

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik.

3.2 Sumber Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian. Data pada dasarnya berawal dari bahan mentah yang disebut data mentah. Jenis data yang digunakan dalam proses penelitian adalah :

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2009, p.129) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer didapat melalui responden, pengamatan serta pencatatan langsung tentang keadaan yang ada di lapangan. Jenis data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada konsumen untuk variabel kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2009, p.193) data sekunder umumnya berupa bukti atau catatan secara historis yang telah tersusun dalam arsip yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan. Data sekunder umumnya disusun dari suatu organisasi yang bersangkutan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang telah tersedia dan didapat oleh penulis

dalam bentuk dokumen, berupa buku-buku referensi penelitian terdahulu atau dengan melakukan akses pada internet tentang pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiono (2009, p.193) Metode pengumpulan data adalah pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Dalam penelitian ini, metode yang dipergunakan adalah metode *survey* melalui *kuisisioner*, yaitu penelitian yang menggunakan metode 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. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data, pengumpulan data berdasarkan komunikasi langsung antara peneliti dengan responden yang menggunakan produk Tripanca di Bandar Lampung. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah skala *likert* (1,2,3,4,5) dimana pada setiap soal *kuisisioner* disediakan 5 jawaban.

Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu:

- | | | | |
|----|-----|----------------------|--------|
| 1. | SS | = Sangat Setuju | skor 5 |
| 2. | S | = Setuju | skor 4 |
| 3. | CS | = Cukup 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 (2011, p.117) berpendapat bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk

dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2011, p.117). Populasi dalam penelitian ini adalah data konsumen akhir yang telah mengkonsumsi air Tripanca.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2011, p.11 8), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi.

Untuk itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili.

Teknik menentukan ukuran sampel dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu untuk jumlah populasi diketahui dan jumlah populasi tidak diketahui. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui, sehingga penentuan ukuran sampel dari populasi menggunakan teori yang dikembangkan dari Isac Michael (Siregar Syofian, 2011:149), untuk tingkat dengan sebagai berikut :

$$n = z^2 / 4 (moe^2)$$

n = Sampel

Z = Tingkat kepercayaan / signifikansi

p = Proporsi populasi

e = Margin of error

q = 1-p

a = 1-Tingkat signifikansi

Perhitungan Pengambilan sampel sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= z^2 / 4 (moe^2) \\ &= 1,96^2 / 4 (0,10) \\ &= 96 \text{ responden dibulatkan menjadi } 100 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel dalam penelitian tersebut berjumlah 100.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu menggunakan *Probability Sampling* dan *NonProbability Sampling*. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam peneliti ini, peneliti menggunakan teknik *NonProbability Sampling* Menurut Sugiyono (2014, p.120) diadaptasi dan Deni Bastari (2012) *NonProbability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *NonProbability Sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Sampling Purposive*. *Sampling Purposive* adalah teknik menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan yang dikehendaki peneliti, dikarenakan belum ada data yang akurat.

3.5 Kriteria Sampel

1. Konsumen yang membeli produk Tripanca.
2. Konsumen yang telah memakai AMDK Tripanca lebih dari 6 bulan atau 1 tahun lebih.
3. Berlokasi di Bandar Lampung.

3.6 Variable Penelitian

Menurut Sugiyono (2009, p.58) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

3.6.1 Variabel Independen

Variabel Independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1) dan Citra Merek (X2).

3.6.2 Variabel Dependen

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian(Y).

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian/objek yang diteliti sebagai berikut :

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Kualitas Produk (X ₁)	Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Kotler Keller (2009,p.143).	Keunggulan produk yang diberikan oleh AMDK Tripanca memiliki ciri serta pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen.	1. Kinerja 2. Keistimewaan 3. Kehandalan 4. Kesesuaian 5. Daya Tahan 6. Pelayanan 7. Kualitas yang dipersepsikan
Citra Merek (X ₂)	Citra Merek adalah satu nama, istilah, tanda, lambing desain atau gabungan semua yang diharapkan mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang, penjual atau sekelompok penjual, dan diharapkan akan membedakan barang atau jasa dari produk pesaing. Menurut Laksana (2008, p. 77).	Citra Merek Tripanca sudah dikenal baik oleh konsumen, setiap produk yang dikeluarkan pastinya selalu membuat konsumen tertarik dalam keputusan pembelian produk Tripanca.	1. Kualitas 2. Dapat dipercaya 3. Kegunaan 4. Pelayanan 5. Resiko

Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Menurut Schiffman Kanuk (2007, p.485).	Dalam kegiatan membeli produk AMDK Tripanca konsumen diarahkan untuk melakukan pemilihan serta evaluasi dalam memilih produk untuk proses keputusan pembelian.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keputusan tentang jenis produk 2. Keputusan tentang bentuk produk 3. Keputusan tentang merek 4. Keputusan tentang penjualan 5. Keputusan tentang jumlah produk 6. Keputusan tentang waktu pembelian
-------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

3.8 Uji Persyarat Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Instrumen dikatakan valid apabila instrument tersebut bisa mengukur apa yang hendak diukur. (Sugiyono, p.109). Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau ketepatan suatu instrumen. Untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan rumus *korelasi product moment*, diolah menggunakan Program SPSS 20 dengan kriteria sebagai berikut :

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

Dimana :

- r = Korelasi antara variabel X dan Y
- n = Jumlah responden
- X = Jumlah skor item
- Y = Jumlah skor total seluruh item

Prosedur pengujian :

1. Apabila $\text{sig} < \alpha$ atau $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak H_a diterima
 Apabila $\text{sig} > \alpha$ atau $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima H_a ditolak
 H_0 : Hipotesis yang menyatakan tidak ada hubungannya atau pengaruh antara variabel dengan variabel lainnya.
 H_a : Hipotesis yang menyatakan adanya hubungan atau pengaruh antara variabel dengan variabel lainnya.
2. Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program SPSS 20
3. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} dan probabilitas (sig) dengan r_{tabel} maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur kehandalannya. Suatu ukuran atau alat ukur yang dapat dipercaya harus memiliki reliabilitas yang tinggi. Jika alat ukur tersebut stabil maka dapat diandalkan, walaupun alat ukur tersebut digunakan berkali-kali, dan hasilnya juga akan serupa. Uji reliabilitas pada penelitian ini, menggunakan pengolahan data yang dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*) 20. Uji Reliabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik.

Tabel 3.2 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat rendah

Sumber: Sugiyono (2009, p.183)

3.9 Uji Persyaratan Analisis Data

3.9.1 Uji Normalitas Sampel

Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji normalitas. Uji normalitas berfungsi untuk menguji apakah data yang diperoleh berasal dari 1 populasi dengan distribusi normal atau tidak. Dengan menggunakan One-Sampels Kolmogrov-smirnov test sebagai alat uji normalitas data.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Ho: data berdistribusi normal
Ha: data berdistribusi tidak normal
2. Jika nilai Sig > (0,05) normal
Jika nilai Sig < (0,05) tidak normal
3. Pengujian normalitas sampel dilakukan melalui program SPSS 20.
4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) > 0,05 atau sebaliknya maka variabel X normal atau tidak normal.

3.9.2 Uji Homogenitas Sampel

Uji homogenitas sampel adalah untuk mengetahui apakah data sampel yang di ambil dari populasi itu bervariasi homogen atau tidak. Dalam penelitian ini akan menggunakan uji test *homogeneity of variances*.

1. Prosuder pengujian:

Ho : Varian populasi adalah homogen

Ha : Varian populasi adalah tidak homogen

2. Kriteria pengambilan keputusan:

Jika probabilitas (sig) > 0.05 maka (Alpha) Ho diterima

Jika probabilitas (sig) < 0.05 maka (Alpha) Ho ditolak

3. Pengujian homogenitas sampel dilakukan melalui program SPSS 20.

4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) $> 0,05$ atau sebaliknya maka variabel X homogen atau tidak homogen.

3.9.3 Uji Linieritas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat, atau kubik. Dengan uji linieritas akan di peroleh informasi apakah model empiris sebaiknya linier,kuadrat atau kubik ada beberapa uji linieritas yang dapat dilakukan salah satunya dengan *compare means*.

Rumusan Hipotesis:

1. Ho: model regresi berbentuk linier

Ha: model regresi tidak berbentuk linier

2. Jika probabilitas (Sig) $< 0,05$ (Alpha) maka Ho ditolak

Jika probabilitas (Sig) $> 0,05$ (Alpha) maka Ho diterima

3. Pengujian linieritas dilakukan melalui program SPSS 20.

4. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2, dengan membandingkan nilai kedua probabilitas (sig) $> 0,05$ atau sebaliknya maka variabel X berbentuk linier atau tidak berbentuk linier.

3.10 Metode Analisis Data

Sugiyono (2010, p.142) menyatakan bahwa: Metode analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan respon, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.10.1 Regresi Linier Berganda

Didalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel sebagai indikatornya yaitu Kualitas Produk (X_1), Citra Merek (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y) yang mempengaruhi variabel lainnya maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 20. Persamaan umum regresi linier berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + et$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Kualitas Produk

X2 = Citra Merek

a = konstanta

et = error term

b₁, b₂ = Koefesien regresi

3.11 Pengujian Hipotesis

3.11.1 Uji TKualitas Produk (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 = Kualitas Produk (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk AMDK Tripancadi Bandar Lampung.

H_a = Kualitas Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk AMDK Tripancadi Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

1. Pengaruh Citra Merek(X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 = Citra Merek (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk AMDK Tripancadi Bandar Lampung.

H_a =Citra Merek (X_2) berpengaruh signifikan terhadap terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk AMDK Tripancadi Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan :

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

3.12.1 Uji F : Pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Citra Merek (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 = Kualitas Produk (X_1) dan Citra Merek (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk AMDK Tipanca di Bandar Lampung.

H_a = Kualitas Produk (X_1) dan Citra Merek (X_2) berpengaruh signifikan terhadap terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk AMDK Tripancadi Bandar Lampung.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Membandingkan hasil perhitungan F dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
 - b. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterimadan H_0 ditolak
2. Menentukan nilai titik kritis untuk F Tabel pada $db_1=k$ dan $db_2=n-k-1$
3. Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (*sig*) dengan nilai α (0,05) dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Jika nilai $sig < 0,05$ maka H_0 ditolak
 - b. Jika nilai $sig > 0,05$ maka H_0 diterima
4. Menentukan kesimpulan dari hasil uji hipotesis.