

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu penelitian yang didasari oleh filsafat positivisme yaitu ilmu yang valid atau kaidah-kaidah ilmiah, seperti empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.¹

Penelitian kuantitatif bisa untuk menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik, menunjukkan hubungan antara variabel.² Jenis metode penelitian ini adalah kausal. Kausal yaitu penelitian hubungan yang bersifat sebab akibat antara variabel bebas dengan variabel terikat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat seberapa jauh variabel bebas mempengaruhi variabel terikat baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Dalam penelitian ini akan dijelaskan pengaruh masing-masing variabel bebas yaitu: citra merek (X_1), kualitas produk (X_2) terhadap variabel terikat yaitu: keputusan pembelian (Y) dalam pembelian produk miegic com miyako pada mahasiswa FEBI UIN Imam Bonjol Padang.

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Tempat membuat penelitian ini adalah di kampus III UIN imam bonjol padang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang beralamat di sungai bangek

¹Sugiono, “*metode penelitian kuantitatif dan R&D*”, (Bandung : Alfabeta, 2013), hal, 7

²Made Wiratha, “*Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*”, (yogyakarta: ANDI, 2006)

kel. Balai Gadang kec. Koto Tengah Padang, adapun penelitian ini dilakukan pada bulan maret 2018.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Jadi dalam penelitian ini yang penulis jadikan populasi adalah mahasiswa/mahasiswi FEBI

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah orang yang diambil dari suatu populasi.³ Sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa FEBI UIN Imam Bonjol Padang yang sudah melakukan pembelian magic miyako.

a. Penentuan Sampel

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Maka untuk menentukan besarnya jumlah sampel konsumen digunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dimana:

n= ukuran sampel

N= Ukuran Populasi

e= populasi kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat di inginkan.

³ Ridwan, *metode dan teknik menyusun tesis*, (Bandung :Alfabeta, 2010), cet ke-8, hal.

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{1640}{1 + 1640 (0,1)^2}$$

$$= \frac{1.640}{17,4}$$

$$= 94,25$$

Berdasarkan konsep diatas maka peneliti mengambil sampel sebanyak 94 responden. Dimana responden ini dihitung dari Jumlah mahasiswa fakultas ekonomi .⁴

b. Teknik penarikan sampel

Setelah dilakukan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian, langkah selanjutnya adalah menentukan teknik dalam melakukan penarikan sampel. Adapun teknik yang digunakan dalam penarikan sampel adalah *non probability sampling* dengan cara *accidental sampling*.

Non probability sampling adalah teknik penarikan sampel yang tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel.⁵ Sedangkan *accidental sampling* bisa disebut teknik pengambilan sampel “asal ambil atau asal pilih”. Pengambilan sampel aksidental tidak memiliki pola tertentu. Peneliti benar-benar dipandu pada dasarnya oleh faktor kemudahan dan biaya. peneliti tidak

⁴Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), h. 180

⁵Evan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, “ *Metode Penelitian Kuantitatif : untuk administrasi public dan masalah-masalah social*, (Yogyakarta : Gava Media, 2011), hal.49

memasukan orang yang memiliki sifat tertentu. Peneliti mengambil unsur yang ditemukan dan mengisi sampelnya unsur tersebut.⁶

D. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independen (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah citra merek dan kualitas produk. Sedangkan variabel dependen (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi sebab akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Berikut ini dijelaskan pengertian dan indikator-indikator dari masing-masing variabel yang menjadi objek penelitian yaitu:

1. Keputusan pembelian adalah sebuah tindakan yang harus dipilih oleh seseorang konsumen untuk membeli atau melakukan pembelian terhadap produk. Adapun yang menjadi indikator dalam keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

- a. Kebutuhan yang dirasakan
- b. Kegiatan sebelum membeli
- c. Perilaku waktu memakai
- d. Perilaku pasca pembelian

⁶Made, op.cit., 242.

2. Citra merek adalah deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan para konsumen terhadap merek tertentu. Adapun yang menjadi indikator dalam citra merek adalah sebagai berikut:
 - a. Citra pembuat
 - b. Citra pemakai
 - c. Citra produk
3. Kualitas produk adalah karakteristik dan sifat yang berada didalam sesuatu barang atau jasa serta kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan yang diharapkan konsumen. Adapun yang menjadi indikator dalam kualitas produk adalah sebagai berikut:
 - a. Performance
 - b. Features
 - c. Reliability
 - d. Serviceability

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah semua alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan, memeriksa, atau mengolah serta menyajikan data.⁷

Data yang dikumpulkan dalam penelitian digunakan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan.

1. Jenis instrumen

Jenis instrumen atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket, yaitu sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan

⁷ Suharsami Arikunto, *Manajemen penelitian*, (jakarta: Rineka Cipta, 2009), hal.134

untuk memperoleh informasi dari responden. Adapun jenis instrumen kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, yaitu pertanyaan yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih.⁸

2. Uji instrumen

a. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah suatu koesioner tersebut valid atau tidak untuk digunakan dalam penelitian. Suatu instrumen pengukuran dikatakan valid jika instrumen dapat mngengukur sesuatu dengan tepat apa yang akan diukur. Dari proses analisis dengan mengungkapkan sesuatu yang diukur

b. Uji reliabilitas

Uji reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas ini dapat digunakan dengan dua cara yaitu sebagai

berikut:

- 1) *Repeared Measure* atau alat pengukuran ulang. Seseorang akan diberikan pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dapat dilihat apakah tetap konsisten terhadap jawabannya.
- 2) *One shot* atau pengukuran sekali. Adpun cara yang digunakan adalah dengan mnggunakan uji statistik *cronboach Alpha*.

⁸ Suharsimi Arikunto, *prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik*, (jakarta : PT. Bina Aksara, 1983), hal. 107-108

Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *cronboach Alpha* lebih besar dari 0,6⁹

c. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah syarat pokok dalam analisis data parametrik seperti korelasi, karena data-data yang akan dianalisis parametrik harus terdistribusi normal. Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah populasi data terdistribusi normal atau tidak. Distribusi data yang normal menyatakan bahwa subjek penelitian tergolong representatif atau dapat mewakili populasi yang ada, sebaliknya apabila sebaran tidak normal maka dapat disimpulkan bahwa subjek tidak representatif atau tidak mewakili populasi yang ada, sebaliknya apabila sebaran tidak normal maka dapat disimpulkan bahwa subjek tidak representatif atau tidak mewakili populasi yang ada. Uji menyatakan terdistribusi normal jika signifikan besar dari 0,05.¹⁰

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan tertulis dan memberikan beberapa pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Teknik dengan kuesioner ini dibuat dengan menggunakan skala likert. Skala likert mempunyai 5 tingkat referensi jawaban

⁹Ibid, hal. 162

¹⁰priyanto duwi, *pengolahan data terpraktis*, (Yogyakarta: Andi, 1012), hal. 69

masing-masing dengan skor 1-5. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang.¹¹

Tabel 3.1
Skala Likert pada pertanyaan

Pilihan jawaban	skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang setuju (KS)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

G. Teknik Analisis Data

Ada beberapa teknik dan metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang menggambarkan suatu data yang akan dibuat oleh sendiri maupun kelompok. Tujuan analisis deskriptif untuk membuat gambaran secara sistematis data yang faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta antar fenomena yang diteliti. Statistik deskriptif ini digunakan untuk mendeskripsikan responden penelitian dan variabel penelitian. Langkah-langkah dalam teknik analisis data deskriptif dilakukan adalah:

¹¹ Riduwan, “*skala pengukuran variabel-variabel penelitian*”, (Bandung : Alfabeta, 2010) cet ke 7, hal 12

a. Verifikasi data

Yaitu memeriksa kembali kuesioner yang telah diisi responden untuk memastikan apakah semua pertanyaan sudah dijawab dengan lengkap.

b. Menghitung nilai variabel

a) Menghitung nilai frekuensi dari variabel yang diteliti disetiap sub indikator. Kemudian dihitung persentasenya dengan menggunakan rumus berikut :

$$P = \frac{\text{frekuensi } (f)}{\text{jumlah responden } (N)} \times 100\%$$

Dimana :

P = persentase hasil yang dicari

F = frekuensi hasil yang dicari

N = jumlah responden yang membentuk sampel

100% = angka terapan persentase

b) Mengitung rata-rata skor total item dengan menggunakan

rumus:

$$X = \frac{(5 \times fi) + (4 \times fi) + (3 \times fi) + (2 \times fi) + (1 \times fi)}{n}$$

Dimana:

X = skor rata-rata total item

Fi = frekuensi

n = jumlah responden

5 = nilai untuk jawaban sangat setuju

4 = nilai untuk jawaban setuju

UIN IHAM BONJOL
PADANG

- 3 = nilai untuk jawaban kurang setuju
- 2 = nilai untuk jawaban tidak setuju
- 1 = nilai untuk jawaban sangat tidak setuju
- c) Menghitung nilai TCR (Total Capaian Responde) dengan rumus:

$$TCR = \frac{RS}{n} \times 100$$

Dimana :

TCR = tingkat capaian responden

Rs = rata-rata skor jawaban responden

N = nilai skor jawaban

Nilai persentase dimasukkan kedalam kriteria sebagai berikut:

- a) Interval jawaban responden 81-100% = sangat tinggi
- b) Interval jawaban responden 61-80% = tinggi
- c) Interval jawaban responden 41-60% = sedang
- d) Interval jawaban responden 21- 40% = rendah

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menganalisis data digunakan metode analisis regresi berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas baik secara parsial atau secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan program spss.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana :

Y = keputusan pembelian

X_1 = citra merek

X_2 = kualitas produk

α = konstanta

ε = hal yang diluar variabel X yang mempunyai pengaruh variabel Y

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien regresi yang hendak ditafsirkan

3. Uji Kelayakan Model

1) Uji t (t-test)

Uji terhadap nilai statistik t merupakan uji signifikan parameter individu. Nilai statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikatnya. Kita dapat melakukan uji t dengan mudah dan singkat melalui SPSS.

Digunakan uji t dengan rumus :

$$t_0 = \frac{b_i}{s_{b_i}}$$

dimana :

t_0 = koefisien nilai t

b_i = koefisien regresi

s_{b_i} = standar kesalahan koefisien regresi

Jika $T_{hitung} \leq T_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $T_{hitung} \geq T_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dimana

taraf pengujian $\alpha = 0,05$ (95%)

2) Uji F

Digunakan untuk mengetahui variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini, dapat dilakukan diaplikasi SPSS dengan tingkat signifikan $< 0,05$ melalui table ANOVA, dapat diketahui dengan rumus :

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

Dimana:

F = nilai F hitung

K = banyaknya variable bebas

n = besarnya sampel

R^2 = koefisien korelasi berganda

kriteria:

jika $< 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

jika $> 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

3) Uji determinasi (R square)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dimana nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variable-variabel bebas dalam menjelaskan variable terikat sangat terbatas koefisien determinasi (R^2) mempunyai suatu besaran yang digunakan untuk mengukur garis kebaikan (*goodness of fit*) secara vertical untuk proporsi atau persentasi total variable

dalam Y yang dijelaskan oleh model regresi, dirumuskan sebagai berikut :

$$R^2 = 1 - (\sum (\hat{Y} - Y)^2 / \sum (Y - \bar{Y})^2)$$

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

Y = Y hasil observasi

\hat{Y} = hasil regresi

\bar{Y} = Y rata-rata¹²



¹² Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sullistyastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik Dan Masalah-Masalah Sosial*, (Yogyakarta : Gava Media, 2011) hal, 188-196.