

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pembalut wanita Softex.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pembalut wanita Softex.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pembalut wanita Softex.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pembalut wanita Softex

#### **B. Waktu dan Tempat**

Penelitian ini meneliti pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian pembalut wanita softex. Penelitian akan dilakukan pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Negeri Jakarta yang menggunakan produk pembalut Softex.

#### **C. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *explanatory* yang bertujuan untuk menjelaskan atau membuktikan variabel

kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian pembalut wanita Softex. “Penelitian *explanatory* bertujuan untuk menelaah kausalitas antara variabel yang menjelaskan fenomena tertentu.

Berdasarkan prosesnya, penelitian ini bersifat kuantitatif, “ Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.<sup>37</sup> Untuk pengujian statistik menggunakan statistik analisis deskriptif dimana peneliti berusaha menggambarkan karakteristik responden keseluruhan sehubungan dengan keputusan pembelian Pembalut wanita Softex yang penyajian datanya disajikan dalam bentuk tabel dan perhitungan persentase<sup>38</sup>. “ *A Descriptive study is undertaken in order to ascertain and be able to describe the characteristics of the variables of interest in a situation.*”<sup>39</sup> Kalimat tersebut dapat diartikan sebagai : sebuah penelitian deskriptif dilakukan dalam rangka untuk memastikan dan dapat menggambarkan karakteristik dari variabel-variabel kepentingan dalam suatu situasi. Metode diskriptif bertujuan untuk memperoleh deskripsi dan variabel independen kualitas produk, harga dan citra merek serta variabel dependen keputusan pembelian.

Desain penelitian yang digunakan adalah *cross sectional*. *A Study can be done in which data are gathered just once, perhaps over a period of days or weeks or months, in order to answer a research question.*”<sup>40</sup> Kalimat tersebut

---

<sup>37</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Edisi 1*,( Bandung, Alfabeta, 2010), p.7

<sup>38</sup> *Ibid.*, p.147-148

<sup>39</sup> Sekaran, *Research Methods for Business a Skill Building approach fourth edition.*( New Jersey : Wiley, 2003 ), p.121

<sup>40</sup> *Ibid.*, p.135

dapat diartikan sebagai : suatu penelitian dapat dilakukan dimana data dikumpulkan hanya satu kali, mungkin dalam satu periode waktu selama beberapa hari atau minggu atau bulan, dalam menjawab pertanyaan penelitian atau riset. Penelitian ini mengkuantitatifkan data untuk meneliti secara umum pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

#### **D. Populasi dan Sampling**

“ *Population refers to the entire group of people, events, or things of interest that the researcher wishes to investigate.*”<sup>41</sup> Kalimat tersebut dapat diartikan sebagai : Populasi merujuk pada keseluruhan kelompok orang, peristiwa atau hal-hal menarik yang ingin diselidiki. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswi Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Negeri Jakarta angkatan tahun 2010-2014 yang menggunakan produk Softex.

“*A sample is a subset of the population. It comprises some members selected from it. In other words, some, but not all, elements of the population would form the sample.*”<sup>42</sup> Kalimat tersebut dapat diartikan sebagai : sampel adalah himpunan bagian dari populasi. Sampel terdiri dari beberapa anggota yang dipilih dari populasi. Dengan kata lain, beberapa tetapi tidak semua, undur-undur dari populasi akan membentuk sampel.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan *nonprobability sampling*. “*Nonprobability sampling* adalah teknik

---

<sup>41</sup> *Ibid.*, p.265

<sup>42</sup> *Ibid.*, p.266

pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”.<sup>43</sup>

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 200 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *convenience sampling*. “*Convenience sampling refers to the collection of information from members of the population who are conveniently available to provide it,*” Kalimat tersebut dapat diartikan sebagai : *Convenience sampling* mengacu pada pengumpulan informasi yang bersedia untuk menyediakan informasi tersebut.

Pengambilan sampel dengan metode tersebut dipilih dengan alasan akan memudahkan peneliti untuk terjun langsung ke lapangan dan memperoleh data yang dibutuhkan oleh mahasiswi/konsumen pengguna pembalut wanita Softex, dimana sampel yang diambil adalah Mahasiswi Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Negeri Jakarta angkatan 2010-2014 pengguna produk pembalut wanita Softex. Kuesioner dibagikan kepada Mahasiswi yang menggunakan produk pembalut wanita Softex jenis varian apa saja.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data Operasionalisasi Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh peneliti melalui hasil kuesioner yang diberikan kepada responden dan diisi oleh mereka setelah peneliti

---

<sup>43</sup> Sugiono, *op.cit.*, p. 218

mengetahui bahwa responden pernah menggunakan produk ini, yaitu pembalut wanita Softex. Kuesioner ini berisi tentang pendapat dan fenomena dari obyek dan penelitian ini yaitu seputar pengaruh variabel kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk pembalut wanita Softex.

Data sekunder peneliti peroleh dari buku-buku teks, jurnal, skripsi, tesis dan internet. Data sekunder inilah yang penulis gunakan dalam penulisan latar belakang, kajian pustaka, review penelitian terdahulu, profil perusahaan, serta data-data lain yang diperlukan dalam penyusunan penelitian ini.

Pengukuran yang digunakan untuk mengukur tanggapan responden adalah lima likers. “ *The likers scale is designed to examine how strong subject agree or disagree with statments on a 5-point scale with the following anchors: strongly disagree (1), disagree (2), neither agree nor disagree (3), agree (4), and strongly agree (5).*”<sup>44</sup>Kalimat tersebut dapat diartikan sebagai : Skala likers dirancang untuk menguji seberapa kuat subjek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang menggunakan skala lima titik dengan penilaian berikut : sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), ragu-ragu (3), setuju (4), dan sangat setuju(5).

Penelitian ini menggunakan empat variabel yang terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1), harga (X2) dan citra merek (X3) sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y) .

---

<sup>44</sup> *Ibid.*, p.197

Tabel III.1

## Operasionalisasi Variabel Penelitian

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1.	<b>Keputusan Pembelian (Y)</b> Keputusan pembelian konsumen melewati lima tahap dalam proses pembelian sebuah produk (Kotler dan Amstrong, (2012:159-174)	1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca pembelian	1. Kebutuhan pambalut 2. Kebutuhan Pambalut yang aman untuk dipakai 3. Memperoleh Informasi Komersil 4. Perolehan Informasi Pribadi 5. Pertimbangan Kualitas Produk 6. Pertimbangan Nilai Produk 7. Keyakinan dalam pembelian 8. Kesesuaian dengan Kebutuhan 9. Kepuasan Konsumen dan Keinginan membeli Produk Kembali 10. Merekomendasikan kepada orang lain	LIKERT
2.	<b>Kualitas Produk (X1)</b> Kualitas Produk adalah karakteristik dari suatu 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. Kinerja Produk 2. Fitur Produk 3. Kehandalan Produk	11. Kemudahan dalam menggunakan pambalut softex 12. Bahan baku produk Pambalut wanita Softex baik dan aman untuk digunakan. 13. Dapat menampung dan menyerap lebih banyak. 14. Memiliki Varian yang beragam 15. Kesesuaian varian pambalut dengan kebutuhan 16. Keamanan Produk, tidak ada efek samping 17. Kesesuaian terhadap bentuk tubuh dan lentur ketika digunakan	LIKERT
3.	<b>Harga (X2)</b> Sebagai Sejumlah uang untuk produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang pelanggan tukarkan untuk mendapatkan keuntungan dari	1. <i>Value of money</i> (Penyesuaian Harga) 2. <i>Price</i>	18. Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas 19. Harga Sesuai dengan manfaat. 20. Pertimbangan harga dengan manfaat 21. Harga yang diberikan	LIKERT

	mempunyai atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Kotler dan Amstrong (2012:314)	<i>consciousness</i> (Memperkirakan Harga)	terjangkau 22. Kesesuaian dengan kemampuan 23. Mencari informasi harga pada produk yang sejenis sebelum memutuskan membeli	
4.	<b>Citra Merek (X3)</b> Persepsi dan keyakinan yang diperoleh Konsumen, yang terekam dalam memori konsumen lalu direfleksikan atau diterjemahkan kedalam asosiasi-asosiasi tertentu saat mengingat suatu merek. Kotler dan Keller (2012:263)	1. Citra Pembuat	24. Popularitas produk 25. Kredibilitas	LIKERT
2. Citra Pemakai		26. Gaya Hidup Aktif dan bersih. 27. Gaya Hidup dinamis		
3. Citra Produk		28. Produk memiliki manfaat bagi konsumen sesuai dengan janji yang diberikan 29. Jaminan Produk yang terbuat dari bahan-bahan alami dan tidak ada efek samping		

## F. Metode Analisis

Analisis dilakukan dengan alat bantu program aplikasi statistik software SPSS (*Statistical Package for The Social Science*)

Metode pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum kuesioner disebarakan kepada responden, kuesioner tersebut terlebih dahulu harus diuji validitas dan reliabilitasnya, agar instrumen atau variabel yang digunakan terbukti keabsahan dan keandalannya.

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  $\alpha=0,05$ .<sup>45</sup>

Sementara untuk uji reliabilitas kuesioner, penelitian ini menggunakan teknik *Alpa Cronbach* yang menyatakan bahwa kuesioner dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Alpa* lebih dari 0,6 untuk semua jenis kasus<sup>46</sup>

## 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 analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi normal. Jika data tidak berdistribusi normal, maka metode yang digunakan adalah *statistic nonparametric*. Dalam penelitian ini, uji normalitas yang digunakan adalah uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi signifikansi lebih besar dari 5 % atau 0,05.<sup>47</sup>

### 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*

---

<sup>45</sup> Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution) untuk Analisis Data dan uji Statistik* (Yogyakarta: MediaKom, 2008) p. 16-17

<sup>46</sup> *Ibid.*, p.26

<sup>47</sup> *Ibid.*, p.28

dengan taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05 atau 5 %.<sup>48</sup>

### 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 independent.
- c. Pengaruh masing-masing variabel independent sulit dideteksi.

Pada penelitian ini, untuk menghindari penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas akan melihat nilai *inflation factor* (VIP) pada model regresi. Pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.<sup>49</sup>

#### 2. Uji Heterokedastisitas.

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas, yaitu adanya

---

<sup>48</sup> *Ibid.*, p.36

<sup>49</sup> Santoso dalam Priyatno, 2008, p.39

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, namun dalam penelitian ini menggunakan uji koefisien korelasi spearman's rho, yaitu dengan mengorelasikan variabel independen dengan residualnya. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika korelasi antara variabel independen dengan residual memberikan signifikansi lebih dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas.<sup>50</sup>

#### **4. Analisis Regresi Linear Berganda (Uji T dan Uji F)**

##### **1. Uji T**

Uji t dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y), pengaruh harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dan pengaruh citra merek (X3) terhadap keputusan pembelian(Y).

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut

- a. Ho diterima jika  $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$  atau nilai signifikan  $> 0,05$ .
- b. Ho ditolak jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  atau nilai signifikan  $< 0,05$ .

---

<sup>50</sup> Priyatno, *5 jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17* ( Yogyakarta : Penerbit Andi, 2009) p.160

## 2. 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 :  $F_h = (R^2/k) / ((1-R^2)/(n-k-1))$

Keterangan :

$R^2$  = Koefesien determinasi

K = Jumlah Variabel Independen

n = Jumlah anggota sampel

Dengan kriteria pengujian :

$H_0$  ditolak jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau nilai signifikan lebih kecil dari 0,05

$H_0$  diterima jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai signifikan lebih besar dari 0,05

## 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 :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

$b_1 b_2 b_3$  = Koefisien regresi

X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga

X3 = Citra Merek.

## 6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.<sup>51</sup> Nilai koefisien determinasi dapat **dihitung dengan rumus :**

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 + (ryx_3)^2 - 3(ryx_1)(ryx_2)(ryx_3)(rx_1x_2x_3)}{-(rx_1x_2x_3)}$$

Keterangan :

$R^2$  = Koefisien Determinasi

$ryx_1$  = Korelasi sederhana antara X<sub>1</sub> dengan Y

$ryx_2$  = Korelasi sederhana antara X<sub>2</sub> dengan Y

$ryx_3$  = Korelasi sederhana antara X<sub>3</sub> dengan Y

$rx_1x_2x_3$  = Korelasi sederhana antara X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan X<sub>3</sub>.

---

<sup>51</sup> Priyatno, *op.cit.*, p.78