

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu (Sugiyono, 2014). Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanasi (*explanatory research*) yaitu penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis (Singarimbun & Masri, 2004). Dengan menggunakan skala pengukuran likert, metode pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran angket dan dokumentasi. Populasi yang digunakan yaitu konsumen pada Sego Njamoer Cabang Mojokerto diambil dengan jumlah rata-rata perbulan sebanyak 1.379 konsumen dengan sampel yang ditentukan sebanyak 93 responden. Analisis data menggunakan bantuan program SPSS.

3.1 Definisi Operasioanal dan Pengukuran Variabel

1. Citra Merek (X1)

Citra Merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi maupun pengalaman dari masa lalu terhadap merek. Indikator dalam penelitian ini mengacu Shimp dalam Bastian (2014) terdiri dari :

a. Asosiasi merek

Merupakan karakteristik produk yang dilekatkan oleh konsumen terhadap merek.

b. Kepribadian merek

Merupakan serangkaian karakteristik manusia yang oleh konsumen diasosiasikan dengan merek.

2. Persepsi Harga (X₂)

Persepsi harga merupakan penilaian konsumen mengenai perbandingan besarnya pengorbanan dengan apa yang didapatkan atas barang atau jasa. Indikator persepsi harga yang dipakai dalam penelitian ini berdasarkan konsep dari Budiastari (2012), yakni:

a. Kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk.

Merupakan kesesuaian harga yang dipersepsikan konsumen dengan kualitas dan manfaat yang didapatkan.

b. Harga yang sesuai dengan harapan.

Merupakan harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumen.

3. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara apa yang diharapkan konsumen dengan apa yang dirasakan konsumen pada saat mengonsumsi suatu produk, bila konsumen merasakan performa produk sama atau melebihi ekspektasi maka dapat disebut konsumen puas.

Indikator kepuasan konsumen dalam penelitian menggunakan konsep dari Tjiptono dan Chandra (2012), yakni:

- a. Kepuasan pelanggan keseluruhan, yaitu kepuasan pelanggan diukur berdasarkan produk.
- b. Penilaian pelanggan, yaitu pelanggan memberikan nilai terhadap produk.
- c. Konfirmasi harapan, yaitu kesesuaian atau ketidaksesuaian pelanggan antara harapan dan kinerja aktual produk.
- d. Minat pembelian ulang, yaitu perilaku konsumen dalam berbelanja dan menggunakan produk kembali.
- e. Kesiapan untuk merekomendasi, yaitu keinginan pelanggan untuk memberikan rekomendasi produk kepada teman atau keluarga.

Tabel 3.1
Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Kisi-kisi
Citra Merek (X)	Atribut	Sego Njamoer memiliki konsep unik
		Sego Njamoer mempunyai nama yang mudah untuk diingat
		Logo Sego Njamoer mempunyai ciri khas yang mudah dikenali
	Manfaat	Produk Sego Njamoer merupakan representasi gaya hidup sehat
		Produk Sego Njamoer memiliki nilai praktis

		Sego Njamoer mempunyai manfaat untuk kesehatan
	Evaluasi Keseluruhan	Puas dengan manfaat yang diberikan

Lanjutan Tabel 3.1

Persepsi Harga (X2)	Kesesuaian	Harga yang ditawarkan sesuai persepsi
	Harga sesuai harapan	Harga yang ditawarkan sesuai dengan harapan
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan pelanggan keseluruhan	Sego Njamoer sesuai dengan harapan
	Penilaian pelanggan	Sego Njamoer memiliki “Jamur” dalam setiap sajiannya
	Konfirmasi harapan	Produk Sego Njamoer sesuai dengan apa yang di ekspektasikan konsumen
	Minat pembelian ulang	Bersedia membeli lagi di waktu mendatang
	Kesediaan untuk merekomendasi	Bersedia merekomendasikan kepada orang lain

Pengukuran Variabel

Pengukuran nilai dari angket ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan karena memiliki kemudahan dalam menyusun pertanyaan, memberi skor, serta skor yang lebih tarafnya mudah dibandingkan dengan skor yang lebih rendah. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan diuji, pada setiap jawaban akan diberikan skor (Sugiyono, 2012). Di mana jawaban untuk pertanyaan diberi nilai sebagai berikut:

1. Untuk jawaban Sangat Setuju. diberi nilai 5.
2. Untuk jawaban Setuju diberi nilai 4
3. Untuk jawaban Netral diberi nilai 3.

4. Untuk jawaban Tidak Setuju diberi nilai 2.

5. Untuk jawaban Sangat Tidak Setuju diberi nilai 1.

3.2 Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Sego Njamoer Mojokerto yang sangat banyak sehingga tidak diketahui jumlah pasti populasinya.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 Responden, Berikut teknik penentuan jumlah sampel yang diambil ditentukan dengan rumus Slovin, sbb:

$$N = \frac{1}{1 + Ne^2}$$

Di mana :

N = Jumlah Populasi

e = Kesalahan penarikan sampel

Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 10%. dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$1379 : 1 + (1379 \cdot 0,10^2)$$

$$= 93,23$$

Jadi berdasarkan rumus dari Slovin, besarnya nilai sampel sebesar 93 responden.

Teknik yang digunakan pengambilan sampel adalah *Non-Probability sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama pada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2012). Pada penelitian ini orang yang kebetulan dijumpai menggunakan atau membeli Sego Njamer pada Outlet Sego Njamoer Mojokerto.

3.4 Sumber Data

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya dan mempunyai kaitan erat dengan masalah yang diteliti. Data primer diperoleh dengan memberikan daftar pernyataan (angket),

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui jurnal-jurnal yang telah dipublikasikan, buku, majalah.

Pada penelitian ini ada beberapa cara yang digunakan peneliti dalam pengumpulan data antara lain :

1. Angket merupakan teknik pengumpulan data dan informasi dengan

menjawab sebuah pilihan jawaban secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian.

2. Dokumentasi yaitu mengumpulkan dan mempelajari data dari buku-buku, tulisan ilmiah, majalah dan internet yang memiliki relevansi dengan penelitian.

3.5 Uji Instrumen

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (SUGIYONO, 2014) definisi valid adalah derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Berdasarkan pengertian diatas, maka validitas dapat ditafsirkan sebagai suatu ciri khas dari ukuran berhubungan dengan tingkat pengukuran suatu alat tes (kuesioner) dalam mengukur secara benar apa yang diharapkan peneliti guna diukur. Instrumen disebutkan valid bilamana mampu mengukur apa yang berkeinginan diukur dan diharapkan dengan tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Penelitian ini menggunakan faktor analisis melalui program SPSS.

Syarat kevalidan menurut Sugiyono (2014) yang harus dipenuhi yaitu harus memiliki kriteria sebagai berikut:

Jika $r \geq 0,30$, maka item-item pernyataan dari kuisisioner adalah valid

Jika $r \leq 0,30$, maka item-item pernyataan dari kuisisioner adalah tidak valid

Pada pengujian validitas digunakan sampel 30 responden, berikut hasil uji validitas item pernyataan:

Table 3.2
Hasil Pengujian Validitas

No Item	Variabel	R Hitung	R Kritis	Keterangan
1	Citra merek	0,475	0,3	Valid
2		0,718	0,3	Valid
3		0,876	0,3	Valid
4		0,824	0,3	Valid
5		0,825	0,3	Valid

Lanjutan tabel 3.2

6		0,861	0,3	Valid
7		0,861	0,3	Valid
8	Persepsi harga	0,951	0,3	Valid
9		0,965	0,3	Valid
10	Kepuasan konsumen	0,973	0,3	Valid
11		0,973	0,3	Valid
12		0,973	0,3	Valid
13		0,939	0,3	Valid
14		0,939	0,3	Valid
15		0,939	0,3	Valid

Sumber: data primer yang diolah tahun 2018

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Menurut Ferdinand (Ferdinand, 2002), suatu scale atau instrumen pengukur data dan data yang didapatkan disebut reliabel atau terpercaya bilamana instrumen tersebut secara konsisten menimbulkan hasil yang sama masing-masing kali dilaksanakan pengukuran. Adapun teknik yang

dipakai untuk menguji reliabilitas kuisioner dalam riset ini ialah menggunakan rumus koefisien Cronbach Alpha, yaitu:

Apabila koefisien *Cronbach Alpha* > taraf 0,6 maka kuisioner tersebut reliabel.

Apabila koefisien *Cronbach Alpha* < taraf 0,6 maka kuisioner tersebut tidak reliabel.

Table 3.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	R hitung	R Kritis	Keterangan
Citra Merek	0,877	0,6	Reliabel
Persepsi harga	0,905	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,975	0,6	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah tahun 2018

3.6 Uji Asumsi Klasik

3.6.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi, variabel independen, Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan mengamati grafik Normal Probabiliti Plot yang dihasilkan melalui perhitungan SPSS dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika grafik tersebut menunjukkan titik-titik yang menyebar disekitar garis lurus harus diagonal dan mengikuti arah garis tersebut, maka model regresi mempunyai distribusi dan normal.

2. Jika grafik tersebut menunjukkan titik-titik yang menyebar jauh dari garis lurus diagonal dan tidak mengikuti arah garis tersebut, maka model regresi mempunyai distribusi data tidak normal.

3.6.2 Uji Multikolinieritas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi atau hubungan diantara variabel independen. Untuk mendeteksi terdapat atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi ialah dengan menyaksikan nilai tolerance atau toleransi dan lawannya VIF (*variance inflation factor*). Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan $VIF < 10$, maka tidak terjadi multikolineas, Berikut rumus yang dipakai dalam penelitian ini:

$$VIF = 1 / tolerance \text{ atau Toleransi} = 1 / VIF.$$

3.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan guna menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance atau variansi dari residual antar pengamatan. Jika variansi dari residual satu pemantauan ke pemantauan lainnya tetap maka bisa disebut Homoskedastisitas, yaitu dengan menyaksikan grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (terikat) yakni ZPRED dengan residualnya SRESID, andai tidak ada pola yang jelas dan juga titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka "0" pada sumbu "Y", maka bisa disebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan guna menguji apakah dalam model regresi linier terdapat hubungan atau korelasi antar kekeliruan pengganggu pada periode “t” dengan kekeliruan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya untuk mendeteksi autokorelasi ini dapat dilakukan dengan uji *Durbin-Waston* (DW test), jika nilai DW 1,55-2,46 maka dapat disebut tidak ada autokorelasi, berikut rumus yang dipakai pada penelitian ini:

$$D-W = \frac{\sum(e_t - e_{t-1})^2}{\sum e_t^2}$$

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2012) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Analisa deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut (Sudjana, 2005) :

$$\frac{\text{Nilai Skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Rentang interval skor yaitu 0,8, artinya kriteria kategori jawaban responden dengan rentan nilai 0,8 maka ditentukan skala intervalnya dengan cara 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 |

3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis Regresi Linier Berganda yaitu (SUGIYONO, 2014);

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y	= keputusan Pembelian
α	= Koefisien Konstanta
$b_1b_2 \dots$	= Koefisien Regresi
x_1	= Citra Merek
x_2	= Persepsi Harga
e	= <i>Error</i>

3.8 Uji Hipotesis

Uji t

Uji signifikan parameter individual (uji t) digunakan guna menguji signifikansi konstanta dari masing-masing variabel independen, apakah kualitas produk (X1), dan kualitas layanan (X2) benar – benar dominan secara parsial (terpisah/individu) terhadap variabel dependennya yakni kepuasan pelanggan (Y).

Berikut rumus uji t menurut sugiyono (SUGIYONO, 2014):

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

Di mana:

t : Nilai uji t

r : Koefisien korelasi *pearson*

r^2 : Koefisien determinasi

n : Jumlah sampel

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 ditentukan

sebagai berikut:

1. $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima

2. $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak

3.9 Koefisien Determinasi

Nilai Koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti keterampilan variabel-variabel bebas (pelatihan kerja dan kompetensi) dalam menyatakan variasi variabel terbelenggu (produktifitas) amat terbatas. Begitu pula sebaliknya, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan nyaris semua informasi yang diperlukan untuk menebak variasi variabel terikat.