipilih secara sengaja atau khusus dengan pertimbangan tertentu berdasarkan ciri-ciri yang dipandang mempunyai pengaruh dengan kriteria yang diinginkan. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah melakukan pembelian atau mengkonsumsi produk sabun merek Pepaya di Pondok Bambu, Jakarta Timur dengan kriteria usia minimal 20 tahun. Dengan usia yang sudah dewasa agar responden dapat memberikan penilaian secara objektif mengenai pernyataan dalam kuesioner yang berkaitan dengan masing-masing dalam variabel penelitian.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Unit analisis dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yang pertama subyek dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah melakukan pembelian atau mengkonsumsi produk sabun merek Pepaya di Pondok Bambu, Jakarta Timur. Kedua obyek dalam penelitian ini adalah citra merek (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3), dan keputusan pembelian (Y). Untuk mengetahui data obyek dapat dilihat melalui hasil pengisian kuesioner oleh subyek. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data dengan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Dalam memperoleh data untuk penulisan ini, penulis menggunakan data primer dan sekunder, sebagai berikut:

1. Data primer

a. Observasi

Dilakukan dengan pengamatan dan mencatat langsung fakta yang dijumpai ditempat objek penelitian dan data yang diberikan oleh perusahaan.

b. Wawancara

Merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan jalan mengadakan komunikasi dengan sumber data (data primer). Komunikasi tersebut dilakukan melalui dialog tanya jawab secara lisan, baik langsung maupun tidak langsung terkait dengan objek penelitian.

c. Kuesioner

Metode pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan. Daftar pertanyaan diberikan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas dasar pernyataan untuk membantu penulis dalam penyelesaian pembahasan dalam penelitian.

2. Data sekunder:

Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Untuk menguatkan gagasan dalam menganalisis dan mengevaluasi hasil penelitian lapangan, maka diperlukan landasan seperti teori-teori atau pendapat para ahli yang bersumber dari literatur perpustakaan dan perkuliahan, majalah-majalah ilmiah dan sumber-sumber lainnya yang dianggap penting dan ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

3.4. Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012:117) menjelaskan bahwa operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Selain itu, proses ini juga dimaksud untuk menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistika dapat dilakukan dengan benar. Berikut ini adalah tabel yang menjelaskan indikator masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.1. Indikator Variabel Citra Merek, Harga, Lokasi dan Keputusan Pembelian

VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	NO. ITEM
Citra Merek (X_1) David Aaker dan Alexander dalam Thambrin (2012:61)	Citra pembuat	Tingkat kredibilitas produk	1
		Tingkat jaringan perusahaan	2
	Citra pemakai	Tingkat kepuasan terhadap produk	3
		Tingkat manfaat produk terhadap status sosial	4
	Citra produk	Tingkat produk mudah diingat	5

		Tingkat kualitas produk sudah terjamin	6
--	--	--	---

Sumber: David Aaker dan Alexander dalam Thambrin (2012;61)

VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	NO. ITEM
Harga (X ₂) Mursid (2015:84)	Keterjangkauan harga	Harga memiliki kualitas dan daya saing dengan perusahaan sejenis	7
	Kesesuaian harga dengan kualitas	Kesesuaian harga dengan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen	8
	Daya saing harga	Harga lebih murah dengan kompetitor lain	9
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan manfaat	10

Sumber: Mursid (2015:84)

VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	NO. ITEM
Lokasi (X ₃) Fandy Tjiptono dalam Kuswatiningsih (2016:15)	Akses	Lokasi mudah dijangkau	11
	Visibilitas	Lokasi dapat dilihat dari jarak pandangan normal	12
	Lalu lintas	Lokasi mudah dijangkau sarana transportasi umum	13
	Tempat parkir yang luas	Lokasi tempat sangat strategis	14
	Ekspansi	Lokasi yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian	15

Sumber: Fandy Tjiptono dalam Kuswatiningsih (2016:15)

VARIABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	NO. ITEM
Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Keller (2012:479)	Pemilihan produk	Tingkat keyakinan dalam membeli suatu produk	16
	Pemilihan merek	Tingkat pengambilan keputusan pembelian terhadap merek	17
	Pemilihan saluran pembelian	Tingkat pengambilan keputusan pembelian melalui penyalur	18

	Penentuan waktu pembelian	Tingkat keputusan pembelian dalam pemilihan waktu	19
	Jumlah pembelian	Tingkat kepuasan dengan melakukan pembelian ulang	20

Sumber: Kotler dan Keller (2012:479)

3.5. Metode Analisis data

Menurut Sugiyono (2016:147) analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden yang sudah terkumpul berdasarkan masing-masing variabel. Kemudian ada dua cara dalam pengolahan data yaitu secara manual dan program komputer, sebagai berikut:

1. Pengolahan data dengan manual

Menurut Sugiyono (2017:93) skala *likert* adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan. Skala *likert* itu memberikan skor pada masing-masing jawaban pertanyaan sesuai tabel 3.1. sebagai berikut:

Tabel 3.2. Pemberian Skor Pada Jawaban Kuesioner

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2017:93)

Kemudian nilai-nilai dari hasil jawaban diproses dan diolah untuk digunakan sebagai alat ukur variabel yang diteliti dengan menggunakan perhitungan statistik disajikan dalam bentuk tabel dan di analisis. Dalam penelitian, peneliti menggunakan perhitungan statistik inferensial atau menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi yang jelas.

2. Pengolahan data dengan program komputer

Setelah data tersebut dikumpulkan, kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan teknik pengolahan data. Analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang tercantum dalam identifikasi masalah. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan program *software* IBM SPSS Statistics versi 22.

3.5.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu alat ukur yang dianggap valid apabila tingkat ketelitian dan ketepatan pengukuran dapat diandalkan, dan digunakan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) mengukur apa yang diinginkan.

Menurut Arikunto (2016:211) uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan valid berarti memiliki validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah Product Moment dari Karl Person, sebagai berikut:

Person Product Moment (Sanusi, 2014):

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

Keterangan:

r = Nilai korelasi product moment

n = Jumlah konsumen responden

X = Jawaban dari indikator item pertanyaan

Y = Total jawaban dalam satu variabel

Syarat kevaliditasan suatu item adalah apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) maka instrumen itu dianggap valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dianggap tidak valid.

Setelah perhitungan dilakukan adapun dasar keputusan untuk kevaliditan pernyataan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai - r tabel $< r$ hitung r tabel, maka butir pernyataan tidak valid
- b. Jika nilai - r hitung $< - r$ tabel atau r hitung $> r$ tabel, maka butir pernyataan valid

3.5.2. Uji reliabilitas

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk memastikan bahwa instrumen memiliki konsistensi sebagai alat ukur sehingga tingkat keandalannya dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Lebih lanjutnya menurut Sugiyono (2012:255) menyatakan bahwa instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,6 atau lebih. Dalam penelitian ini memilih 0,6 sebagai koefisien reliabilitas. Adapun kriteria dari pengujian reliabilitas adalah:

1. Jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,6$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain instrumen adalah reliabel atau terpercaya.
2. Jika nilai koefisien reliabilitas $< 0,6$ maka instrumen yang diuji tersebut adalah tidak reliabel.

Tabel 3.3. Tabel Koefisien Korelasi Spearman

Kriteria	Koefisien Korelasi
Sangat Reliabel	> 0.8
Reliabel	$0.6 - 0.8$
Cukup Reliabel	$0.4 - 0.6$
Kurang Reliabel	$0.2 - 0.4$
Tidak Reliabel	< 0.2

Sumber: Sugiyono (2012:255)

3.6. Analisis Statistik Data

3.6.1. Analisis Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2016:286) koefisien determinasi (R^2) adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antar nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas.

Untuk mengukur variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus:

$$KD = r^2 \times 100 \%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi

Kriteria untuk koefisien determinasi adalah:

- Jika Kd mendekati nol (0), maka pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* lemah.
- Jika Kd mendekati satu (1), maka pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* kuat.

3.6.1.1. Koefisien Determinasi Parsial

Uji ini dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen konstan, sebagai berikut:

- Koefisien determinasi parsial X_1 terhadap Y (X_2 dan X_3 konstan)

$$KD_{1.23} = r_{y1.23}^2 \times 100 \%$$

- Koefisien determinasi parsial X_2 terhadap Y (X_1 dan X_3 konstan)

$$KD_{2.13} = r_{y2.13}^2 \times 100 \%$$

- Koefisien determinasi parsial X_3 terhadap Y (X_1 dan X_2 konstan)

$$KD_{2.13} = r_{y2.13}^2 \times 100 \%$$

3.6.1.2. Koefisien Determinasi Berganda

Koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara citra merek harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian secara bersamaan atau serentak. Rumus yang digunakan dalam koefisien determinasi berganda adalah, sebagai berikut:

- Koefisien determinasi berganda X_1, X_2, X_3 terhadap Y .

$$KD_{1.23} = r_{y1.23}^2 \times 100 \%$$

3.6.2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis terhadap digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial maupun berganda. Langkah-langkah pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah:

3.6.2.1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial berdasarkan hasil data dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Pengaruh Citra Merek (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_0: \rho_{y1.23} = 0$: (Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang besar antara citra merek terhadap keputusan pembelian).

$H_a: \rho_{y1.23} \neq 0$: (Secara parsial terdapat pengaruh yang besar antara citra merek terhadap keputusan pembelian).

2. Pengaruh Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_0: \rho_{y2.13} = 0$: (Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang besar antara harga terhadap keputusan pembelian).

$H_a: \rho_{y2.13} \neq 0$: (Secara parsial terdapat pengaruh yang besar antara harga terhadap keputusan pembelian).

3. Pengaruh Lokasi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$H_0: \rho_{y3.12} = 0$: (Secara parsial tidak terdapat pengaruh yang besar antara lokasi terhadap keputusan pembelian).

$H_a: \rho_{y3.12} \neq 0$: (Secara parsial terdapat pengaruh yang besar antara lokasi terhadap keputusan pembelian).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial, dapat dilihat dari nilai P-value dibandingkan dengan α ($5\% = 0,05$) dengan kriteria:

H_0 Ditolak/ H_a diterima jika $P\text{-value} < 0,05$.

H_0 Diterima/ H_a ditolak jika $P\text{-value} \geq 0,05$.

3.6.2.2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial berdasarkan hasil data dalam penelitian ini, sebagai berikut:

a. $H_0: \rho_{y123} = 0$: (Secara simultan tidak terdapat pengaruh yang besar antara citra merek, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian).

b. $H_a: \rho_{y123} \neq 0$: (Secara simultan terdapat pengaruh yang besar antara citra merek, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian).

Untuk menguji hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara simultan digunakan nilai *significance F* dibandingkan dengan dengan kriteria:

H_0 Ditolak/ H_a diterima jika *significance F* $< 0,05$.

H_0 Diterima/ H_a diterima jika *significance F* $\geq 0,05$.