

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah asosiatif. penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek (X1), iklan (X2), harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, metode survei yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil dan menggunakan metode kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder.

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari responden dan bukan berasal dari pengumpulan data yang dilakukan sebelumnya, guna mengetahui citra merek, iklan dan harga dari hasil survei yang di dapat. Sedangkan data sekunder yaitu data yang diperoleh seorang peneliti secara tidak langsung dari objeknya, tetapi melalui sumber lain, baik secara lisan maupun tertulis berupa data-data dalam bentuk naskah atau dokumen, antara lain sejarah dan profil perusahaan, data penjualan dan data yang di berkaitan dengan topik bahasan penelitian baik berasal dari media cetak maupun elektronik.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian merupakan wilayah yang ingin di teliti oleh peneliti. Menurut Arikunto (2013:173) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli Pendapat di atas menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk menentukan populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengonsumsi produk susu ultra pada konsumen di Tip Top rawamangun.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin di teliti oleh peneliti menurut Sugiyono (2011:81) “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut.

Pengambilan sampel digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dipilih untuk memberikan kesempatan kepada konsumen yang membeli produk susu ultra di Tip Top Rawamangun sebagai sampel penelitian. Pertimbangan yang digunakan dalam penelitian sampel adalah pengunjung Tip Top rawamangun yang membeli produk susu ultra. karna jumlahnya tidak diketahui secara pasti maka digunakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan rumus, sebagai berikut

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

Z = tingkat keyakinan yang di butuhkan dalam penentuan sampel 95%
(maka $z = 1,96$)

M_{oe} = margin of error, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi, ditentukan 10%

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

Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas, instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan caracara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karna 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 penelitian ini penulis, 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. Pengumpulan data primer

Pengambilan data primer dalam survei dapat menggunakan wawancara dan kuesioner, yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden (Sugiyono, 2013:2) Secara teori, proses mengambil data memegang peranan yang penting dalam menentukan validitas hasil penelitian. Adapun teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini adalah:

(1) Wawancara

Menurut Supriyati (2011:48), wawancara adalah teknik pengambilan data melalui pertanyaan yang diajukan secara lisan kepada responden. Untuk memperoleh data primer yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan teknik pengumpulan yang dilakukan melalui tatap muka, dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber.

(2) Kuesioner

Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk menjawabnya, yang memungkinkan peneliti mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik dengan menggunakan kuesioner, peneliti berupaya mengukur apa yang ditemukan dalam kuesioner, selain itu juga untuk menentukan seberapa luas atau terbatasnya sentimen yang diekspresikan dalam suatu kuesioner. Menurut Sugiyono (2011:199-203) angket adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Teknik ini dilaksanakan dengan memberikan pertanyaan terstruktur kepada konsumen, guna mendapatkan informasi dan melibatkan pengolahan data, dan menggunakan alat berupa kuesioner. Kelebihan dari teknik kuesioner adalah mudah dikelola, dan data yang diperoleh dapat dipercaya. Sedangkan kekurangan dari teknik ini adalah responden mungkin tidak mampu atau tidak bersedia memberikan informasi.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel- variabel dalam penelitian adalah sebagai berikut :

a. Variabel Terikat

Keputusan pembelian adalah perilaku keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual, maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi (Kotler dan Armstrong, 2012:157) . Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Keputusan pembelian terhadap produk susu ultra yang diukur melalui indikator sebagai berikut :

a. Keyakinan konsumen membeli produk susu ultra berdasarkan citra merek.

- b. Produk susu ultra memiliki banyak varian yang lengkap.
- c. Keputusan membeli produk susu ultra walaupun mempunyai informasi mengenai produk lain.

b. Variabel Bebas

Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi citra merek, iklan dan harga. Definisi operasional masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Citra merek (X_1)
2. Iklan (X_2)
3. Harga (X_3)

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 dikemabangkan 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)

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Citra Merek, Iklan, Harga dan Keputusan pembelian

Variabel	Indikator	Sub indicator	No. Item
Citra merek (X1) kotler dan keller 2015	Kekuatan	kualitas produk terjamin	1
	keunikan	produk memiliki berbagai macam varian	2
	keunggulan	merek mudah diingat	3
Iklan (X2) Djaslim 2012	Informasi mengenai produk	informasi produk sangat jelas di terima konsumen	4
		informasi yang di sampaikan mengenai keunggulan produk mudah di mengerti	5
	membujuk konsumen	iklan produk yang ditawarkan berhasil membujuk konsumen	6
		model dalam iklan mampu menarik perhatian konsumen	7
	mengingatkan konsumen	iklan produk mudah di ingat konsumen	8
		pesan iklan mengingatkan konsumen	9
	meyakinkan konsumen	iklan produk dapat meyakinkan konsumen	10
		iklan dapat memberikan informasi yang dapat di percaya	11
Harga (X3) Kotler dan amstrong 2012	ketjangkauan harga	Harga yang terjangkau	12
	kesesuaian harga	harga sesuai dengan manfaat dan nilai produk	13
	daya saing harga	harga lebih murah dari pesaing	14
keputusan pembelian konsumen (Y) kotler 2013	pengenalan kebutuhan	produk sangat di butuhkan oleh konsumen	15
	evaluasi alternatif	produk memiliki kelebihan dari pesaing	16
	pencarian informasi	informasi tentang produk dapat ditemukan	17
	tingkah laku pasca pembelian	konsumen akan merekomendasikan proknya	18

3.5 Metode Analisis Data

Bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Tujuan metode analisis data

adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data. Teknik analisis data yang akan menggunakan analisis data kuantitatif yaitu bentuk analisa yang menggunakan angka – angka dan perhitungan dengan metode statistik, maka data tersebut harus diklarifikasi dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel – tabel tertentu, untuk mempermudah dalam menganalisis dengan menggunakan program SPSS for windows versi 22.00 Adapun alat analisa yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas.

3.5.1 Pengolahan data

Rencana pengolahan data adalah dengan menggunakan computer yaitu program SPSS (Software Product and Service Solution). Versi 22.00. Hasil analisis data tersebut berupa print out table Multiple 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 table, agar dapat dibaca dengan mudah dan dapat cepat di pahami.

3.5.3 Uji Validitas Dan Realibilitas

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah kuisioner tersebut valid atau tidak. Menurut kusaeri (2012:75) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu tes, suatu tes dikatakan valid apabila tes tersebut mengukur apa yang hendak diukur. Tes memiliki validitas yang tinggi jika hasilnya sesuai dengan kriteria. Jika korelasinya tidak signifikan, alat pengukur itu tidak valid dan tidak dapat digunakan untuk mengambil data.

Rumus yang digunakan untuk menguji validasi instrument ini adalah korelasi pearson product moment, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{n \sum XiYi - (\sum Xi) (\sum Yi)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}} \dots \dots \dots (3.2)$$

Keterangan:

r_{XY} = koefisien korelasi

n = banyaknya sampel

X = skor butir yang dipeloreh subyek dari seluruh item

Y = skor total butir yang diperoleh dari seluruh item

Kemudian hasil dari r dibandingkan dengan nilai r table dengan derajat bebas $(n-2)$. Jika nilai r hasil perhitungan lebih besar dari pada nilai r dalam table pada alfa tertentu maka berarti signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan itu valid. Dalam praktiknya untuk menguji validitas kuesioner sering menggunakan bantuan software Microsoft office excel dan statistical product and service solution (SPSS). Hal ini dilakukan untuk efisien dan tingkat signifikan dalam menentukan valid tidaknya butir pertanyaan yang diinformasikan dalam program tersebut.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu penelitian pengukur dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliabel hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek lama.

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

r_{11} = reliabilitas internal seluruh 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

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

3.5.4.1 Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel – variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variaebel – 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.

Koefisien determiansi (R^2) adalah angka yang menunjukkan proporsi variabel dependen ayang 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 :

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

1. 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)
 $KD_{123} = r_{y.1.23^2} \times 100\%$
- Koefisien determinasi parsial X_2 terhadap Y (X_1 Dan X_3 konstan)
 $KD_{123} = r_{y.2.13^2} \times 100\%$
- Koefisien determinasi parsial X_3 terhadap Y (X_1 Dan X_2 konstan)
 $KD_{123} = r_{y.3.12^2} \times 100\%$

2. Koefisien Determinasi Simultan

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

3.5.5 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 :

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

$H_1 : \beta \neq 0$ (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)

$H_1 : b \neq \beta$ (koefisien regresi signifikan)

3.5.5.1. 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,2007:30) 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 $t\text{-hitung} >$ dari $t\text{-tabel} (\alpha,df)$ maka H_0 ditolak , dan

Jika $t\text{-hitung} <$ dari $t\text{-tabel} (\alpha,df)$ maka H_0 diterima.

3.5.5.2. 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_{hitu} = 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 $\alpha < 0,05$