

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan hubungan kausal yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat antar variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) (Sugiyono, 2017:37). Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kemungkinan adanya hubungan sebab akibat berupa pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Wom sebagai variabel independen terhadap Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen. Peneliti menggunakan metode penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Pada penelitian survey ini menggunakan kuesioner (angket).

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017:80). Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk yang berusia mulai dari 17 sampai > 45 tahun yang membeli di D'Tang Coffee di wilayah Cipinang Jagal, Jakarta Timur.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel menurut Sugiyono (2016:118) sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dipunyai oleh populasi tersebut. Menurut Sugiyono (2017:81) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik sampling menurut Sugiyono (2016:81) ialah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan. Pada penelitian ini teknik

pengambilan sampel ini digunakan berdasarkan populasi, dengan cara menggunakan Non-probability Sampling dengan metode purposive sampling dimana teknik dalam pengambilan sampel ini memiliki pertimbangan-pertimbangan yang sudah ditentukan kepada responden. Dalam penentuan jumlah sampel yang digunakan Sugiyono (2017:91) menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 4 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 4 = 40$.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan jumlah sampel yang diambil oleh peneliti sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel ini dari tanggal 23 Desember 2021 – 20 Januari 2022.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Siregar, 2013:16). Data primer yang digunakan kuesioner (angket), merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sujarweni, 2015:98). Jenis data yang digunakan berupa data kuantitatif yang berasal dari data skor jawaban kuesioner.

3.3.2. Metoda Pengumpulan Data

Metoda pengumpulan data pada penelitian ini berupa kuesioner tertutup, yaitu pertanyaan yang meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang tersedia dari setiap pertanyaan (Sujarweni, 2015:156-157), yang diukur dengan skala likert, yaitu skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu (Sugiyono, 2017:136), dimana setiap pertanyaan pada kuesioner mempunyai 5 alternatif yang memiliki bobot jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.1 Pernyataan Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono, (2017:137)

3.4. Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas (variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependen). Penjelasan definisi dan operasional variabel adalah sebagai berikut:

3.4.1 Variabel Bebas (Variabel Independen)

Variabel bebas (independen) merupakan variable yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel bebas (independen), yaitu:

1. Citra Merek (X1)

Menurut Rifyal (2020:88) mendefinisikan citra merek sebagai set keyakinan konsumen akan merek tertentu. Ia juga menekankan bahwa citra merek merupakan

suatu set keyakinan, kesan, dan ide yang dimiliki individu terkait suatu objek. Citra merek juga merupakan kumpulan persepsi yang saling berkaitan dalam pikiran manusia tentang merek tertentu. Peneliti mengukur citra merek dengan menggunakan indikator yaitu mudah diingat, memiliki makna, desain menarik dan lucu, fleksibel (dapat disesuaikan), legal atau dapat dilindungi.

2. Kualitas Produk (X2)

Menurut Sudaryono (2016:42) mendefinisikan kualitas produk sebagai sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Peneliti mengukur kualitas produk dengan menggunakan indikator yaitu warna, penampilan, porsi, bentuk, temperatur, tekstur, aroma dan rasa.

3. WOM (X3)

Menurut Rusman (2018:17). Komunikasi pemasaran *wom (word of mouth)* merupakan satu-satunya metode promosi dari pelanggan ke pelanggan, dan untuk pelanggan. *Wom (word of mouth)* merupakan saluran komunikasi yang dapat dipercaya, karena kejadiannya bermula dari pelanggan yang sudah pernah mengonsumsi sebuah produk atau menggunakan jasa perusahaan, dan memperoleh kepuasan kemudian merekomendasikannya kepada orang lain tentang pengalamannya. Peneliti mengukur *wom (word of mouth)* dengan menggunakan indikator yaitu *talkers (pembicara)*, *topics (topik)*, *tools (alat)*, *talking part (partisipasi)*, dan *tracking (pengawasan)*.

3.4.2 Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y1). Meithiana (2019:70) mendefinisikan keputusan pembelian konsumen merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tersebut tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian tertentu

dan tindakan tertentu, maka keadaan tersebut bukan merupakan suatu keputusan. Peneliti mengukur keputusan pembelian dengan menggunakan indikator yaitu pilihan merek, pilihan penyalur, jumlah pembelian, waktu pembelian, dan cara pembayaran. Masing – masing item pertanyaan diukur dengan skala likert 5 poin. Instrumen penelitian yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator Variabel	Item	Skala
Citra Merek (X1) Rifyal Dahlawy Chalil (2021)	1. Mudah Diingat	1,2	Skala Likert
	2. Memiliki Makna	3,4	Skala Likert
	3. Desain Menarik Dan Lucu	5,6	Skala Likert
	4. Fleksibel (dapat disesuaikan)	7,8	Skala Likert
	5. Legal dan Dilindungi	9,10	Skala Likert
Kualitas Produk (X2) Fiani Dan Jafarianto (2012)	1. warna	11,12	Skala Likert
	2. Penampilan	13,14	Skala Likert
	3. Porsi	15,16	Skala Likert
	4. Bentuk	17,18	Skala Likert
	5. Temperatur	19,20	Skala Likert
	6. Tekstur	21,22	Skala

			Likert
	7. Aroma	23,24	Skala Likert
	8. Rasa	25,26	Skala Likert
WOM (X3) Sernovits Dalam Atik Hendarwati (2015)	1. Talkers (pembicara)	27,28	Skala Likert
	2. Topics (Topik)	29,30	Skala Likert
	3. Tools (alat)	31,32	Skala Likert
	4. Talking Part (Partisipasi)	33,34	Skala Likert
	5. Tracking (pengawasan)	35,36	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y) Kotler Dan Keller (2012)	1. pilihan merek	37,38	Skala Likert
	2. pilihan penyalur	39,40	Skala Likert
	3. Jumlah Pembelian	41,42	Skala Likert
	4. waktu pembelian	43,44	Skala Likert
	5. Cara pembayaran	45,46	Skala Likert

Sumber: diolah dari berbagai referensi

3.5. Metoda Analisis Data

Metoda analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik deskriptif, uji kualitas data, dan analisis korelasi.

3.5.1 Pengolahan Data

Dalam melakukan pengolahan dan penganalisisan data menggunakan program SPSS versi 26.0, yaitu program komputer untuk menghitung nilai statistic yang berupa uji kualitas data, uji analisis korelasi dan uji hipotesis.

3.5.2 Penyajian Data

Data disajikan dalam bentuk tabel dan grafik agar dapat memudahkan untuk memahaminya. Data-data yang telah dikumpulkan, kemudian dihitung dan diolah serta dianalisis lebih lanjut.

3.5.3 Analisis Statistik Data

Analisis statistik data dimaksudkan untuk melakukan perhitungan data yang telah disajikan dalam menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis penelitian. Metoda analisis statistik penelitian dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian yaitu dengan menggunakan metoda koefisien determinasi dan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan.

Untuk taraf kesalahan penelitian ini menggunakan 5%, yang mengacu pada teori (Sugiyono, 2017:148) bahwa suatu kesimpulan dari data sampel yang akan diberlakukan untuk populasi itu memiliki peluang kesalahan dan kebenaran yang dinyatakan dalam bentuk persentase. Bila peluang kesalahan 5%, maka taraf kepercayaan 95%.

Penelitian ini menggunakan koefisien determinasi, dikarenakan bentuk dari kerangka konseptual penelitian bersifat kausal atau hubungan sebab akibat. Pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

3.5.4 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Statistik deskriptif disajikan menggunakan perhitungan rata-rata, standar deviasi dan perhitungan persentase (Sugiyono, 2017:147-148).

3.5.5 Uji Kualitas Data

Uji kualitas data bertujuan untuk mengukur keakuratan dan keandalan item-item pertanyaan yang terdapat di instrument penelitian. Uji kualitas data terdapat 2 jenis, yaitu:

1. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dinyatakan reliabel, bila koefisien reliabilitas minimal 0.60. Berdasarkan pendapat tersebut, maka dapat diketahui bahwa suatu instrument dinyatakan reliabel, jika nilai $\text{Alpha} \geq 0.60$. Sedangkan suatu instrumen dinyatakan tidak reliabel jika nilai $\text{Alpha} < 0.60$ (Sugiyono, 2017:136).

2. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan bertujuan untuk menguji sejauh mana item kuesioner yang valid dan tidak valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Metoda korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini adalah korelasi pearson product moment dengan rumus sebagai berikut:

Keterangan:

r_{hitung} = Koefisien productmoment

r = Koefisien validitas item yang dicari

x = Skor yang diperoleh dari subjek dalam tiap item

y = Skor total instrumen

n = Jumlah responden dalam uji instrumen dasar mengambil keputusan:

- a. Jika $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{kritis}}$, maka instrumen atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{kritis}}$, maka instrumen atau item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

(Sugiyono, 2017:126) menyatakan syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitas nya positif dan besarnya 0,2199 keatas dari rumus $df = n - 2$, dengan 80 responden didapat dari table R dengan

derajat bebas (80-2) . Oleh karena itu, semua pernyataan yang memiliki tingkat kolerasi dibawah 0,2199 harus diperbaiki karena dianggap tidak valid.

3.5.6 Analisis Korelasi

Analisis korelasi adalah metode statistika yang digunakan untuk menentukan kuatnya atau derajat hubungan linier antara dua variabel atau lebih. Semakin nyata hubungan linier (garis lurus), maka semakin kuat atau tinggi derajat hubungan garis lurus antara kedua variable atau lebih. Ukuran untuk derajat hubungan garis lurus ini dinamakan koefisien korelasi. Analisis korelasi yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis korelasi Pearson.

Korelasi tidak menunjukkan fungsional atau kata lain analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen. Koefisien korelasi dilambangkan (r) adalah suatu ukuran arah atau kekuatan hubungan linier antara dua variabel, dengan ketentuan nilai berkisaran dari harga ($-1 \leq r \leq +1$). Apabila nilai $r = -1$ artinya korelasinya negatif sempurna (menyatakan arah hubungan antara X dan Y apabila negatif dan sangat kuat), $r = 0$ artinya tidak ada korelasi, $r = 1$ berarti korelasinya sangat kuat dengan arah yang positif. Sedangkan arti harga r akan dikonsultasikan dengan tabel. Maka rumus analisis korelasi sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2 y^2)}} \quad \text{Rumus 7.1}$$

Dimana :

r_{xy} = korelasi antara variabel x dan y

x = $(X_i - \bar{X})$

y = $(Y_i - \bar{Y})$

Keterangan:

- n : Pasangan data X atau Y
- $\sum x$: Jumlah dari bentuk Variabel X
- $\sum y$: Jumlah dengan Variabel Y
- $\sum x^2$: Kuadrat dengan Jumlah pada Variabel X

- Σy^2 : Kuadrat dengan Jumlah pada Variabel Y
- Σxy : Hasil dari Perkalian dan Jumlah
- Bentuk Variabel X atau Variabel Y

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Alat analisis statistic data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh dalam menerangkan keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi antara nol sampai 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 independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

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

Dimana :

KD : Koefisien Determinasi

R : Koefisien Korelasi

b. Pengujian Hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial (dengan uji t) maupun secara bersama-sama (dengan uji F). Dalam penelitian ini, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari koefisien determinasi (KD). Nilai KD merupakan kuadrat dari nilai koefisien korelasi (r^2). Oleh karena itu, dalam pengajuan hipotesis ini dilakukan pengujian terhadap :

1. Pengujian hipotesis secara parsial

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial, sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis :

- 1). Pengaruh X1 (citra merek) terhadap Y (keputusan pembelian).

Ho: $\rho_{y1.23} = 0$: citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Ha: $\rho_{y1.23} \neq 0$: citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

- 2). Pengaruh X2 (kualitas produk) terhadap Y (keputusan pembelian).

Ho: $\rho_{y2.31} = 0$: kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Ha: $\rho_{y2.32} \neq 0$: kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

- 3). Pengaruh X3 (*WOM*) terhadap Y (keputusan pembelian).

Ho: $\rho_{y3.21} = 0$: *WOM* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Ha: $\rho_{y3.21} \neq 0$: *WOM* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 4). Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)

- 4). Kriteria pengujian

Ho ditolak, jika Significance $t \leq 0,05$ Ho diterima, jika Significance $t > 0,05$

- 5). Menghitung nilai signficance F diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS

- 6). Kesimpulan

2. Pengujian hipotesis secara simultan

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara simultan, sebagai berikut:

- a. Merumuskan hipotesis

- 1). Pengaruh X1 (citra merek), X2 (kualitas produk) dan X3 (*WOM*) terhadap Y (keputusan pembelian).

Ho: $\rho_{y123} = 0$: citra merek, kualitas produk dan *WOM* terhadap keputusan pembelian tidak berpengaruh.

Ha: $\rho_{y123} \neq 0$: citra merek, kualitas produk, dan *WOM* terhadap keputusan pembelian berpengaruh.

2). Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05)

3). Kriteria pengujian

Ho ditolak, jika Significance F \leq 0,05 Ho diterima, jika Significance F $>$ 0,05

4). Menghitung nilai signficance F diperoleh dengan perhitungan komputerisasi menggunakan program SPSS.

5). Kesimpulan

Jika hasil pengujian hipotesis, baik secara parsial maupun simultan. Ho ditolak, dengan keterangan di koefisien korelasi populasi signifikan, berarti nilai KD dapat dipakai untuk menjelaskan adanya pengaruh perubahan variabel bebas tertentu (variabel bebas lain konstan) terhadap variable terikat.

c. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik T)

Uji Statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen digunakan tingkat signifikan 5%. Apabila nilai thitung $<$ ttabel pada taraf signifikan 0,05 maka Ha ditolak, sedangkan jika nilai thitung $>$ t tabel maka Ha diterima, atau dapat juga dengan melihat nilai probailitas. Apabila nilai probabilitas lebih kecil dari pada 0,05 (untuk tingkat signifikan = 5%), maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016:97).

d. Uji Pengaruh Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Apabila

$F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti seluruh variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 5% atau dapat juga dengan melihat nilai probabilitas. Apabila nilai probabilitas lebih kecil dari pada 0,05 (untuk tingkat signifikan = 5%), maka variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Ghozali,2016:96).