

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode Penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut ada empat kata kunci yang perlu diperhatikan, yaitu cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini merupakan penelitian terapan yaitu penelitian yang bertujuan untuk memecahkan masalah-masalah kehidupan praktis dengan menerapkan, menguji dan mengevaluasi kemampuan suatu teori. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif.

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti, maka penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif verikatif. Menurut Moh. Nazir (2003:54), metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran atau suatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Metode deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, aktual dan akurat mengenai fakta - fakta, sifat-sifat serta pengaruh antar fenomena yang diteliti. Metode deskriptif menurut Narimawati (2008:21) adalah metode yang menggambarkan atau menguraikan hasil penelitian melalui pengungkapan berupa narasi, grafik, maupun gambar atau metode yang mengungkapkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data yang aktual, yakni

dengan menyajikan data, menganalisis dan menginterpretasikannya. Oleh karena itu dalam penelitian ini metode deskriptif merupakan sebuah metode yang digunakan oleh peneliti untuk membuat deskripsi yang sistematis, aktual dan akurat mengenai fakta-fakta yang terkait dengan persepsi Citra Merek konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Riotic Store. Sedangkan metode verifikatif digunakan untuk meneliti ulang hasil penelitian sebelumnya dengan tujuan untuk memverifikasikan kebenaran hasil penelitian tersebut. Metode verifikatif menurut Narimawati (2008:21) adalah metode pengujian hipotesis melalui alat analisis statistik dan metode verifikatif merupakan suatu jenis penelitian yang bertujuan menguji kebenaran hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data-data di lapangan sehingga diketahui analisis variabel X yaitu Citra Merek dan Variabel Y yaitu Keputusan Pembelian melalui alat analisis statistik yang dalam penelitian ini menggunakan alat bantu statistika SPSS versi 20. Serta pendekatan kuantitatif menurut Sugiyono (2010:13) adalah data yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang dianggakan atau penelitian yang menekankan pada analisis data *numeric* (angka).

Creswell dalam Asmadi (2004: 13) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan (skor atau nilai, peringkat, atau frekuensi), yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain.

3.2 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi bukan hanya orang tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Nurul Zuriah (2007: 116) menyatakan bahwa:

“populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian peneliti dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang di tentukan. Jadi, populasi berhubungan dengan data, bukan faktor manusianya. Kalau setiap manusia memberikan suatu data, maka banyaknya atau ukuran populasi akan sama dengan banyaknya manusia”.

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pengunjung Riotic Store dalam satu hari. Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan dari Riotic Store, jumlah pengunjung Riotic Store dalam satu hari rata-rata 50-70 orang. Peneliti memutuskan mengambil jumlah populasi sebanyak 70 orang.

2. Sampel

Untuk mempermudah pengumpulan data perlu dilakukan pengambilan sampel penelitian. Sampel diambil dengan cara *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013: 124). Pertimbangan yang dimaksud yaitu kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti untuk menentukan sampel pengambilan data. Kriteria tersebut diantaranya: (1) pengunjung Riotic Store, (2) pernah beberapa kali membeli produk Riotic Store, (3) mengetahui keberadaan atau eksistensi Riotic Store. Pada penelitian ini jumlah populasi sebanyak 70 orang yang berperan sebagai pengunjung harian, dari

jumlah tersebut diperoleh sampel penelitian yang memenuhi kriteria-kriteria peneliti sebanyak 50 orang.

3.3 Jenis Data

Jenis dan sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil pengisian angket oleh responden, yaitu pengunjung harian di Riotic Store.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dengan penelitian seperti data profil perusahaan yang berasal dari perusahaan.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Variabel bebas (*independen*) merupakan variabel yang menjadi sebab terjadinya perubahan pada variabel terikat (*dependen*). Dalam penelitian ini, citra merek (*brand image*) Riotic Store (X) sebagai variabel bebas. Citra merek (*Brand Image*) merupakan representasi dari para pelanggan dan konsumen di Riotic Store dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian (Setiadi, 2003: 180). Faktor yang mempengaruhi pembentukan citra merek yaitu *functional image* (citra dilihat dari fungsi produk), *affective image*

(citra dilihat dari sikap terhadap merek), dan *reputation* (citra dilihat dari reputasi merek).

Kemudian variabel terikat (*dependen*) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Di dalam penelitian ini, keputusan pembelian konsumen di Riotic Store adalah variabel terikat. Proses pengambilan keputusan pembelian ini merupakan proses yang dilalui oleh para konsumen dan calon konsumen di Riotic Store guna menentukan perilaku konsumen berdasar informasi yang telah dikumpulkan sebelumnya. Proses pengambilan keputusan konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel Pokok	Dimensi / Faktor – faktor	Indikator	Skala
Citra Merek jurnal Mahsa Hariri dan Hosen Vazivehdust, 2011	a. <i>Functional Image</i> (X ₁)	<ul style="list-style-type: none"> • Produk memiliki kualitas yang tinggi • Produk memiliki karakteristik yang lebih baik dari pesaing • Produk memiliki harga yang lebih murah dari pesaing 	Interval
	b. <i>Affective Image</i> (X ₂)	<ul style="list-style-type: none"> • Merek ini baik • Merek ini memiliki kepribadian yang membedakannya dari pesaing • Merek ini tidak akan mengecewakan para konsumennya 	Interval
	c. <i>Reputation Image</i> (X ₃)	<ul style="list-style-type: none"> • Salah satu merek terbaik di sektornya • Merek ini sangat kuat di pasar 	Interval

Variabel Pokok	Dimensi/Faktor – faktor	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian Konsumen (Y) <i>Kotler&Keller (2009:166)</i>	a. Faktor Budaya	<ul style="list-style-type: none"> • Kelas sosial • Efisiensi • Kemajuan 	Interval
	b. Faktor Sosial	<ul style="list-style-type: none"> • Komunitas • Keluarga • Pengaruh lingkungan 	Interval
	c. Faktor Pribadi	<ul style="list-style-type: none"> • Keadaan ekonomi • Gaya hidup • Kepribadian 	Interval

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode angket (kuesioner), yaitu suatu daftar yang berisikan rangkaian pernyataan dan pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang akan diteliti untuk memperoleh informasi mengenai suatu masalah. Kuesioner digunakan sebagai pengumpul data primer yaitu pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen di Riotic Store.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara memberikan angket secara langsung kepada responden (pengunjung Riotic Store). Para pengunjung diminta untuk menjawab pertanyaan serta pernyataan pada kolom yang sudah tersedia, kemudian angket yang sudah terisi lalu dikumpulkan kepada penulis. Setelah itu penulis menerima angket dan memeriksa kelengkapan pengisian yang telah dilakukan oleh para responden.

3.6 Teknik Pengolahan Data

1. Uji Validitas

Untuk menganalisa data yang diperoleh dari penelitian serta menjawab pertanyaan-pertanyaan riset yang diajukan, maka perlu digunakan metode analisis data yang terdiri dari Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Uji Hipotesis terhadap pengumpulan data, dalam hal ini adalah kuisisioner yang disebarakan.

Hasil penelitian dikatakan valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan demikian dapat diharapkan kuesioner yang digunakan dapat berfungsi sebagai alat pengukur data yang akurat dan dapat dipercaya.

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk (*Construct Validity*). Validitas konstruk merupakan yang terluas cakupanya dibanding dengan validitas lainnya, karena melibatkan banyak prosedur termasuk validitas isi dan validitas kriteria. Uji validitas digunakan rumus korelasi *Product Moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum Y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n.\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n.\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :

r_{xy} = Menunjukkan indeks korelasi

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
- Y = Skor total
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y
- N = Banyaknya responden

Untuk menentukan suatu item layak digunakan atau tidak, maka batasan nilai minimal korelasi 0,30 digunakan. Menurut Azwar (1999) dalam Fransiska Agustina, semua item yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,30 daya pembedanya dianggap memuaskan. Jadi item yang memiliki nilai koefisien korelasi dibawah 0,30 dianggap tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat ketetapan suatu instrument mengukur apa yang harus diukur. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *test-retest (stability)*, *equivalen*, dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitras instrument dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu (*Internal Cinsistency*).

Pada penelitian ini penulis menguji reliabilitas dengan *Internal Consistency*, yakni dilakukan dengan cara mencobakan instrument sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Hasil analisis dapat digunakan untuk menmprediksi reliabilitas instrument.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach* 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompok ke dalam lima kelas rank yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Berikut adalah rumus Alpha Cronbach:

$$\alpha = \frac{\kappa}{\kappa - 1} \left(1 - \sum \frac{si^2}{st^2} \right)$$

Keterangan:

- α = Koefisien Alpha Cronbach
- k = jumlah butir
- Si = varian butir
- St = varian total

Tabel. 3.2
Kaidah Reliabilitas Tritton

Kriteria	Koefisien Reliabilitas
Sangat Reliabel	0.81 s.d 1.00
Reliabel	0.61 s.d 0.80
Cukup Reliabel	0.42 s.d 0.60
Agak Reliabel	0.21 s.d 0.40
Kurang Reliabel	0.0 s.d 0.20

Sumber: Data primer diolah, 2015

3.7 Analisis Korelasi

Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan positif dan hubungan yang negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan

(penurunan) X pada umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan) Y. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi (r). Nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1 ($-1 \leq r \leq 1$), artinya jika:

$r = 1$, hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif).

$r = -1$, hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif).

$r = 0$, hubungan X dan Y lemah sekali atau tidak ada hubungan.

3.8 Analisis Data

1. Uji Simultan (F-Test)

Menurut Kuncoro (2001) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Dimana K adalah jumlah independen variabel dan N adalah jumlah sampel. Dari hasil uji F yang dilakukan nantinya, dapat dilihat apakah variabel-variabel independen yang diujikan memiliki pengaruh terhadap dependen variabel. Prosedurnya sebagai berikut:

- 1) Menentukan H_0 dan H_a (hipotesis nol dan hipotesis alternatif).
- 2) Menentukan *level of significant* (misal $F = 5\%$).
- 3) Kriteria uji F, dengan melihat hasil print out komputer, jika hasil *sig value* $< 5\%$ berarti signifikan.

2. Uji Parsial (T-Test)

Uji T digunakan untuk melihat apakah pengaruh yang diberikan variabel bebas (X) signifikan terhadap variabel terikat (Y) secara sendiri-sendiri atau parsial. Uji ini digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas (X) benar-benar memberikan kontribusi terhadap variabel terikat (Y). Uji T yang dilakukan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

- t hitung = nilai t
- r = nilai koefisien korelasi
- n = jumlah sampel

Setelah mendapatkan t-hitung melalui rumus diatas, adapun prosedurnya sebagai berikut:

- a. Menentukan H_0 dan H_a (hipotesis nihil dan hipotesis alternative)
- b. Dengan melihat hasil print out computer melalui program SPSS for windows, diketahui nilai t-hitung dengan nilai signifikansi nilai t
- c. Jika signifikansi nilai $t < 0,05$ maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
- d. Jika signifikansi nilai $t > 0,05$ maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Artinya H_0 diterima dan di tolak H_1 , pada tingkat signifikansi $J = 5\%$. Namun bilai nilai $t \text{ sig} < 0,05$ maka ada pegaruh yang signifikan pada signifikansi $J = 5\%$.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika R^2 semakin besar, maka persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah. Adapun rumus dari koefisien determinasi yang digunakan adalah:

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

Keterangan : KD = Koefisien Determinasi ; r = Nilai koefisien korelasi

3.9 Jadwal dan Tempat Penelitian

Jadwal penelitian dilakukan dengan memberikan angket kepada para pengunjung Riotic Store pada bulan Juni dan Juli, bertempat di Jl. Sumbawa No. 61 Kota Bandung, alamat dari Riotic Store.

Tabel 3.3

Jadwal Penelitian

Keterangan	2016							
	BULAN							
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags
Pengajuan Judul	■							
Penyusunan Proposal		■	■					
Ujian Proposal			■	■				
Ujian Komprehensif				■	■			
Penelitian			■			■	■	
Pengolahan Data						■	■	■
Ujian Munaqosah							■	■



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG