

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode dan Jenis 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.¹ Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Penelitian kuantitatif bisa dipakai untuk menguji suatu teori, menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik, menunjukkan hubungan antar variabel.²

Jenis metode penelitian ini adalah Kuantitatif Causal yaitu penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh variable bebas (harga dan citra merek) terhadap variabel terikat yang disini adalah keputusan pembelian, serta dalam penelitian ini dapat membatasi variabel bebas dari objek yang diteliti, kemudian dapat membuat instrumen untuk mengukurnya. Penelitian kuantitatif ini banyak menggunakan angka, mulai dari pengukurannya, hingga penafsirannya ditambah dengan tabel, data untuk memudahkan memahaminya.

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2013), hlm. 7.

²*Ibid.*, hlm. 7

B. Jenis Data dan Sumber Data

Data merupakan faktor yang penting untuk menunjang suatu penelitian. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer

Data primer yaitu data yang di dapat oleh peneliti dari sumber pertama baik dari individu atau kelompok. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data primer dapat dilakukan dengan menyebarkan kuesioner langsung kepada mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang yang menjadi pelanggan Pepsodent dan yang pernah membeli produk Pepsodent.

2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang tidak secara langsung diberikan responden kepada pengumpul data, seperti lewat dokumen atau lewat orang lain. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari pernyataan mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang.

C. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner/angket.

1. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut.

Terdapat empat komponen inti dari sebuah kuesioner, yaitu:³

- a. Adanya subjek, yaitu individu atau lembaga yang melaksanakan penelitian.
- b. Adanya ajakan, yaitu permohonan dari peneliti kepada responden untuk turut serta mengisi atau menjawab pertanyaan secara aktif dan objektif.
- c. Adanya petunjuk pengisian kuesioner, yaitu petunjuk yang tersedia harus mudah dimengerti.
- d. Adanya pertanyaan atau pernyataan beserta tempat untuk mengisi jawaban, baik secara tertutup maupun terbuka.

2. Dokumentasi

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data sekunder dalam penelitian ini adalah dokumentasi melalui internet dan studi kepustakaan.

Dokumentasi ini bertujuan untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan penulis. Data tersebut diperoleh dalam bentuk buku, jurnal

dan berbagai literatur dari internet.

D. Waktu dan Objek Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Agustus 2017, sedangkan yang menjadi objek penelitiannya yaitu mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang yang pernah dan sedang menggunakan produk Pepsodent.

³ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), Ed. 1, Cet. 3, h. 139-140

E. Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Burhan Bungin dalam bukunya Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁴ Adapun didalam penelitian ini yang penulis jadikan sebagai populasi adalah seluruh Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang yang sedang menggunakan produk pasta gigi Pepsodent.

Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti secara mendalam.⁵ Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sedangkan metode pengambilan sampelnya adalah *insidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel secara kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut sesuai dengan sumber data.⁶

⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2011), Ed. 2, Cet. 6, h. 109

⁵ Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*, (Yogyakarta: UIN Maliki Press, 2010), Cet. 2, h. 258

⁶Sugiyono, *op.cit.*, h. 84

Untuk menentukan ukuran sampel pada populasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti, maka digunakan pendekatan Isac Michel⁷

$$\text{dengan rumus : } n = \frac{(z)^2 p \cdot q}{e^2}$$

Dimana : n = Sampel

p = proporsi populasi (0.06)

q = 1 - p = 0,94

Z = tingkat kepercayaan/signifikan (95% - $\alpha/2$) = 1,96

e = margin of error (5%)

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.06(1-0.06)}{(0.05)^2} = 86,66 = 87 \text{ orang}$$

Dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 87 orang.

F. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah konsep/variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi (indikator) dari suatu konsep/variabel. Dimensi (indikator) dapat berupa: perilaku, aspek, atau sifat/karakteristik. Dengan demikian, definisi operasional tidak boleh mempunyai makna yang berbeda dengan definisi konseptual. Oleh karena itu, sebelum menyusun definisi operasional, peneliti harus membuat definisi konseptual variabel penelitian terlebih dahulu. Dengan demikian, definisi operasional bukan berarti

⁷Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2013), hal. 34

definisi/pengertian/makna seperti yang terlihat pada teori di buku teks, namun lebih menekankan kepada hal-hal yang dapat dijadikan sebagai ukuran/indikator dari suatu variabel, dan ukuran/indikator tersebut tidak abstrak, namun mudah diukur.⁸

Adapun definisi operasional pada penelitian ini adalah:

1. Variabel Independent

Variabel ini sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas yaitu variabel yang menjadi sebab atau yang mempengaruhi variabel terikat.⁹ Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independent adalah:

a) Harga

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan untuk unsur lainnya (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya pengeluaran). selain itu harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel artinya dapat diubah dengan cepat.¹⁰

b) Citra merek

Menurut Renguti mengemukakan bahwa citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang berbentuk di benak konsumen. Sedangkan menurut Aaker dalam Simamora, citra merek adalah seperangkat asosiasi unik yang ingin diciptakan atau dipelihara oleh pemasar. Shimp *et al* berpendapat bahwa citra merek (brand

⁸ Juliansyah Noor, *Op. Cit.*, h. 97

⁹ Moh. Kasiram, *Op. Cit.*, h. 254

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2007), Ed. II, h. 151

image) dapat dianggap sebagai jenis asosiasi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat sebuah merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran atau citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek.¹¹

2. Variabel Dependent

Variabel ini sering disebut juga dengan variabel terikat yaitu variabel yang menjadi akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel bebas.¹² Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian.

Keputusan Pembelian, keputusan pembelian adalah proses penyeleksian terhadap dua pilihan alternatif atau lebih yang menghasilkan keputusan untuk membeli atau tidak membeli. Pilihan alternatif harus tersedia ketika konsumen sedang mengambil keputusan. Proses pengambilan keputusan pembelian membutuhkan pencarian atau penerimaan informasi yang berbeda.¹³

C. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data. Instrumen dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur variabel harga, citra merek dan keputusan pembelian dalam bentuk angket/kuesioner yang mana angket/kuesioner tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan dengan menggunakan skala likert. Skala likert

¹¹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), Ed. 1, h. 327

¹² Moh. Kasiram, *Op. Cit.*, h. 254

¹³ Arina Maharani, Nim.12511247009, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian* di Warung Bakso Sari Gurih Pak Ratno, (universitas negeri yogyakarta: 2014), h. 7

adalah suatu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang subjek, objek atau kejadian tertentu. Responden hanya memberikan persetujuan atau ketidakpersetujuannya terhadap butir soal tersebut. Skala ini dimaksudkan untuk mengukur sikap individu dalam dimensi yang sama dan individu menempatkan dirinya ke arah satu kontinuitas dari butiran soal. Untuk variabel dependen (Y) seperti Keputusan Pembelian sedangkan untuk variabel independen (X1) Harga (X2) Citra Merek dengan menggunakan lima alternatif jawaban yang masing-masing diberi skor 1-5.

Tabel 3.1
Daftar Skor Jawaban Skala Likert Berdasarkan Sifatnya

No	Alternatif Jawaban	Sifat Pernyataan	
		Positif	Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Kurang Setuju (KS)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Untuk memperoleh instrumen yang baik maka perlu disusun kisi-kisi instrumen. Kisi-kisi instrumen penelitian yang dilakukan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Instrument

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Harga sebagai Variabel Independent (X1)	Keterjangkauan harga	Skala Likert
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	
		Daya saing harga	
		Kesesuaian harga dengan manfaat produksi	

		Harga mempengaruhi daya beli konsumen	
2.	Citra Merek sebagai Variabel Independent (X2)	Citra pembuat	Skala Likert
		Citra pemakai	
		Citra produk	
3.	Keputusan Pembelian sebagai Variabel Dependent (Y)	Menganalisis keinginan dan kebutuhan	Skala Likert
		Menilai beberapa sumber yang ada	
		Mengidentifikasi alternatif pembelian	
		Mengambil keputusan untuk membeli	
		Perilaku sesudah pembelian	

H. Uji Coba Penelitian

Untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan alat ukur yang akurat dan dapat dipercaya, maka digunakan dua macam pengujian, yaitu :

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji analisis yang bertujuan untuk melihat seberapa kuat variabel-variabel yang diukur dengan variabel lain.

Validitas menggambarkan bahwa pernyataan yang digunakan mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur (valid). Dari proses analisis

dengan korelasi *product moment*, maka instrumen dinyatakan valid jika nilai *corrected item correlation (r)* lebih besar dari 0,3610.¹⁴ Untuk

menguji validitas instrumen digunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut :¹⁵

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

¹⁵Syopian Siregar, *Stasistik Deskriptip Untuk Penelitian*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), hlm. 121.

$$r = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Dimana :

r = Koefisien korelasi suatu item dengan nilai item total

ΣX = Jumlah skor setiap item

ΣX^2 = Jumlah kuadrat skor item

ΣY = Jumlah skor seluruh item

ΣY^2 = Jumlah kuadrat skor seluruh item

ΣXY = Jumlah hasil kali skor seluruh item

N = Jumlah responden

Kriteria pengujiannya adalah jika $r_h \geq r_{tabel}$ berarti valid, sebaliknya jika $r_h < r_{tabel}$ berarti tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi kuesioner sebagai alat ukur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cronbach Alpha* untuk mengukur skala rentangan seperti skala Likert

1-5. Uji reliabilitas adalah kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk dalam pengujian adalah item valid saja. Nilai *Alpha* 0.6 merupakan suatu batasan bagi instrumen dikatakan reliabel atau tidak.

Menurut Sekaran (1992), jika nilai *Cronbach Alpha* kurang dari 0.6 berarti kurang baik, 0.7 dapat diterima, sedangkan di atas 0.8 adalah baik.

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data variabel *independen* dan data variabel *dependen* adalah normal. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal.¹⁶ Normal atau tidaknya distribusi sebuah data dapat dilihat dengan menggunakan metode PP Plot dan *Uji One Simple Kolmogorov Smirnov*. Distribusi data yang dikatakan normal jika nilai signifikansi $> 0,05$.

b. Uji Multikolinearitas

Analisis ini dapat menggunakan SPSS, berguna untuk melihat apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen. Asumsi multikolinearitas menyatakan adanya bahwa variabel independen harus bebas dari segala multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan *Variance Inflation Faktor* (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut :

1) $VIF < 10$, maka tidak terdapat multikolinearitas

¹⁶Suliyanto, *Ekonomi Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta : Andi, 2011), hlm. 75

2) $VIF > 10$, maka variabel tersebut mempunyai multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji ini digunakan untuk melihat varians residual. Jika suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Untuk melihat ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas dalam suatu persamaan regresi, dapat dilihat dari gambar scatterplot.

3. Analisis Regresi 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 versi 20.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X_1 = Harga

X_2 = Citra Merek

a = Konstanta

e = Hal diluar variabel X yang mempunyai pengaruh variabel Y

b_1, b_2, b_3 = Koefisien regresi yang hendak ditafsirkan.

4. Uji Kelayakan Model

a. Uji t (t-test)

Untuk menguji pengaruh variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y) serta melakukan penerimaan atau penolakan hipotesis penelitian berdasarkan hasil pengujian, digunakan uji t dengan rumus :

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

Keterangan :

T_o = Koefisien nilai test

b_i = koefisien regresi

s_{b_i} = standar kesalahan koefisien regresi

1) Jika $t_o \leq t_{tabel}$, maka H_o ditolak dan H_a diterima

2) Jika $t_o \geq t_{tabel}$, maka H_o diterima dan H_a ditolak, dimana taraf pengujian $\alpha = 0,05$ (95%)

b. Uji F

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

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

Keterangan :

F = Nilai F hitung

k = Banyaknya variabel bebas

n = Besarnya sampel

R^2 = Koefisien korelasi berganda

Kriteria :

- a) Jika $f_{hit} \geq f_{tabel}$ dan nilai $sig < 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak.
- b) Jika $f_{hit} \leq f_{tabel}$ dan nilai $sig > 0,05$, maka H_o diterima dan H_a ditolak,

c. 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 variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas koefisien Determinasi (R^2) mempunyai suatu besaran yang digunakan untuk mengukur garis kebaikan (*goodness of fit*) secara vertikal, yang proporsi atau persentase total variabel dalam Y yang dijelaskan oleh model regresi, dirumuskan sebagai berikut

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

Keterangan :

- R^2 = Koefisien determinasi
 Y = Y hasil observasi
 \hat{Y} = Hasil regresi
 \bar{Y} = Y rata-rata