

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan, tujuan penelitian dan hipotesis yang diajukan, maka yang dijadikan unit analisis dalam penelitian ini adalah konsumen minuman energi cair hemaviton *energy drink* pada Alfamidi Jatibening yang dapat mewakili mayoritas konsumen, karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu yang dibutuhkan untuk meneliti objek tersebut. Sampel yang diambil dari populasi (konsumen pembeli minuman energi cair hemaviton *energy drink*) dapat mewakili dari populasi yang ada sehingga penelitian dapat berjalan dengan baik.

3.2. Metode Penelitian

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Malholtra (2009: 93) riset deskriptif adalah satu jenis riset konklusif yang mempunyai tujuan utama menguraikan sesuatu biasanya karakteristik atau fungsi pasar. Dalam penelitian ini, penelitian survei dilakukan untuk melihat pengaruh tiga variabel bebas (citra merek, harga dan kualitas produk) dan satu variabel terikat (keputusan pembelian).

3.3. Variabel Penelitian dan Pengukurannya

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel penelitian, yaitu variabel bebas yaitu citra merek, harga dan kualitas produk serta variabel terikat yaitu keputusan pembelian minuman energi cair hemaviton *energy drink*.

Tabel 3.1
Variabel Penelitian dan Pengukurannya

| NO | VARIABEL | Dimensi | INDIKATOR | SKALA |
|----|--|-------------------------------|--|--------|
| 1 | Citra Merek (X₁) Persepsi dan keyakinan yang diperoleh konsumen, yang terekam dalam memori konsumen lalu direfleksikan atau diterjemahkan ke dalam asosiasi-asosiasi tertentu saat mengingat suatu merek. Kotler dan Keller (2012; 263) | 1. Citra pembuat | 1. Popularitas produk 2. Kredibilitas | LIKERT |
| | | 2. Citra pemakai | 3. Gaya Hidup 4. Mengurangi rasa lelah | |
| | | 3. Citra Produk | 5. Produk memiliki manfaat bagi konsumen 6. Jaminan produk | |
| 2 | Harga (X₂) Sebagai sejumlah uang untuk produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang pelanggan tukarkan untuk mendapatkan keuntungan dari mempunyai atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Kotler dan Amstrong (2012: 314) | 1. <i>Value of money</i> | 7. Kewajaran Harga 8. Harga sesuai dengan manfaat | LIKERT |
| | | 2. <i>Price consciousness</i> | 9. Harga kompetitif 10. Mencari harga yang sesuai dengan produk | |
| 3 | Kualitas Produk (X₃) Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menekankan kepada kemampuan produk atau jasa tersebut untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan pelanggan Kotler dan Amstrong, (2012:254) | 1. <i>Performance</i> | 11. Keamanan produk, tidak ada efek samping 12. Kualitas bahan baku | LIKERT |
| | | 2. <i>Conformance</i> | 13. Bebas dari kecacatan produk 14. Konsisten mempertahankan kinerja produk | |

| | | | | |
|---|--|-----------------------------|---|--------|
| 4 | Keputusan Pembelian (Y) Keputusan pembelian konsumen melewati lima tahap dalam proses pembelian sebuah produk Kotler dan Amstrong, (2012:159-174) | 1. Pengenalan Kebutuhan | 15. kebutuhan multivitamin | LIKERT |
| | | | 16. Kebutuhan akan minuman yang aman dikonsumsi | |
| | | 2. Pencarian Informasi | 17. Memperoleh informasi komersil. | |
| | | | 18. Perolehan Informasi pribadi | |
| | | 3. Evaluasi Alternatif | 19. Pertimbangan kebutuhan produk | |
| | 20. Pertimbangan nilai produk | | | |
| | | 4. Keputusan pembelian | 21. Keyakinan dalam pembelian | |
| | | | 22. Kesesuaian dengan kebutuhan | |
| | | 5. Perilaku pasca pembelian | 23. Kepuasan konsumen | |
| | | | 24. Keinginan membeli produk kembali | |
| | | | 25. Merekomendasikan kepada orang lain | |

Sumber: Data diolah peneliti

3.4. Prosedur Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan dua jenis data dalam melakukan penelitian ini, yaitu primer dan sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan dari sumber primer, sedangkan data sekunder didapatkan melalui sumber sekunder. Menurut Sugiyono (2008: 137), “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber

sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”.

Data primer diperoleh peneliti dari pengisian kuesioner oleh responden penelitian. Menurut Sugiyono (2008: 142), “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”.

Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan yang telah peneliti susun untuk keperluan penelitian, yaitu seputar pengaruh variabel citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk multivitamin hemaviton.

Data sekunder peneliti dapatkan dari buku-buku teks, jurnal ilmiah, skripsi, tesis, internet dan artikel-artikel majalah. Data sekunder merupakan bahan utama dalam penyusunan latar belakang, kajian pustaka, review penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, *company profile* dan bagian-bagian lain dari penelitian ini yang perlu didukung data sekunder.

Pengkuantitatifan data dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Menurut Sugiyono (2008: 93), Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun *item-item* instrumen”.

Menurut Sugiyono (2008:107), dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator

tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen. Setiap pertanyaan kuesioner variabel penelitian menggunakan pertanyaan tertutup. Peneliti menyediakan lima kemungkinan pilihan jawaban yaitu: STS, TS, CS, S, dan SS.

1. STS : Sangat Tidak Setuju, diberi bobot “1”.
2. TS : Tidak Setuju, diberi bobot “2”.
3. CS : Cukup Setuju, diberi bobot “3”.
4. S : Setuju, diberi bobot “4”.
5. SS : Sangat Setuju, diberi bobot “5”

3.5. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2008: 80), “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen minuman energi cair hemaviton *energy drink* pada Alfamart Jatibening.

Sampel merupakan perwakilan dari populasi, karena itu beberapa anggota populasi diambil untuk diteliti, beberapa tidak semua. Sebagaimana yang diungkapkan Sugiyono (2008: 81), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi”. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen minuman energi cair hemaviton *energy drink* yang berada di Alfamidi Jatibening. Jenis populasi yang

digunakan adalah populasi *infinite*. Populasi *infinite* adalah populasi yang jumlahnya tidak terbatas atau tidak diketahui.

Dalam penelitian ini, untuk menentukan sampel peneliti menggunakan *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2008:95). Sedangkan bagian dari *non probability* sampling yang digunakan adalah *convenience sampling*, menurut Malhotra (2004:320) *convenience sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang berupaya memperoleh sampel elemen yang mudah.

Roscoe (dalam Sugiyono, 2008: 129) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini:

1. Ukuran yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) 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 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.

4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Jumlah sampel pada penelitian ini adalah sejumlah 100 orang. Menurut Teori Roscoe jumlah sampel ini telah memenuhi persyaratan sampel ideal yang harus dipenuhi dalam alat analisis regresi berganda jika jumlah populasi tidak diketahui dengan jelas yaitu ditentukan dari sepuluh kali jumlah variabel. Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah empat variabel sehingga jika dikalikan sepuluh maka minimal jumlah sampel yang harus diteliti adalah 40. Jadi, sampel berjumlah 100 orang yang diteliti oleh peneliti telah memenuhi syarat yang ditentukan minimal, Sugiyono (2008: 130).

3.6. Metode Analisis

Pengolahan data dilakukan secara komputerisasi dengan menggunakan beberapa *software* pengolah data statistik, yaitu *Statistical Product and Services Solution* (SPSS) versi 19.0 dan Microsoft Excel 2007. Kelebihan dari dua *software* ini adalah mampu mengolah data dalam jumlah besar, dan mampu memvisualisasikan hasil analisis data secara akurat dan menarik. Metode pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

3.6.1 Uji Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

Sebelum kuesioner disebarakan kepada responden, kuesioner harus diuji validitas dan realibilitasnya terlebih dahulu, agar instrumen atau variabel yang digunakan terbukti baik dan handal. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*. Teknik korelasi *product moment* menyatakan bahwa berdasarkan nilai *mean* dari *r*-hitung, variabel dapat dikatakan valid apabila *mean r*-hitung $> 0,361$ (dengan jumlah responden minimal sebanyak 30 dan $\alpha = 0,05$). Sementara uji realibilitas kuesioner penelitian ini menggunakan teknik *Alpa Cronbach* yang menyatakan bahwa kuisisioner dikatakan realibel apabila memiliki nilai Alpha lebih dari 0,6 untuk semua jenis kasus.

3.6.2 Uji Asumsi Dasar (Normalitas dan Linearitas)

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Jika analisisnya menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi normal. Jika data tidak berdistribusi normal, atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistic non-parametrik. Menurut Malhotra (2009:237) model regresi yang baik adalah model yang memiliki nilai residualnya terdistribusi normal. Uji dilakukan dengan menggunakan *One sample Kolmogrov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05.

Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05

2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05 atau 5%.

3.6.3 Uji Asumsi Klasik (Multikolinearitas dan Heterokedastisitas)

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah multikolinearitas. Dampak yang diakibatkan dengan adanya multikolinearitas antara lain yaitu:

- a. Nilai *standard error* untuk masing-masing koefisien menjadi tinggi, sehingga *t* hitung menjadi rendah.
- b. *Standard error of estimate* akan semakin tinggi dengan bertambahnya variabel independen.

c. Pengaruh masing-masing variabel independen sulit dideteksi.

Pada penelitian ini, untuk menghindari penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas akan melihat nilai *inflation factor* (VIF) pada model regresi. Menurut Priyatno (2008: 39), pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah heterokedastisitas, karena heterokedastisitas menyebabkan penaksir atau estimator menjadi tidak efisien dan nilai koefisien determinasi akan menjadi sangat tinggi. Terdapat beberapa metode pengujian heterokedastisitas, dalam penelitian ini menggunakan uji Park, yaitu meregresikan nilai residual dengan masing-masing variabel dependen. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, maka tidak terdapat heterokedastisitas.
- b. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$, maka terdapat heterokedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linier Berganda (Uji F dan Uji t)

1. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen dengan variabel dependen secara bersama-sama atau simultan.

Nilai F dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sample

Dengan kriteria pengujian:

- a. H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05
- b. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau nilai signifikan lebih besar dari 0,05.

2. Uji t

Uji t dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh citra merek (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y), pengaruh harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y), dan pengaruh kualitas produk (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y).

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Ho diterima jika $-t_{\alpha/2} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\alpha/2}$ atau nilai signifikan $> 0,05$.
- b. Ho ditolak jika $t_{\text{hitung}} > t_{\alpha/2}$ atau $t_{\text{hitung}} < -t_{\alpha/2}$ atau nilai signifikan $< 0,05$.

3.6.5 Persamaan Regresi

Persamaan regresi digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Adapun model matematis persamaan regresi dari penelitian yang akan dilakukan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

$b_1 b_2 b_3$ = Koefisien regresi

X_1 = Citra merek

X_2 = Harga

X_3 = Kualitas produk

3.6.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen (Priyatno, 2008 : 78). Nilai koefisien determinasi dapat dihitung dengan rumus :

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 + (ryx_3)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(ryx_3)(rx_1x_2x_3)}{1 - (rx_1x_2x_3)^2}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

ryx_1 = Korelasi sederhana antara X_1 dengan Y

ryx_2 = Korelasi sederhana antara X_2 dengan Y

ryx_3 = Korelasi sederhana antara X_3 dengan Y

$rx_1x_2x_3$ = Korelasi sederhana antara $X_1, X_2,$ dengan X_3