

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Berdasarkan tujuannya, penelitian ini termasuk dalam penelitian eksplanatif, yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan bagaimana sebuah fenomena sosial terjadi, penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis (Singarimbun dan Effendi, 2016)

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen susu formula merek Morinaga sebanyak 96 orang. Skala pengukuran menggunakan skala *likert*, metode pengumpulan data dengan cara angket serta studi literatur. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Data diolah menggunakan SPSS versi 23.

3.2 Subyek dan Obyek Penelitian

Subjek penelitian ini dilakukan pada konsumen produk Bonita Jombang. Sedangkan obyek yang diambil dalam penelitian ini adalah pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian

3.3 Variabel dan Definisi Oprasional Variabel

3.3.1. Variabel

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi variabel lainnya. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan kepercayaan merek

2. Variabel Dependen

Variabel Dependen adalah variabel yang dipengaruhi variabel lainnya.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah perpindahan merek

3.3.2. Definisi Operasioal Variabel

1. Perpindahan merek

Mengacu pada konsep dari Petter dan Olson (2014) Perpindahan merek didefinisikan sebagai Perpindahan merek merek susu formula lain ke susu formula merek Morinaga diukur dengan menggunakan indikator yang dikembangkan oleh peneliti yaitu (Junaidi dan Dharmmesta, 2016):

- a. Kepercayaan terhadap susu formula merek Morinaga memiliki kualitas yang bagus
- b. Kesukaan konsumen susu formula merek Morinaga dibandingkan merek susu formula lainnya
- c. Memiliki niat membeli susu formula merek Morinaga
- d. Memilih membeli susu formula merek Morinaga daripada merek lain

2. Kualitas Produk (X1)

Mengacu pada konsep dari Kotler dan Amstrong (2012) kualitas produk dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi konsumen tentang kualitas produk susu formula merek Morinaga dalam menjalankan fungsinya yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen yang di ukur dengan menggunakan indikator (Tjiptono, 2016) yaitu:

a. Kemudahan Penggunaan

Produk susu formula merek Morinaga mudah dalam penyajiannya.

b. Daya tahan

susu formula merek Morinaga lebih tahan lama

c. Keragaman ukuran

Susu formula merek Morinaga memiliki pilihan ukuran produk

3. Kepercayaan Merek (X2)

Mengacu pada konsep dari Kotler dan Keller (2013) kepercayaan merek dalam penelitian ini didefinisikan sebagai tentang merek yang direfleksikan konsumen dengan berpegang pada ingatan konsumen yang diukur dengan menggunakan indikator (Kotler dan Keller, 2013) yaitu:

a. *Brand Reputation* Persepsi konsumen bahwa susu formula merek Morinaga memiliki reputasi yang bagus.

b. *Brand Predictability* susu formula merek Morinaga merupakan merek yang dapat dipercaya

c. *Brand Competence*. susu formula merek Morinaga memenuhi segala keperluan bayi

Tabel 3.1
Kisi- Kisi Instrumen

Variabel	Indikator	Item Pernyataan
Kualitas Produk (X1)	1. Kemudahan Penggunaan	1) Produk susu formula merek Morinaga mudah dalam penyajiannya
	1. Daya tahan	2) susu formula merek Morinaga lebih tahan lama
	2. Keragaman ukuran produk	3) Susu formula merek Morinaga memiliki pilihan ukuran produk
Kepercayaan Merek (X2)	1. <i>Brand Reputation</i>	1) susu formula merek Morinaga memiliki reputasi yang bagus
	2. <i>Brand Predictability</i>	2) susu formula merek Morinaga merupakan merek yang dapat dipercaya
	3. <i>Brand Competence</i>	3) susu formula merek Morinaga memenuhi segala keperluan bayi
Perindahan merek (Y)	1. Struktur keyakinan (kognitif)	1) Kepercayaan susu formula merek Morinaga memiliki kualitas yang bagus
	2. Struktur sikap (afektif)	2) Konsumen lebih suka susu formula merek Morinaga dibandingkan merek susu formula lainnya
	3. Struktur niat	3) Memiliki niat membeli susu formula merek Morinaga dibanding dengan merek lain
	4. Tindakan	4) Memilih membeli susu formula merek Morinaga daripada merek lain

3.4 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran adalah perjanjian yang dipergunakan sebagai dasar untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga menghasilkan data kuantitatif dari hasil pengukuran menggunakan alat ukur. Dalam penelitian ini digunakan skala likert agar mempermudah peneliti ketika melakukan pengujian terhadap analisa yang digunakan. (Sugiyono, 2017)

Skala likert adalah cara perhitungan dengan menghadapkan responden dengan beberapa pertanyaan kemudian diminta untuk menjawab. Data yang berhasil dikumpulkan dari kuesioner selanjutnya akan diukur dengan bobot hitung 1 sampai 5 dengan kategori (Sugiyono, 2017):

Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

3.5 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai semesta penelitian (Ferdinand, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk susu formula merek Morinaga di Bravo Jombang yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

2. Sampel

Menurut Arikunto (2012) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Penentuan jumlah sampel yang tidak diketahui jumlah populasinya adalah menggunakan rumus sebagai berikut (Riduwan, 2012)

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2}\sigma)^2}{e}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z_{α} = Nilai yang diperoleh dari tabel normalitas tingkat keyakinan

e = Kesalahan Penarikan Sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini sebesar 95% maka nilai Z 0,05 adalah 1,96 dan standar deviasi (σ)= 0,25. Tingkat kesalahan dalam penarikan sampel ditentukan sebesar 5% atau 0,05 maka dengan menggunakan rumus tersebut dapat ditentukan jumlah sampelnya yaitu:

$$= 96,04$$

Jadi berdasarkan perhitungan di atas besarnya nilai sampel sebesar 96,04 orang yang dibulatkan menjadi 96 orang

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel tersebut adalah menggunakan teknik *non probability sampling* yang sampelnya berjenis *Purposive Sampling*, *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Ferdinand, 2014). Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah konsumen produk susu formula lain beralih ke produk susu formula merek Morinaga

3.6 Jenis Data, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini data primer adalah data interval berupa hasil jawaban responden terhadap pernyataan dalam angket dan data nominal yang berisi tentang karakteristik responden yang

mencakup nama responden, jenis kelamin dan pekerjaan responden yang bersumber dari data primer dan melalui data sekunder berupa studi kepustakaan melalui buku, jurnal, artikel dan internet.

3.6.2 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan angket di dalam proses pengumpulan data. angket yang disebarakan berupa pernyataan-pernyataan yang diukur dengan menggunakan skala likert. Angket tersebut berisikan tentang data responden secara demografis dan berisikan pernyataan yang sesuai dengan indikator variabel penelitian.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1. Uji Validitas

Validitas merupakan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur (Umar, 2011), pada penelitian ini peneliti menggunakan kuisisioner di dalam pengumpulan data penelitian, maka kuisisioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dapat menggunakan rumus *Pearson Product Moment*.

Rumus :

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = korelasi

x = variabel independen

y = variabel dependen

Perhitungan rumus tersebut menggunakan bantuan SPSS versi 23.0. Adapun dasar pengambilan keputusan suatu item valid atau tidak valid menurut (Sugiyono, 2017), dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total. Bila korelasi r di atas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.

Pengujian validitas dilakukan pada 30 responden berikut ini hasil pengujian validitas :

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas

Variabel	Nomer Peryataan	Validitas		Keterangan
		Korelasi (r)	r kritis	
X ₁	X _{1,1}	0,756	0,3	Valid
	X _{1,2}	0,718	0,3	Valid
	X _{1,3}	0,819	0,3	Valid
X ₂	X _{2,1}	0,843	0,3	Valid
	X _{2,2}	0,869	0,3	Valid
	X _{2,3}	0,652	0,3	Valid
Y	Y ₁	0,837	0,3	Valid
	Y ₂	0,758	0,3	Valid
	Y ₃	0,622	0,3	Valid
	Y ₄	0,837	0,3	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan data dari tabel diatas menunjukkan semua item pernyataan mempunyai nilai korelasi lebih besar dari 0,3. Dengan demikian berarti bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid untuk pengujian selanjutnya

3.7.2. Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan alat ukur yang sama. Hasilnya ditunjukkan oleh sebuah indeks yang menunjukkan seberapa jauh suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji ini diterapkan untuk mengetahui

responden telah menjawab pertanyaan-pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga kesungguhan jawabannya dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan formula *Cronbach Alpha* (Arikunto, 2012). Dengan rumus:

$$r_{11} = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^L S^2}{St^2} \right]$$

dengan :

R11 adalah koefisien reliabilitas

N adalah banyaknya butir soal

S_i^2 adalah varian skor soal ke-i

St^2 adalah varians skor total

Apabila nilai koefisien $\alpha > 0,6$, maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut reliabel. Jika apabila nilai koefisien $\alpha < 0,6$ maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut tidak reliabel. Proses pengujian dilakukan sebelum penelitian sebenarnya dilakukan (Sugiyono, 2018).

Tabel 3.4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliabilitas		Keterangan
	Koefisien Alpha	Angka kritis	
Kualitas Produk (X1)	0,640	0,6	Reliabel
Citra Merek (X2)	0,688	0,6	Reliabel
Perpindahan merek (Y)	0,763	0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 3.4 menunjukkan semua variabel penelitian memiliki koefisien alpha lebih besar dari 0,6, sehingga semua pernyataan dinyatakan reliabel untuk pengujian selanjutnya

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1. Analisis Deskriptif

Analisa deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing masing item variabel dengan skala pengukuran satu sampai lima, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} & \frac{\text{Nilai Skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}} \\ & = \frac{5 - 1}{5} \\ & = 0,8 \end{aligned}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut:

- | | |
|---------------|-----------------|
| 1) 1,0 – 1,8 | = Rendah sekali |
| 2) 1,81 - 2,6 | = Rendah |
| 3) 2,61 - 3,4 | = Cukup |
| 4) 3,41 – 4,2 | = Tinggi |
| 5) 4,21 - 5,0 | = Sangat Tinggi |

Sumber: (Sudjana, 2015)

3.8.2. Analisis Regresi Berganda

Menurut (Sugiyono, 2017) ~~mengatakan bahwa~~ analisis regresi berguna untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen

bila nilai variabel independen dimanipulasi (dirubah-rubah). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Perpindahan merek (Y). Persamaan Regresi linier beganda menggunakan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Perpindahan merek

a = Konstanta

b_1, b_2 , = Koefisien regresi kualitas produk dan Citra Merek

X_1 = Kualitas produk

X_2 = Citra Merek

ϵ = standar *error*

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

1 Uji Normalitas Data

Kenormalan data diperlukan dalam metode analisis regresi (Baroroh, 2013). Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013). Uji normalitas data bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam satu variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data distribusi normal. Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Data dikatakan normal, apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ($P > 0,05$). Sebaliknya,

apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ($P < 0,05$), maka data dikatakan tidak normal.

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013). Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas

2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti ada dua atau lebih variabel x yang memberikan informasi yang sama tentang variabel Y kalau X_1 dan X_2 berkolinearitas, berarti kedua variabel cukup diwakili satu variable saja. Memakai keduanya merupakan inefisiensi (Simamora, 2009)

Ada beberapa metode untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, diantaranya:

- a. Dengan menggunakan antar variabel independen. Misalnya ada empat variabel yang diuji dikorelasikan, hasilnya korelasi antara X_1 dan X_2 sangat tinggi, dapat disimpulkan bahwa telah terjadi multikolinearitas antara X_1 dan X_2 .
- b. Di samping itu untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat juga dilihat dari *Varian Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai tolerance value $< 0,01$ atau $VIF > 10$ maka terjadi

multikolinearitas. Dan sebaliknya apabila *tolerance value* $> 0,01$ atau $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas. (Simamora, 2009)

3 Uji Autokorelasi

Istilah Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Dalam mendeteksi ada atau tidak nya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-watson (DW test) dengan syarat $du < DW$ (Ghozali, 2013).

4 Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Homokedastisitas terjadi bila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap dan jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas (Ghozali, 2018).

Salah satu cara untuk menguji adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPERD dengan residual yaitu SRESID. Deteksi ini dapat dilihat dengan ada atau tidak pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X

adalah residual yang telah di-studentized. Dasar analisa pengujian adalah sebagai berikut (Ghozali, 2018):

1. Apabila terbentuk pola dan titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), berarti mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Apabila tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.4. Pengujian Hipotesis

Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2018).

Pengujian dilakukan dengan *t-test*, bilamana diperoleh *p-value* ≤ 0.05 (Alpha 5%), maka dapat disimpulkan signifikan dan begitu pula sebaliknya (Solimun, 2017). Mengadakan pengujian bahwa hipotesa yang diajukan diterima atau ditolak maka digunakan rumus t hitung sebagai berikut :

$$t = \frac{b}{S_b}$$

Dimana :

t : thitung

b : koefisien regresi

Sb: Standar Error dari Variabel Independen

Jika :

1. *p-value* > 0.05 (Alpha 5%), maka H_0 ditolak
2. *p-value* ≤ 0.05 (Alpha 5%), maka H_0 diterima

3.8.5. R – Squared Coefficients

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen dan proporsi variasi dari variabel dependen yang diterangkan oleh variasi dari variabel-variabel independennya. Jika R^2 yang diperoleh dari hasil perhitungan menunjukkan semakin besar maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin besar untuk menerangkan variabel dependennya. Besarnya koefisien determinasi dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Dimana :

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi