

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013, p.13), kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini juga termasuk dalam penelitian kausal. Menurut Sugiyono (2013, p.56), hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat yaitu variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel dipengaruhi). Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang ada, jenis penelitian ini bertujuan menggambarkan keadaan yang ada untuk menjelaskan pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Rivero dengan menggunakan data dalam bentuk angka yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner.

3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu:

1. Data primer yaitu data asli yang dikumpul sendiri oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus. Dalam penelitian ini data primer adalah jawaban atas pertanyaan yang dijawab oleh responden dengan membagikan kuesioner kepada konsumen akhir produk Rivero.

2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh tidak langsung yaitu data tersebut diperoleh dari dokumen perusahaan dan buku. Dalam penelitian ini pengumpulan data melalui pihak perusahaan yang bersangkutan yang sebelumnya sudah tersusun dan sudah dicatat seperti data harga produk Rivero.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik yang dipergunakan adalah survey melalui angket, yaitu penelitian yang menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yang memuat daftar pertanyaan tentang permasalahan yang sedang diteliti dan meminta kesediaan responden untuk menjawab daftar pertanyaan tersebut.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2013 p.199). Pengukuran teknik ini menggunakan skala likert. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan langsung kuesioner yang berisi pertanyaan kepada responden. Dalam penelitian ini yang dimaksud responden adalah konsumen yang mengkonsumsi air minum dalam kemasan merek Rivero di Bandar Lampung. Pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal (1,2,3,4,5). Dalam skala likert, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner pilihan dimana setiap item pernyataan beserta jawaban.

Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu:

- | | | |
|--------|-----------------------|--------|
| 1. SS | = Sangat Setuju | Skor 5 |
| 2. S | = Setuju | Skor 4 |
| 3. KS | = Kurang Setuju | Skor 3 |
| 4. TS | = Tidak Setuju | Skor 2 |
| 5. STS | = Sangat Tidak Setuju | Skor 1 |

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013, p.117), populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian adalah konsumen

yang mengkonsumsi air minum dalam kemasan merek Rivero di Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiono,2013:120). Sampel pada penelitian ini yaitu sebagian dari konsumen yang membeli produk air minum dalam kemasan Rivero di Bandar Lampung. Dalam penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu dengan menggunakan teknik *sampling purposive* yaitu penentu sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan tersebut adalah :

1. Konsumen pernah atau sedang mengkonsumsi produk air minum dalam kemasan Rivero di Bandar Lampung.
2. Konsumen sudah melakukan pembelian produk air minum dalam kemasan Rivero minimal 2x.

Karena dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui maka, didalam pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus yang dikembangkan oleh Isac Michel dalam Della (2013) yaitu sebagai berikut:

$$n = \left\{ \frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right\}^2$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

$Z_{\alpha/2}$ = Nilai standar daftar normal tingkat kepercayaan (α) 95%

E = Error, atau tingkat kesalahan 20 % = 0,2

$$n = \frac{1,96}{0,20} = 97 \text{ responden.}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96 orang.

3.5 Variabel Penelitian

Untuk menguji hipotesis yang diajukan, variabel yang diteliti dalam penelitian ini diklasifikasikan menjadi variabel dependen dan variabel independen.

1. Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2013, p.39), variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

2. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2013, p.39), variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen). Variabel independen dalam penelitian ini adalah citra merek (X_1), harga (X_2) dan promosi (X_3).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Berikut penulis sajikan definisi operasional variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definisi Operasional | Indikator | Skala Pengukuran |
|-------------------------|---|--|-------------------------|
| Citra Merek (X1) | Menurut Kotler dan Amstrong (2008) merek merupakan nama, istilah, tanda, symbol/lambang, desain, warna, gerak, atau kombinasi atribut-atribut produk yang diharapkan dapat memberikan identitas dan differensiasi terhadap produk pesaing. | <ul style="list-style-type: none"> - Kualitas dan mutu - Dapat dipercaya - Kegunaan atau manfaat - Pelayanan - Resiko - Harga - Citra <p>Kotler dan Keller (2009)</p> | Likert |
| Harga (X2) | Menurut Kotler dan Armstrong (2011, p.26) harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkan konsumen. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat | Likert |
| Promosi (X3) | Menurut Kotler dan Armstrong (2012, p.76), Promosi adalah sebuah aktivitas yang mengkomunikasikan hubungan antara produk dengan target konsumen yang akan membeli produk tersebut. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Iklan 2. Penjualan personal 3. Promosi dan penjualan 4. Hubungan pelanggan 5. Pemasaran langsung | Likert |
| Keputusan Pembelian (Y) | Menurut Schiffman dan Kanuk (2008, p.485) keputusan pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih dan pembeli mencoba dalam percobaan, ketika konsumen membeli suatu produk (atau merek) untuk pertama kalinya dengan jumlah yang lebih sedikit dari tahap perilaku pembelian yang bersifat peninjauan dimana konsumen berusaha menilai suatu produk melalui dalam pemakaian langsung secara cepat. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian | Likert |

3.7 Uji persyaratan instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut bisa mengukur apa yang hendak di ukur (Sugiono, 2008, p.172) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidtan atau ketepatan suatu instrumen. Untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan rumus korelasi produk moment, di olah menggunakan program spss 20 dengan kriteria sebagai berikut :

$$R = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2) - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{(n \sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

Dimana :

R = korelasi antara variabel X dan Y

n = jumlah responden

X = jumlah skor item

Y = jumlah skor total seluruh item

Prosedur pengujian :

1. bila sig > alpha 0,05 maka instrumen tidak valid

bila sig < alpha 0,05 maka instrumen valid

2. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program spss 20.0

Jika hasil analisis menunjukkan nilai sig < alpha 0,05, maka butir item tersebut dinyatakan valid dan dapat dipakai untuk penelitian, tetapi apabila sig > alpha 0,05 maka pengukuran tersebut tidak valid.

3.7.1 Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu ukuran ataupun alat pengukur kehandalan. Reabilitas menunjukkan sejauhmana hasil pengukuran dengan alat ukur dapat di percaya dan hasil pengukuran harus reliabel dalam artian harus memiliki tingkat konsistensi

dan kemandapan walaupun alat ukur tersebut digunakan berkali-kali dan hasilnya juga akan serupa. Pada penelitian ini uji reliabilitas instrument dilakukan dengan *internal consistency* dengan teknik *coefficient alpha* yaitu mengukur dua atau lebih konsep yang sama pada waktu yang bersamaan.

Uji reabilitas menggunakan Rumus *alfa cronbach*, dengan rumus berikut :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sigma_i^2}{\sigma^2} \right)$$

Dimana:

- r_{11} = Reabilitas instrument
- k = Banyaknya soal
- σ_i^2 = Jumlah skor varian item
- σ^2 = Varians total

Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai *r alpha cronbach* pada interpretasi *r* dibawah ini :

Tabel 3.2 Interpretasi nilai r

| Koefisien r | Kategori |
|---------------|---------------|
| 0,8000-1,0000 | Sangat tinggi |
| 0,6000-0,7999 | Tinggi |
| 0,4000-0,5999 | Sedang/cukup |
| 0,2000-0,3999 | Rendah |
| 0,0000-0,1999 | Sangat rendah |

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau sebaliknya. Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal diambil dari populasi normal. Alat uji yang digunakan adalah *Kolmogorov smirnov* hal ini bertujuan untuk memperkecil tingkat kesalahan baku dan mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara :

1. Membuat hipotesis
Ha : data berdistribusi normal
Ho : data berdistribusi tidak normal
2. Menentukan nilai probabilitas (sig) pada nilai α sebesar 0,05 (5%)
 - a. Jika nilai *asympt* sig KS $\geq \alpha$ (0,05) maka tolak Ho terima Ha
 - b. Jika nilai *asympt* sig KS $\geq \alpha$ (0,05) maka terima Ho tolak Ha
2. Menggunakan program SPSS 20 untuk uji normalitas
3. Menentukan kesimpulan dengan membandingkan probabilitas dan hipotesis.

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antar sesama variabel independen. Dan untuk pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan antara koefisien determinasi simultan dengan determinasi antar variabel.

Prosedur pengujian:

1. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolinieritas
Jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak ada gejala multikolinieritas
2. Jika nilai tolerance $< 0,1$ maka ada gejala multikolinieritas
Jika tolerance $> 0,1$ maka tidak ada gejala multikolinieritas
3. Pengujian multikolinieritas dilakukan melalui program SPSS 20.0

3.8.3 Uji Heterokedasitas

Uji Heterokedasitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika varian dari residual dari suatu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut omoiskedastisitas dan jika variabel berbeda disebut heteroskedastisitas, Sugiyono (2009, p.208).

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Sperma Rank Correlation*.

Apabila hasil pengujian menunjukkan lebih dari $\alpha = 5\%$ maka tidak α heteroskedastisitas.

Prosedur pengujian :

1. Ho : Tidak ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residual.
Ha : Ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residual.
2. Jika probabilitas (sig) > 0,05 maka Ho diterima
Jika probabilitas (sig) < 0,05 maka Ho ditolak
3. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 21.0*)
4. Penjelasan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai probabilitas (sig) > 0,5 maka variabel X Heteroskedastisitas atau tidak Heteroskedastisitas

3.9. Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2008) metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.9.1 Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda digunakan untuk melakukan pengujian pengaruh antara lebih dari satu variabel independen dan satu variabel dependen yaitu citra merek (X_1), harga (X_2) dan promosi (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan dalam perhitungannya peneliti menggunakan bantuan program **IBM SPSS 20**. persamaan regresi linier berganda (Rambat Lupioadi, 2015:152).

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Nilai Konstanta

b = Koefisien Regresi

X₁ = Citra merek

X₂ = Harga

X₃ = Promosi

e = Standar Deviasi

3.9.2 Uji F

Uji simultan dengan F test ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama variabel independent terhadap variabel dependen. Uji-F diperuntukkan guna melakukan uji hipotesis koefisien (slope) regresi secara bersamaan. Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak dengan menggunakan Uji F ini, terdapat kriteria keputusan yaitu jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H₁ tidak dapat diterima, sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H₁ diterima. Hasil Uji F dengan menggunakan SPSS dapat dilihat dalam tabel ANOVA. Tingkat signifikansi yang digunakan $\alpha = 0,05$. Jika $sig < \alpha (0,05)$ maka H₁ diterima, sedangkan jika $sig > \alpha (0,05)$ maka H₁ tidak diterima (Ghozali, 2011).

1.9.3 Uji t

Pengujian hipotesis yang dilakukan secara parsial bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independent secara individual (parsial) terhadap variabel dependent. Pengujian ini dilakukan dengan uji-t pada tingkat keyakinan 95% dengan ketentuan sebagai berikut: (Ghozali, 2011: 178).

H₀ : apabila $sig > 0,05$, maka H₀ diterima.

H_a : apabila $sig < 0,05$, maka H_a diterima

Untuk mengetahui kebenaran hipotesis digunakan kriteria bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka menolak H_0 dan menerima H_a . Artinya ada pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independen dengan derajat keyakinan yang digunakan 5%. Atau dengan melihat nilai dari signifikansi uji t masing-masing variabel, jika nilai *signifikansi* $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa menolak H_0 dan menerima H_a .

3.9.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*cross section*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antar masing-masing pengamatan.