

## **BAB III**

### **PROSEDUR PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik masalah pokok penelitian adalah strategi asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih. Dimana dalam penelitian ingin mengetahui hubungan citra merek ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan harga ( $X_3$ ). Tujuan dari pemakaian strategi asosiatif adalah agar dapat memberikan penjelasan mengenai hubungan citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Bata

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Dimana penelitian ini menitikberatkan pada analisis kuantitatif, mengambil dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Metode survey dipilih untuk mengetahui berberapa pengaruh antara citra merek, kualitas produk dan harga dan terhadap keputusan pembelian. Metoda survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalkan dengan menyebarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur sesuai target yang ditentukan dan sebagainya (Sugiyono 2014:6).

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1. Populasi penelitian**

Menurut Hendryadi, Suryani (2016:190) Populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki kualitas dan

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Sugiyono (2014:80) Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi dalam wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Sedangkan menurut Arikunto (2012:174) berpendapat bahwa populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian sepatu merek Bata di toko Bata dan konsumen yang memutuskan pembelian sepatu merek Bata pada toko Bata Mall Arta Gading. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk sepatu merek Bata. Data tersebut bersumber dari Toko Bata Mall Artha Gading yang akan di berikan pada November 2018 sampai Januari 2019.

### 3.2.2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:55), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik *Non Probability Sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini. Lebih tepatnya, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Pengertian *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan Untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, maka digunakan rumus *Moe*, yaitu:

$$\text{Error! Reference source not found.} \dots \dots \dots (3.1)$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

**Error! Reference source not found.** jika dibulatkan menjadi 100.

Keterangan:

**Error! Reference source not found.** = Jumlah sampel

$z$  = Nilai Z dengan tingkat keyakinan tertentu

$Moe$  = *Margin of Error Max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan. Dengan tingkat keyakinan sebesar 95 % atau  $Z = 1,96$  dan  $Moe$  sebesar 10%.

Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden konsumen yang membeli sepatu merek Bata di Toko Bata Mall Artha Gading, Jakarta Utara.

### 3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013:223) terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil dari penelitian, yakni kualitas instrument penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrument penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas, instrument dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketetapan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu, instrument yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel. Apabila instrument tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.

Jenis data yang digunakan 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. Kuisisioner atau Angket

Teknik pengumpulan data dengan melakukan penyebaran daftar pernyataan tertulis (angket) kepada konsumen yang membeli sepatu merek Bata di Toko Bata Mall Artha Gading (responden). Pengumpulan data ini didasarkan atas dasar jawaban dan tanggapan responden terhadap pernyataan yang diajukan oleh peneliti.

2. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan mendapatkan informasi, dengan cara bertanya kepada responden langsung yaitu konsumen yang membeli sepatu merek Bata di Toko Bata Mall Artha Gading.

### 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 obyek 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 kuisioner. Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel yaitu variabel independent (*bebas*) dan variabel dependent (*terikat*).

#### 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 Citra merek dengan lambang (X1), Kualitas Produk dilambangkan dengan (X2), dan Harga dilambangkan dengan (X3).

#### 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 Keputusan pembelian (Y).

#### 3.4.1. Pengujian Instrumen Penelitian

##### 1. Uji Validitas Instrumen

Menurut (Sugiyono 2013) untuk menguji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Tujuan dilakukan uji validitas adalah untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisioner. Kuisioner atau instrument penelitian dikatakan valid untuk penelitian jika memiliki nilai validitas ( $r_{hitung}$ ) sebesar 0,30 atau lebih, sehingga faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang baik, dan

sebaliknya jika nilai validitas lebih kecil dari 0,30 instrumen penelitian dikatakan tidak valid.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrument adalah:

$$r_{hitung} = \frac{n \sum X Y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan:

$r_{hitung}$  = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

$n$  = Banyaknya responden yang dicari (sampel)

$X$  = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

$Y$  = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan realibel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan teknik belah dua (Split Half), dengan menggunakan rumus *Spearman Brown*, sebagai berikut:

$$r_i = \frac{2.r_b}{1 + r_b} \dots\dots\dots (3.3)$$

Keterangan:

$r_i$  =Reliabilitas instrument

$r_b$  =Koefisien korelasi antar kelompok genap dan ganjil

$$\text{Rumus } r_b = \frac{(n \cdot \sum x_1 \cdot x_2) - (\sum x_1) \cdot (\sum x_2)}{\sqrt{\{n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\} \{n \sum X_2^2 - (\sum X_2)^2\}}}$$

Instrumen penelitian ini dikatakan reliabel apabila nilai reliabilitas instrument penelitian lebih besar dibanding dengan nilai koefisien korelasi ( $r_i > 0,60$ ).

### 3.4.2. Indikator dan Sub Indikator antar Variabel

**Tabel 3.1.** Variabel, Indikator, Sub Indikator antar Variabel

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	Nomor Item
Citra Merek (X1) Kotler & Keller (2015)	Kekuatan	Penampilan fisik	1
		Banyak digemari konsumen	2
	Keunikan	Merek mudah diingat	3
		Meningkatkan rasa percaya diri konsumen	4
	Keunggulan	Produk terkenal	5
		Kesetiaan pelanggan terhadap merek	6
Kualitas Produk (X2) Kotler (2015)	Kinerja produk	Kenyaman produk saat digunakan	7
		Kualitas produk sesuai dengan keinginan konsumen	8
		Kualitas produk yang dihasilkan cukup baik	10
	Kesesuaian dengan spesifikasi	Sesuai dengan gambar dengan produk aslinya	11
		Berbagai macam desain dan warna	12
	Daya tahan	Berapa lama produk digunakan	13
Nilai ekonomis		14	
Harga (X3)	Keterjangkauan harga	Harga efisien terjangkau oleh	15

Kotler & Amstrong (2015)		konsumen	
		Harga murah	16
	Daya saing harga	Harga produk lebih murah dari pesaing sejenisnya	17
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Harga produk sesuai dengan manfaat yang dirasakan	18
Banyak keuntungan setelah membeli produk		19	
Keputusan pembelian (Y)	Kemampuan pada sebuah produk	Konsumen bangga setelah membeli produk	20
		Konsumen tidak menyesal setelah membeli produk	21
Kotler & Amstrong (2015)	Kebiasaan dalam membeli produk	Konsumen sudah mengenal produk sebelum membeli	22
		konsumen sudah membandingkan produk yang akan dibeli	23
	Mendapat rekomendasi dari orang lain	Konsumen mendapat rekomendasi dari orang lain	24
	Melakukan pembelian ulang	Konsumen tidak terpengaruh membeli merek lain yang sejenisnya	25
Konsumen akan kembali membeli produk sesuai dengan kebutuhan		26	

Dalam mengukur instrumen citra merek, Kualitas Produk, dan keputusan pembelian, peneliti menggunakan skala likert. Dalam skala likert, digunakan skor (bobot nilai) yang diberikan terhadap jawaban yang telah disediakan. Alternatif jawaban yang disediakan adalah sangat setuju (dengan skor 5), setuju (dengan skor 4), Ragu Ragu (dengan skor 3, tidak setuju (dengan skor 2), dan sangat tidak setuju (dengan skor 1).

**Tabel 3.2.** Bobot Alternatif Jawaban Responden

No	Alternatif Jawaban	Nilai Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2

5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
---	---------------------------	---

Sumber: *Sugiyono (2013)*

### 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 bentuk tabel dengan tujuan agar data mudah dibaca dan dimengerti.

Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Metode survei 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*) Ver. 22.00. Hasil analisis data tersebut berupa print out tabel 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 tabel, agar dapat dibaca dengan mudah dan dapat cepat dipahami.

#### 3.5.3. Analisis Statistik Data

Metoda analisis statistik data dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien determinasi (KD) (parsial dan berganda) serta pengujian hipotesis (parsial dan simultan).

Analisis koefisien determinasi:

1. Koefisien Determinasi Parsial

- a. Pengaruh  $X_1$  ( Citra Merek ) terhadap Y ( Keputusan Pembelian )  
dimana ( $X_2$  dan  $X_3$  konstan):

$$KD_1 = (r_{Y1,23})^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.4)$$

$$= \frac{ry_1 - ry_2 \cdot ry_3 \cdot r_{123}}{\sqrt{\{1 - (ry_2)^2\} \cdot (1 - ry_3)^2 \cdot \{1 - (r_{123})^2\}}}$$

- b. Pengaruh  $X_2$  ( Kualitas Produk ) terhadap Y ( Keputusan Pembelian ( $X_1$  dan  $X_3$  konstan):

$$KD_2 = (r_{Y2,13})^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.5)$$

$$= \frac{ry_2 - ry_1 \cdot ry_3 \cdot r_{123}}{\sqrt{\{1 - (ry_1)^2\} \cdot (1 - ry_3)^2 \cdot \{1 - (r_{123})^2\}}}$$

- c. Pengaruh  $X_3$  ( Harga ) terhadap Y ( Keputusan ) ( $X_1$  dan  $X_2$  konstan) :

$$KD_3 = (r_{Y3,12})^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.6)$$

$$= \frac{ry_3 - ry_1 \cdot ry_2 \cdot r_{123}}{\sqrt{\{1 - (ry_1)^2\} \cdot (1 - ry_2)^2 \cdot \{1 - (r_{123})^2\}}}$$

2. Koefisien Determinasi berganda

Pengaruh  $X_1$  (citra merek),  $X_2$  (kualitas produk), dan  $X_3$  (harga) terhadap Y (keputusan pembelian).

$$KD_3 = (r_{y123})^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.7)$$

$$r_{y1234} = \frac{(r_{y1})^2 - (r_{y2})^2 - (r_{y3})^2 - (r_{y4})^2 - 2(r_{y1} \cdot r_{y2} \cdot r_{y3} \cdot r_{y4})}{\sqrt{(1 - (r_{1234})^2)}} \dots\dots\dots(3.7)$$

Keterangan:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

**3.5.4. Pengujian hipotesi**

## 1. Pengujian hipotesis parsial

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji koefisien determinasi secara parsial dan simultan. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

### a. Pengaruh antara $X_1$ dengan Y

$H_0: P_1 \geq 0$  (secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu merek Bata).

$H_a: P_1 \leq 0$  (secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu merek Bata).

### b. Pengaruh antara $X_2$ dengan Y

$H_0: P_2 \geq 0$  (secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas terhadap keputusan pembelian sepatu merek Bata).

$H_a: P_2 \leq 0$  (secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Bata).

### c. Pengaruh antara $X_3$ dengan Y

$H_0: P_3 \geq 0$  (secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Bata).

$H_a: P_3 \leq 0$  (secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian sepatu merek Bata).

Adapun untuk menguji pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (bersama-sama), dapat digunakan nilai Significance t dibandingkan dengan  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ )

$H_0$  ditolak, jika Significance  $t \geq 0,05$  dan

$H_a$  diterima, jika Significance  $t \leq 0,05$ .

## 2. Pengujian Hipotesis berganda

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara simultan, sebagai berikut:

a. Merumuskan Hipotesis

$H_0: \rho \geq 0$  (Secara simultan tidak terdapat pengaruh yang positif antara citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.)

$H_a: \rho \leq 0$  (Secara simultan terdapat pengaruh yang positif antara citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.)

Adapun untuk menguji pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (bersama-sama), dapat digunakan nilai Significance F dibandingkan dengan  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ )

$H_0$  ditolak, jika Significance F  $\geq 0,05$  dan

$H_a$  diterima, jika Significance F  $\leq 0,05$ .