

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan di dalam menganalisis masalah tersebut adalah asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih yang dapat menerangkan adanya pengaruh antara kualitas produk (X_1), *brand awareness* (X_2), iklan (X_3) terhadap minat beli (Y).

Metode penelitian yang digunakan didalam penelitian ini adalah metode survey. Metode survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul datanya. Data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari para responden dan bukan berasal dari pengumpulan data yang pernah dilakukan sebelumnya, guna mengetahui kualitas produk, *brand awareness*, dan iklan dari hasil survey. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dari objeknya, tetapi dari sumber lain, baik lisan maupun tulisan, berupa data – data dalam bentuk naskah atau dokumen, antara lain sejarah dan profil perusahaan, data penjualan dan data yang berkaitan dengan topik bahasan penelitian baik berasal dari media cetak maupun media elektronik.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi Penelitian

Menurut arikunto (2012:174) menyatakan bahwa populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli teh pucuk di Tip Top Rawamangun.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel menurut sugiyono (2010:62) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan – pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang digunakan adalah berdasarkan karakteristik responden seperti Jenis kelamin, usia, pekerjaan, berapa banyak pengeluaran perbulan membeli produk teh pucuk harum, dan juga berapa kali dalam sebulan mengkonsumsi teh pucuk harum .

Teknik pengambilan sampel juga menggunakan Insidental Sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Misalnya Karena jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka digunakan teknik penentuan sampel untuk populasi tidak terhingga dengan menggunakan rumus Widiyanto (2008) sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4+(M_{oe})^2} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan :

n	=	Ukuran sampel
Z	=	Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel.
M _{oe}	=	<i>Margin of error</i> yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi.

Dengan tingkat keyakinan 95% atau $Z = 1,96$ dan Moe sebesar 10% maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,10)^2}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan, maka jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 96,04 responden atau dibulatkan menjadi 97 responden.

3.3. Data Dan Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2015:223) terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian, dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas, instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara – cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu, instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini penulis menggunakan pengumpulan data primer. Data primer yang dimaksud yaitu data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah riset secara khusus. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa :

(1) Penelitian kepustakaan

Untuk mendapatkan gambaran mengenai kualitas produk, brand image, pormosi, dan keputusan pembelian. Peneliti membaca yang dijadikan refrensi. Dalam pencarian teori, peneliti akan mengumpulkan informasi sebanyak – banyaknya dari kepustakaan yang berhubungan. Sumber – sumber kepustakaan dapat diperoleh dari buku, jurnal, internet, dan sumber – sumber lainnya yang sesuai penelitian sebagai bahan rujukan peneliti.

(2) Penelitian lapangan

pengambilan data yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dari objek penelitian, yaitu mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. dalam hal ini, penelitian menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya sebagai berikut :

a. Wawancara

Dalam hal ini wawancara atau interview, cresswell (2012) menyatakan bahwa “wawancara dalam survey dilakukan oleh peneliti

dengan cara merekam jawaban atas pertanyaan yang diajukan yang diberikan ke responden. Peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden dengan pedoman wawancara, mendengarkan atas jawaban, mengamati perilaku, dan merekam semua respon dari yang disurvei”.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal – hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini didasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya tidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi.

b. Kuisisioner

Creswell (2012) menyatakan bahwa “kuesioner merupakan teknik pengumpulan data di mana partisipan/responden mengisi pertanyaan atau menyatakan kemudian setelah diisi dengan lengkap mengembalikan kepada peneliti”. Jika Sugiyono (2011). Sedangkan menurut Sugiyono (2011) menyatakan bahwa 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 dan Bentuk, kata – kata, dan urutan pertanyaan akan mempengaruhi respons. Pertanyaan tertutup yaitu menspesifikasikan semua kemungkinan jawaban dan memberikan jawaban yang lebih mudah untuk diinterpretasikan dan dihitung. Pernyataan terbuka memungkinkan responden untuk menjawab pertanyaan dengan kata – kata mereka sendiri dan sering kali lebih mengungkapkan cara berfikir seseorang. Kuesioenr tersebut dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dinamakan variabel karena ada variasinya. Untuk dapat bervariasi, maka penelitian harus didasarkan pada sekelompok sumber data atau objek yang bervariasi. Variabel merupakan konstruk atau sifat yang akan dipelajari. Dengan demikian penulis akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator dalam sebuah kuisisioner. Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel yaitu variabel independent (bebas) dan variabel dependent (terikat).

(1) Variabel Bebas (Independent Variabel)

Variabel bebas atau variabel X merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas atau variabel pengaruh dalam penelitian ini adalah kualitas produk dengan lambang (X1), *Brand Awareness* dengan lambang (X2), dan Iklan dengan lambang (X3).

(2) Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Variabel terikat sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Independent). Dalam penelitian ini variabel terikat adalah Minat Beli (Y).

3.4.1. Skala dan Angka Penafsiran

Instrumen adalah alat bantu yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar data menjadi sistematis dan mempermudah penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan instrumen penelitian kuesioner yang berupa butir – butir pertanyaan untuk diberikan tanggapan oleh para responden. Penyusunan kuesioner didasarkan pada

kontruksi teoritik yang telah disusun secara sistematis dan dikembangkan dalam beberapa indikator – indikator dan dikembangkan dalam pertanyaan yang akan diajukan kepada responden. Pemberian skor terhadap masing – masing pertanyaan menggunakan Skala Likert seperti pada tabel 3.1 berikut ini :

Tabel 3.1. Skala Likert

No.	alternatif jawaban	kode	nilai skor
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiono (2013)

Dengan Skala Likert, maka variabel yang dapat diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur menyusun item – item instrumen yang dapat berupa pernyataan. Jawaban dari pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, tidak setuju bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada pada pernyataan tersebut.

3.4.2. Indikator Dan Sub Idikator Antar Variabel

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel Kualitas Produk,
Brand Awareness, Iklan dan Minat beli

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
kualitas produk Fandy Tjiptono (2016:134)	performance (kinerja)	produk memiliki rasa yang memenuhi keinginan konsumennya	1
	durability (daya tahan)	Diemnsi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan produk	2
	conformance to specification (kesesuaian dengan spesifikasi)	Kesesuaian produk memenuhi spesifikasi tertentu dari kosumen	3
	features (fitur)	Produk terbuat dari bahan pilihan dengan kualitas yang baik	4
	reliability (reliabilitas)	Pengendalian kualitas atas produk sangat terjaga guna memuaskan konsumennya	5
	Serviceability	teh pucuk harum mudah didapatkan	6
	esthetic (estetika)	daya tarik kemasan dan juga fitur kemasan serta pembungkus yang digunakan	7
	perceived quality (persepsi kualitas)	produk sesuai dengan manfaat	8
Brand Awareness Aaker (2015)	puncak pikiran (top of mind)	produk minuman yang pertama ada dalam benak konsumen	9
		konsumen sering membeli produk	10
	mengingat kembali merek (brand recall)	mengenali produk dari bentuk kemasan	11
		Tekstur rasa produk sesuai dengan keinginan konsumen	12
	mengenali merek (brand recognition)	Mengenal produk melalui iklan	13
		Produk memiliki rasa yang khas dibanding produk yang lain	14
	tidak sadar merek (unaware of brand)	mengenal produk dari slogan	15
		mengetahui produk dari perusahaannya	16
Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Item
Iklan Kotler (2010:278)	iklan informatif (informatif advertising)	informasi produk diterima konsumen dengan sangat jelas	17

		keunggulan produk yang diinformasikan kepada konsumen mudah dimengerti	18
	iklan persuasif (persuasive advertising)	iklan produk yang ditawarkan berhasil membujuk konsumen	19
		pesan yang disampaikan pada iklan produk mampu menciptakan keyakinan pada produk	20
	iklan pengingat (reminding advertising)	iklan mudah diingat konsumen	21
		tagline dan kreatifitas iklan mampu menarik perhatian konsumen untuk membeli produk	22
	iklan penguatan (reinforcement advertising)	iklan mampu meyakinkan konsumen	23
		Iklan memberikan informasi yang dapat dipercaya	24
Minat beli ferdinand (2010)	Minat transaksional	kebutuhan konsumen terpenuhi	25
	minat referensial	mengenalkan produk kepada orang lain	26
		membangun kepercayaan konsumen	27
	minat preferensial	kecenderungan pemilihan produk	28
	minat eksplorative	mencari informasi terhadap produk yang diminati	29

Sumber : Fandy Tjiptono (2016), Aaker (2015) , Kotler (2010), dan Ferdinand (2010).

3.5. Metoda Analisis Data

Data yang terkumpul dari kuisisioner, selanjutnya diolah. Untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, peneliti menggunakan *software SPSS*, sehingga hasilnya lebih cepat dan tepat. Data disajikan dalam penelitian yang digunakan adalah metode survey. Metode survey merupakan metode pengumpulan data yang berupa opini dari subyek yang diteliti dengan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner sebagai instrument penelitian merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pernyataan atau

pertanyaan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawab oleh responden.

3.5.1. Pengolahan Data

Rencana pengolahan data adalah dengan menggunakan komputer yaitu program SPSS (*Software Product and Service Solution*) versi 24.00. Hasil analisis data tersebut berupa print out tabel Mutiple Regression. Hal ini dilakukan dengan harapan tidak terjadi tingkat kesalahan yang besar.

3.5.2. Penyajian Data

Setelah data diolah, kemudian diperoleh hasil atau *output* dari operasi perkalian, penjumlahan, pembagian, pengakaran, pemangkatan, serta pengurangan. Hasil pengolahan data akan disajikan dalam bentuk tabel, agar dapat dibaca dengan mudah dan dapat cepat dipahami.

3.5.3. Uji Validitas dan Realibilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah metoda korelasi sederhana

Validitas instrumen ini berguna pula untuk mengukur validitas item butir pernyataan dengan melakukan analisis faktor dengan menggunakan metoda koefisien bobot faktor. Kriteria pengujian yaitu apabila nilai validitas (r_{hitung}) lebih besar atau sama dengan 0,3(r_{kritis}) dan sebaliknya dikatakan tidak apabila nilai validitas lebih kecil dari 0,3.

$$r_{hitung} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{[(\sum X_i)^2 - (\sum X_i)^2][N(\sum Y_i)^2 - (\sum Y_i)^2]}} \dots \dots \dots (3.2)$$

Keterangan :

r_{hitung} = Koefisien validitas butir pernyataan

- n = Jumlah sampel (responden)
 X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
 Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat kehandalan kuesioner. Kuesioner yang reliabel digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang terhadap kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama dengan asumsi tidak terdapat perubahan psikologis pada responden. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan One Shot Method dengan uji statistik Cronbach' Alpha (α) dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh Ghazali (2016:43), yaitu jika koefisien Cronbach Alpha $> 0,6$ maka pertanyaan dinyatakan andal. Sebaliknya jika koefisien Cronbach Alpha $\leq 0,6$ maka pertanyaan dinyatakan tidak andal. Untuk mengetahui data tersebut reliabel atau tidak dapat di hitung dengan menggunakan rumus :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right] \dots\dots\dots(3.3)$$

Keterangan :

- r_{11} = reliabilitas instrumen
 k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal
 $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir
 V_t^2 = varian total

3.5.4. Analisis Statistik Data

Metoda analisis statistik data dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien determinasi (R^2), uji hipotesis, uji t, dan uji f.

3.5.4.1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel – variabel dependen (Ghozali, 2016:95). Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Ghozali (2016:95).

Koefisien determinasi (R^2) adalah angka yang menunjukkan proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variasi variabel independen. Dan dapat pula digunakan sebagai ukuran ketepatan dalam menentukan prediktor. Artinya, R^2 menunjukkan seberapa besar sumbangan X terhadap Y. Untuk menentukan koefisien determinasi (R^2) pada regresi linier sederhana, dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\% \dots \dots \dots (3.4)$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi

kriteria untuk koefisien determinasi adalah :

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

(a) Koefisien Determinasi Parsial

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

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

$$KD_{123} = r_{y.1.23^2} \times 100\% \dots \dots \dots (3.5)$$

- Koefisien determinasi parsial X_1 terhadap Y (X_1 Dan X_3 konstan)

$$KD_{123} = r_{y.2.13^2} \times 100\% \dots \dots \dots (3.6)$$

- Koefisien determinasi parsial X_1 terhadap Y (X_1 Dan X_2 konstan)

$$KD_{123} = r_{y.3.13^2} \times 100\% \dots \dots \dots (3.7)$$

(b) Koefisien Determinasi Simultan

- $KD_{123} = r_{y.1.23^2} \times 100\% \dots \dots \dots (3.8)$

3.5.4.2. Uji Hipotesis

Pengujian ada atau tidaknya hubungan linear antara variabel independen terhadap variabel dependen. Perlu dirumuskan terlebih dahulu karena hal ini merupakan bagian yang terpenting dalam analisis regresi. Adapun hipotesisnya sebagai berikut :

$H_0 : b = 0$ (tidak ada hubungan linear antara variabel independen dan variabel dependen)

$H_0 : b \neq 0$ (ada hubungan linear antara variabel independen dan variabel dependen)

Uji ini dikaitkan dengan uji nyata dari garis regresi yang diperoleh dari prediksi nilai pengamatan variabel dependen.

Selain uji diatas, nilai b hasil prediksi nilai β yang diperoleh dari sampel masih harus diuji. Adapun hipotesisnya adalah sebagai berikut :

$H_0 : b = \beta$ (koefisien regresi tidak signifikan)

$H_0 : b \neq \beta$ (koefisien regresi signifikan)

3.5.4.3. Uji signifikansi parsial (Uji T)

Uji t dilaksanakan untuk melihat signifikansi dari pengaruh independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan. Tingkat signifikansinya (Sig t) masing – masing variabel independen dengan taraf sig $\alpha = 0,05$. Apabila tingkat signifikansinya (Sig t) lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$, maka hipotesisnya diterima yang artinya variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya. Sebaliknya bila tingkat signifikansinya (Sig t) lebih besar daripada $\alpha = 0,05$, maka hipotesisnya tidak diterima yang artinya variabel independen tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya.

$$t = \frac{r_p \sqrt{n-3}}{1-r_p^2} \dots\dots\dots (3.9.)$$

Keterangan :

r_p = Korelasi parsial yang ditemukan

n = Jumlah sampel

t = t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel

Jika dinyatakan secara statistik adalah sebagai berikut :

- a. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (β_i) sama dengan nol, atau :

$$H_0 : \beta_i = 0$$

Artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Hipotesis alternatifnya (H_i) parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau :

$$H_0 \neq 0$$

Artinya variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

Cara melakukan uji t (Ghozali, 2007) adalah dengan membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungannya lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel} (\alpha, df)$ maka H_0 ditolak , dan

Jika $t_{hitung} < t_{tabel} (\alpha, df)$ maka H_0 diterima.

3.5.4.4. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2016:96) Uji F disini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (independen) secara bersama – sama berpengaruh terhadap variabel terikat (dependen).

$$F_{hitung} = \frac{R^2/kb}{(R^2)/(n-k-1)} \dots\dots\dots(3.10.)$$

Keterangan :

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R^2 = nilai koefisien korelasi ganda

K = Jumlah variabel bebas

N = Jumlah sampel

Prosedur yang dapat digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat bebas ($n - k$), dimana n : jumlah pengamatan dan k : jumlah variabel.
- b. Kriteria pengujian dengan taraf nyata (α) 5% (0,05) :
 - Uji kecocokan model ditolak jika $\alpha > 0,05$
 - Uji kecocokan model diterima jika $\alpha < 0,05$