

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi dan Metode Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi Asosiatif. Menurut Sugiyono (2015:120) strategi Asosiatif merupakan strategi penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Metode survei merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan mengedarkan kuesioner (Sugiyono, 2015:11). Metode kuantitatif menurut Sugiyono (2017:8) “Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.”

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2015:148) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen pada *Starbucks Coffee* Rawamangun yang tidak diketahui jumlahnya.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan unit terkecil yang mewakili karakteristik dari populasi yang ingin diteliti. Menurut Siregar (2013:137) sampel adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. Penentuan sampel responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *non probability sampling* melalui metode *purposive*

sampling. Menurut Sugiyono (2015:84), *purposive sampling* adalah metode penetapan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu.

Kriteria dalam pemilihan sampel yaitu konsumen Starbucks Coffee Rawamangun yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan. Kriteria usia mulai dari 17 tahun sampai dengan 19 tahun, antara 19 tahun sampai 30 tahun dan di atas 30 tahun. Untuk kriteria pekerjaan dari pelajar, mahasiswa, pegawai swasta, pegawai negeri sipil dan lain-lain. Kriteria penghasilan mulai dari kurang dari tiga juta perbulan, enam juta sampai sembilan juta perbulan, Sembilan juta sampai dengan duabelas juta perbulan, dan diatas tigabelas juta perbulan atau lebih.

Metode penentuan sampel ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

Z = 1,96 scor pada tingkat signifikan tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%)

Moe = *Margin of error* , tingkat kesalahan maksimum adalah 5%

Dengan menggunakan rumus di atas, maka sampel yang diambil untuk penelitian ini berjumlah 96 responden. Metode tersebut di digunakan oleh karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan pasti.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2015:223) data primer adalah sumber data yang langsung di dapat peneliti. Dalam penelitian ini data primer bersumber dari penyebaran kuisisioner secara langsung kepada responden yang berkaitan dengan Brand Image, Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian. Data yang diperoleh berupa persepsi konsumen.

3.3.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2015:223) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Data sekunder dapat berupa dokumentasi, catatan, bukti serta laporan. Dalam hal ini peneliti akan mengumpulkan data Sekunder berupa dokumentasi menu yang ada di Starbucks Coffee, catatan peneliti mengenai pengunjung Starbucks Coffee, dan laporan dari pengunjung mengenai Starbucks Coffee.

3.3.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan yang diperlukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1) Observasi

Menurut Sugiyono (2016: 310), Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi dilakukan untuk melihat langsung kondisi di lapangan yang digunakan untuk menentukan pendahuluan dalam penelitian.

2) Wawancara

Menurut Sugiyono (2016:317), Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

3) Angket (Kuesioner)

Menurut Sugiyono (2016:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner dilakukan untuk memperoleh informasi yang relevan untuk penelitian ini. Dalam penelitian ini kuisisioner disebar untuk kemudian diisi oleh responden dengan butir-butir pernyataan.

4) Studi Pustaka

Dalam penelitian ini mengumpulkan teori dan konsep dasar yang berpengaruh dalam masalah yang diteliti. Teori dan konsep dasar tersebut diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal dan bahan bacaan yang relevan.

3.4 Definisi Operasionalisasi Variabel

Sekaran dan Bougie (2013:115) mengemukakan bahwa variabel adalah apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai. Nilai bisa berbeda pada berbagai waktu objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek atau orang yang berbeda.

Operasionalisasi Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:223). Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas dan variabel terikat.

- 1) Variabel bebas (Independent Variable) Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi timbulnya atau berubahnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah brand image (X1), kualitas produk (X2), dan Gaya Hidup (X3).
- 2) Variabel terikat (Dependent Variable) Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Variabel-variabel yang di ukur dan di jelaskan dalam beberapa indikator dan masing masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator ini akan dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan dalam kusioner. Indikator-indikator yang digunakan penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Pernyataan
1	<i>Brand image (X1)</i> Sumber : Setiadi (2013:347)	<i>Value (Nilai)</i>	Mudah diingat	1
			Kesan	2
		<i>Quality (Kualitas)</i>	Merek terbaik	3
			Dapat di percaya	4
		<i>Awareness (Kesadaran)</i>	Mudah dikenal	5
			Terkenal	6
2	Kualitas produk (X2) Sumber : Kotler dan Keller (2012:52)	<i>Performance</i>	Penampilan produk	7
			Porsi yang pas	8
		<i>Features (fitur atau ciri-ciri tambahan)</i>	ariasi produk	9
			Kemudahan memilih menu	10
		<i>Reliability (reliabilitas)</i>	Sesuai kebutuhan	11
			Konsisten	12
		<i>Confermance to Specifications (kesesuaian dengan spesifikasi)</i>	Kesesuai gambar menu dengan sajian	13
			Kesesuaian nama dengan rasa	14
		<i>Durability</i>	Tahan lama Rasanya	15
			Terjaga	16
		<i>Serviceability</i>	Sesuai dengan kebutuhan	17
			Produk <i>higienis</i>	18

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Pernyataan
		<i>Esthetics</i> (Estetika)	Varian produk	19
			Menarik	20
		<i>Perceived Quality</i> (kualitas yang dipersepsikan)	Kualitas	21
			Sesuai kebutuhan	22
3.	Gaya Hidup (X3) Sumber : Kotler & Keller (2012:213)	Minat (Interest)	Kegemaran	23
			Pilihan	24
		Opini (Opinion)	Pandangan	25
			Mempercayai	26
		Kegiatan (Activity)	Sering mengunjungi	27
			Sering mengadakan pertemuan	28
4.	Keputusan pembelian (Y) Sumber : Kotler (2012:192)	Keyakinan dalam membeli sesuai dengan kebutuhan.	Memenuhi kebutuhan	29
			Memenuhi keinginan	30
		Memberi rekomendasi pada orang lain	Merekomendasikan kepada orang lain.	31
			Memberi informasi kepada orang lain.	32
		Mengetahui informasi produk.	Mengetahui kualitas produk.	33
			Mengetahui kelengkapan varian	34

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No. Pernyataan
		Keputusan setelah membeli produk	Merasa puas setelah membeli produk.	35
			Merasa tidak dirugikan	36
		Pembelian ulang	Membeli ulang karena rasanya	37
			Membeli ulang Karena kesan yang baik	38
		Keinginan untuk berpindah	Karena produknya	39
			Karena tempatnya	40

Indikator-indikator penelitian diatas nantinya akan diubah menjadi dalam pernyataan yang diajukan kepada responden harus jelas dan tidak meragukan responden. Dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk mengukur persepsi responden, digunakan Skala *Likert* yang dikembangkan oleh *Sematic Scale*. Skala *Likert* merupakan teknik mengukur sikap dimana subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan (Noor, 2012:128) skala *Likert* merupakan salah satu teknik pengukuran sikap paling sering digunakan dalam riset pemasaran, dalam Skala *Likert* untuk jawaban yang mendukung diberi score tertinggi, sedangkan untuk jawaban yang tidak mendukung diberi score terendah.

Tabel 3.2
Skala Likert

JENIS JAWABAN	SKOR
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2012)

3.5 Teknik Pengujian Instrumen

3.5.1. Uji Validitas

Sugiyono (2016:168) menyatakan bahwa valid berarti alat ukur yang digunakan mendapat data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji validitas dilakukan pada setiap butir pernyataan dan hasilnya dapat dilihat melalui hasil r-hitung yang dibandingkan dengan r-tabel, dimana r-tabel dapat diperoleh melalui df (*degree of freedom*) = n-2 (signifikan 5%, n = jumlah sampel). Untuk mendapatkan nilai r-hitung penulis menggunakan formula/ rumus menurut Karl Person dalam Arikunto (2002:243) mengemukakan bahwa Uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan rumus teknik “korelasi product moment”. Rumusnya yaitu sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

r_{xy} = koefisien korelasi antara skor item dengan total

$\sum x$ = skor item

$\sum y$ = skor total item

N = jumlah responden

Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti item pernyataan valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan tidak valid sekaligus tidak memiliki persyaratan (Arikunto, 2002:146).

Pengujian Uji Validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS Versi 23

3.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach Alpha*, dimana suatu instrument dinyatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan sebesar 0,6 atau lebih. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah reliable akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan computer program SPSS. Uji reliabilitas dapat dihitung dengan rumus menurut Sugiyono (2013:3) sebagai berikut :

$$r = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

keterangan :

r : Koefisien reliabilitas yang dicari

k : Jumlah butir pernyataan (soal)

σ_i^2 : Varian butir – butir pernyataan (soal)

σ^2 : Varians skor test

Dari perhitungan tersebut akan diperoleh distribusi penilaian uji reliabilitas dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0.6 maka kuesioner tersebut reliabel.
- 2) Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari taraf signifikansi 60% atau 0.6 maka kuesioner tersebut tidak reliable.

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016:55). Mengatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam Menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Guna mengukur besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus :

- 1) Determinasi parsial antara X_1 terhadap Y (X_2, X_3 konstan)
 $KD = r_{YX_1}^2 \times 100\%$
- 2) Determinasi parsial antara X_2 terhadap Y (X_1, X_3 konstan)
 $KD = r_{YX_2}^2 \times 100\%$
- 3) Determinasi parsial antara X_3 terhadap Y (X_1, X_2 konstan)
 $KD = r_{YX_3}^2 \times 100\%$
- 4) Determinasi berganda antara X_1, X_2 dan X_3 terhadap Y
 $KD = r_{YX_{123}}^2 \times 100\%$

3.6.2. Uji Parsial (Uji t)

Uji_t merupakan uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, berikut formula/ rumus untuk menghitung/ menguji t, menurut Sugiyono (2014:250) sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

t = nilai hitung

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

Dari perhitungan tersebut akan diperoleh distribusi t dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Bila $t\text{-hitung} \geq 0,05$ (alpha) maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Bila $t\text{-hitung} \leq 0,05$ (alpha) maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji F yaitu uji untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Pengujian yang dilakukan ini adalah dengan uji parameter dengan menggunakan uji F-statistik. Uji F menurut Sugiyono (2017) adalah untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Rumus uji F adalah sebagai berikut :

$$F = \frac{r^2/k}{(1-r)(n-k-1)}$$

Keterangan :

r^2 = koefisien korelasi ganda yang telah ditentukan

K = banyaknya variabel bebas

N = ukuran sampel

F = Fhitung yang selanjutnya dibandingkan dengan Ftabel (n-k-1)

Sumber : Sugiyono (2017)

Dari perhitungan tersebut akan diperoleh distribusi F dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Apabila probabilitas signifikansi F-hitung lebih besar dari F-tabel maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila probabilitas signifikansi F-hitung lebih kecil dari F-tabel maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.