

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pengertian Metodologi Penelitian**

Metodologi berasal dari kata metode artinya suatu cara untuk melakukan sesuatu dengan tepat dan logis artinya pengetahuan atau science.<sup>1</sup> Sedangkan penelitian adalah rangkaian kegiatan ilmiah dalam rangka pemecahan suatu permasalahan yang bertujuan untuk memberikan penjelasan dan jawaban serta alternative terhadap masalah yang dihadapi.

Jadi metodologi penelitian adalah suatu rangkaian kegiatan ilmiah dalam rangka pemecahan masalah sehubungan dengan penelitian yang dilakukan dengan langkah-langkah sistematis.<sup>2</sup>

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

Penelitian ini dilakukan di Hot Pangsit Nyonyo Cabang Lubuk Begalung yaitu dengan membagikan kusioner kepada konsumen yang pernah melakukan Hot Pangsit Nyonyor cabang Lubuk Begalung. Waktu pelaksanaan yang diperlukan untuk penelitian ini adalah satu bulan September-Oktober 2018.

---

<sup>1</sup>Hasan Iqbal, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia,2002), hlm. 21

<sup>2</sup>Saifuddin Azwar, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar,2014), hlm. 1

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi berasal dari kata bahasa Inggris *population*, yang berarti jumlah penduduk. Oleh karena itu, apabila disebutkan kata populasi, orang kebanyakan menghubungkannya dengan masalah-masalah kependudukan. Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya<sup>3</sup>. Jadi populasi bukan hanya orang tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi bukan juga jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Adapun yang dijadikan populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen *Hot Pangsit Nyonyor* cabang Lubuk Begalung yang pernah membeli *Hot Pangsit Nyonyor*.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.<sup>4</sup> Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan waktu, dana dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel adalah

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), hal.119

<sup>4</sup> *Ibid.*, hal.120

bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu, yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan *Nomprobability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan bagi setiap unsure atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pada rancangan sampel nonprobabilitas, penarikan sampel tidak perlu dilakukan dengan menggunakan hukum probabilitas, artinya bahwa semua unit populasi memiliki kesempatan untuk dijadikan sampel penelitian. Dengan metode ini multi stage sampling yang terdiri dari :

**a. Purposive Sampling**

*Purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan karena dalam pelaksanaannya digunakan beberapa pertimbangan tentang hal-hal tertentu yang dikenakan pada kelompok.<sup>5</sup> Kategori kelompok usia menurut Departemen Kesehatan Republik Indonesia pada tahun 2009 adalah:<sup>6</sup>

- a. Masa balita : 0-5 tahun
- b. Masa kanak-kanak : 5-11 tahun
- c. Masa remaja awal : 12-16 tahun
- d. Masa remaja akhir : 17-25 tahun

---

<sup>5</sup>Umar Husein, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT RajaIntan Persada,2013), hlm .78

<sup>6</sup><http://www.depkes.go.id/resources/download/pusdatin/profil-kesehatan-indonesia/profil-kesehatan-indonesia-2008>, diakses pada tanggal 13 Maret 2018 jam 19:53 wib.

- e. Masa dewasa awal : 26-35 tahun
- f. Masa dewasa akhir : 36-45 tahun
- g. Masa lansia awal : 46-55 tahun
- h. Masa lansia akhir : 56-65 tahun
- i. Masa manula : >65 tahun

Berdasarkan kategori kelompok usia tersebut, maka peneliti menggunakan kategorisasi usia remaja akhir (17-25 tahun), dan masa dewasa awal (26-35 tahun) untuk responden yang akan diteliti. Perbedaan usia tersebut akan mempengaruhi konsumen untuk menentukan pilihannya dalam pengambilan keputusan. Adapun kriteria yang ditetapkan oleh penulis adalah:

Responden berusia 17 – 35 tahun, karena pada usia tersebut merupakan usia produktif dan dianggap sebagai usia yang matang untuk dapat memilih keputusan serta pendidikan terakhir responden minimal SMA atau sederajat.

#### **b. *Incidental Sampling***

*Incidental Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, tetapi responden yang dipilih sebagai sumber data harus sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Karena ukuran populasi tidak diketahui maka untuk menentukan

ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat digunakan rumus menurut Rao Purba yaitu<sup>7</sup> :

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel.

Z = Tingkat distribusi normal pada tingkat signifikan 95% (1,96).

Moe = Margin of error, adalah tingkat kesalahan maksimal pengembalian sampel yang masih dapat di toleransi sebesar 10% atau 0,1.

$$\text{Jadi, } n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

n = 96,04 dibulatkan menjadi 96 sampel.

Jadi sampel dalam penelitian ini adalah 96 orang responden.

---

<sup>7</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Keempat*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2010), hlm. 89

## D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>8</sup> Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### a) Variabel Independen (Variabel bebas)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen dalam penelitian ini meliputi :

- 1) Kesadaran merek ( $X_1$ )
- 2) Asosiasi merek ( $X_2$ )
- 3) Persepsi kualitas ( $X_3$ )
- 4) Loyalitas merek ( $X_4$ )

#### b) Variabel Dependen (Variabel terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian ( $Y$ ).

---

<sup>8</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 39

## 2. Definisi Operasional

Defenisi operasional variabel adalah defenisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti, menspesifikasi kegiatan ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.<sup>9</sup>

**Tabel 3.1**

### Indikator Variabel

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	Independent	Kesadaran merek (X1)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan pelanggan mengingat model varian</li> <li>2. Kemampuan pelanggan dalam mengenal merek produk</li> <li>3. Kemampuan untuk mengenali merek produk</li> <li>4. Mengingat logo produk</li> </ol>	Skala likert
		Asosiasi merek (X2)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian terhadap gaya hidup</li> <li>2. Lokasi</li> <li>3. Papan nama</li> <li>4. Pencitraan merek produk di benak konsumen</li> </ol>	Skala likert
		Persepsi kualitas (X3)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi pelanggan terhadap penampilan suatu merek</li> <li>2. Persepsi pelanggan terhadap kehandalan produk</li> <li>3. Harganya murah</li> <li>4. Kualitas produk yang diharapkan konsumen</li> </ol>	Skala likert
		Loyalitas merek (X4)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Switcher (pembeli yang berpindah-pindah)</li> <li>2. Habitual buyer (pembeli yang bersifat kebiasaan)</li> <li>3. Satisfied buyer (pembeli yang puas)</li> <li>4. Liking the brand (pembeli yang</li> </ol>	Skala likert

<sup>9</sup>*Ibid.*, hlm. 113

			menyukai merek) 5. Committed buyer (pembeli yang komit)	
2	Dependent	Keputusan Pembelian (Y)	1. Kemampuan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli prdouk 3. Memberi rekomendasi kepada orang lain. 4. Melakukan pembelian ulang.	Skala likert

### E. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang diuraikan sebagai berikut :

#### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian (buku burhan bungin). Data ini sering disebut data asli, bisa berwujud hasil wawancara, pengisian kuesioner, atau buktitransaksi seperti tanda bukti pembelian barang dan karcis parkir.

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Data sekunder diklasifikasikan menjadi dua :

##### a. Internal data

Yaitu tersedia tertulis pada sumber data sekunder. Umpama kalau pada perusahaan, dapat berupa faktur, laporan penjualan, pengiriman, operating statements, general and departemental budgets, laporan hasil riset yang lalu, dan sebagainya.



b. Eksternal data

Yaitu data yang diperoleh dari sumber luar. Umpamanya data sensus dan data register, serta data yang diperoleh dari badan atau lembaga yang aktivitasnya mengumpulkan data atau keterangan yang relevan dengan atau dalam berbagai masalah.

## F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Pengumpulan data dapat diperoleh dari hasil observasi, kuesioner, wawancara, dokumen, dan triangulasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk dijawabnya.<sup>10</sup>

Angket atau kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respons sesuai dengan permintaan pengguna. Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2003), hal 199

<sup>11</sup> Riduwan, *Skala Pengukuran variabel-variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hal. 26

### G. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.<sup>12</sup> Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan yaitu skala likert.

Skala likert ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang, atau sekelompok orang tentang fenomena social.

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

---

<sup>12</sup>*Ibid.*, hal.12

## H. Metode Analisi Data

### 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### 1) Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>13</sup> Dari proses analisis dengan korelasi product moment maka instrumen dinyatakan valid jika nilai *corrected item correlation* (r) lebih besar dari 0,3061<sup>14</sup>.

Kriteria uji validitas yang digunakan adalah sebagai berikut:

Bila koefisien korelasi atau r hitung  $>$  r tabel maka dinyatakan valid.

Bila koefisien korelasi atau r hitung  $<$  r tabel dinyatakan tidak valid.

Uji validitas diatas dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

- a. Pemberian skor tinggi pada tiap-tiap item untuk tiap responden.
- b. Menjumlahkan nilai-nilai untuk tiap soal dari responden.
- c. Mencari nilai validitas dengan memasukkan dalam rumus korelasi product momen dan pearson berupa angka kasar.
- d. Mengkonsultasikan hasilnya dengan tabel r *product moment* pada taraf signifikan 5% jika hasil rxy lebih besar atau sama dengan r tabel berarti koesioner itu valid. Tetapi jika hasil rxy kecil dari pada r tabel, maka butir koesioner tidak valid.

<sup>13</sup>Sugiyono, *Op.cit.*, hlm. 56

<sup>14</sup>Idris, *Aplikasi Model Data Kuantitatif Dengan Program SPSS*, ( Padang: Universitas Negeri Padang, 2012) hlm. 8

## 2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu koefisien yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabilitas atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu.<sup>15</sup>

Uji reliabilitas yang digunakan adalah statistik uji *Alpha Cronbach* dengan kriteria pengujian :

Jika koefisien *Alpha Cronbach*  $> 0,6$  maka variabel tersebut reliabel.

Jika koefisien *Alpha Cronbach*  $< 0,6$  maka variabel tersebut tidak reliabel.

## 2. Uji asumi klasik

### 1) Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Pengujian ini dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.<sup>16</sup>

Dengan pengambilan keputusan antara lain:

- a. Jika data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

<sup>15</sup>Husein Umar, *Riset Strategi Pemasaran* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm.

<sup>16</sup>Imam Ghazali, *Op.cit.*, hlm. 35

b. Jika data (titik) menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normal.

## 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Pengujian ini dapat dilakukan dengan melihat angkatan *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Dengan pengambilan keputusan jika ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance*  $>0,12$  atau  $< 10$  dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolenieritas antar variabel independen dalam model regresi.<sup>17</sup>

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghazali uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan lain tetap, maka homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedestisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas.

Ada beberapa cara untuk mendekteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola

---

<sup>17</sup>*Ibid*, hlm. 15

tertentu pada grafik scatterplot antar dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di studentized.

Dasar analisis:

- a. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedetisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y maka tidak terjadi heterokedetisitas.

Dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda didasarkan pada pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>18</sup> Alasan menggunakan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

- a. Bertujuan untuk mengetahui variabel independen terhadap variabel dependen
- b. Jumlah variabel independen lebih dari satu.
- c. Memenuhi syarat asumsi klasik.
- d. Persamaan dari analisis linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

---

<sup>18</sup> *Ibid.*, hlm. 104

$Y$  = Keputusan Pembelian

$a$  = Konstanta dari persamaan regresi.

$b_1$  = Koefisien regresi dari variabel  $X_1$  (Kesadaran merek )

$b_2$  = Koefisien regresi dari variabel  $X_2$  (Asosiasi merek )

$b_3$  = Koefisien regresi dari variabel  $X_3$  (Persepsi kualitas)

$b_4$  = Koefisien regresi dari variabel  $X_4$  (Loyalitas Merek)

$e$  = Standar Error

#### 4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel dependen dengan variabel independen baik secara parsial maupun silmultan.

##### 1) Uji t statistik (Parsial)

Uji t dimana pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (*kesadaran merek, asosiasi merek, dan persepsi kualitas*) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian).

Dengan pengambilan keputusan:<sup>19</sup>

a. Dengan membandingkan nilai  $t$  hitung dengan  $t$  tabel

Apabila  $t$  tabel  $>$   $t$  hitung, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Apabila  $t$  tabel  $<$   $t$  hitung, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Dengan tingkat signifikansi 95% ( $\alpha = 5\%$ )

b. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi

---

<sup>19</sup>*Ibid.*, hlm. 105

Apabila angka probabilitas signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Apabila angka probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## 2) Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar dari pada F tabel maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.<sup>20</sup>

## 5. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. 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.<sup>21</sup> Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi  $R^2$  adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam

---

<sup>20</sup>*Ibid.*, hlm. 106

<sup>21</sup> Husein, Umar, *Op.cit.*, hlm. 202



model. <sup>22</sup>Setiap penambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Oleh karena itu peneliti menggunakan nilai adjusted  $R^2$  agar tidak terjadi bias dalam mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, karena nilai  $R^2$  akan berubah hanya jika variabel yang ditambahkan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.



---

<sup>22</sup>*Ibid.*, hlm. 204