

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono(2003) Penelitian diskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau pengaruh dengan variabel yang lain. Sedangkan pendekatan kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan(sugiyono, 2003). Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang terbiasa membeli Mie Sedaap. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 95 responden. Metode pengumpulan data dengan cara penyebaran kuisioner. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis fator dengan bantuan *SPSS For Windows*.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang terbiasa membeli mie Sedaap.

3.2.2 Sampel

Dikarenakan jumlah populasi yang tidak dapat diketahui ,Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling* yaitu *Purposive Sampling*. Adapun maksud dari

teknik sampling ini adalah peneliti memilih responden dengan cara peneliti mendatangi tempat perbelanjaan ,kemudian memilih responden yang memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Konsumen yang memilih merek mie Sedaap diantara merek mie instan lainnya.
2. Berdomisili di Jombang
3. Umur Diatas 18 tahun

Menurut Malhotra dalam Haeruma(2009), untuk memperoleh hal yang baik dalam suatu analisis faktor, banyaknya responden yang diambil adalah sebanyak lima kali dalam faktor atau variabel yang dimuat dalam kuisisioner. Penelitian ini terdiri dari 19 faktor, $19 \times 5 = 95$ maka responden dalam penelitian ini adalah 95.

3.4 Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data

3.4.1 Sumber Data

3.4.1.1 Data Primer

Dataprimer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui kuisisioner yang dibagikan kepada responden mengenai perilaku *habitual buying* konsumen pada mie Sedaap.

Adapun skala yang digunakan untuk mengukur hasil kuisisioner responden adalah skala Likert.

No	Jenis Jawaban	Bobot
1.	SS = Sangat Setuju	5
2.	S = Setuju	4
3.	R = Ragu	3
4.	TS = Tidak Setuju	2
5.	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Tabel 3.2
Model Skala Likert
Sumber : Fredy Rangkuti (2003)

3.4.1.2 Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang sudah tersedia ,seperti dari buku , internet, jurnal ilmiah, laporan penelitian, skripsi tesis, dan media massa.

3.4.2 Teknik Pengambilan Data

Menurut Sugiyono (2013) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan datanya adalah melakukan penyebaran kuisisioner.Kuisisioner adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden(konsumen) berkaitan dengan faktor-faktor perilaku *habitual buying* pada produk mie Sedaap.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mengetahui karakteristik dan tanggapan responden terhadap item-item pertanyaan pada kuesioner. Pada teknik analisis ini seluruh variabel yang diteliti dideskripsikan dengan menggunakan dengan skala pengukuran satu sampai lima, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut (Sudjana,2005):

$$\begin{aligned} \text{Rentang skor} &= \frac{\text{Nilai} - N}{Jv \quad nk} \quad n \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Sehingga Interpretasi skor sebagai berikut :

- 1) 1,0 – 1,8 = Buruk sekali
- 2) >1,8 – 2,6 = Buruk
- 3) >2,6 – 3,4 = Cukup
- 4) >3,4 – 4,2 = Baik
- 5) >4,2 – 5,0 = Sangat Baik

3.5.2 Analisis Faktor

Hasil tabulasi jawaban responden selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis faktor dengan bantuan SPSS. Analisis faktor merupakan model analisis dimana tidak terdapat variabel bebas dan tergantung, analisis faktor tidak mengklasifikasi variabel ke dalam kategori variabel bebas dan tergantung melainkan mencari hubungan interdependensi antar variabel agar dapat mengidentifikasi dimensi-dimensi atau faktor-faktor yang menyusunnya (Herdy, 2011). Kegunaan utama analisis faktor ialah melakukan pengurangan data atau dengan kata lain melakukan peringkasan sejumlah variabel yang akan menjadi kecil jumlahnya. Pengurangan dilakukan dengan melihat interdependensi beberapa variabel yang dapat dijadikan satu yang disebut faktor. Sehingga ditemukan variabel-variabel atau faktor-faktor yang dominan atau penting untuk dianalisis lebih lanjut. Singgih Santoso (2004) mengatakan Analisis faktor adalah serangkaian prosedur yang digunakan untuk mengurangi dan meringkas data tanpa kehilangan informasi penting dengan tahapan sebagai berikut :

a. Merumuskan Masalah

Dalam hal ini tujuan penggunaan analisis faktor harus di rumuskan. Melalui analisis faktor akan dapat diketahui faktor-faktor perilaku habitual buying konsumen pada produk mie Sedaap.

Variabel-variabel dan data yang diperoleh dianalisis dengan rumusan sebagai berikut :

$$X_i = A_{i1} F_1 + A_{i2} F_2 + A_{i3} F_3 + A_{i4} F_4 + \dots + A_{im} F_m + V_i U_i$$

Dimana :

X_i = variabel terstandar ke-I

A_{il} = koefisien regresi dari variabel ke I pada factor umum (*common factor*) I

V_i = koefisien standart regresi dari variabel I pada faktor khusus

F = Faktor Umum

U_i = Variabel khusus untuk variabel ke i

M = Jumlah common factor

Faktor khusus dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$F_i = W_{i1} X_1 + W_{i2} X_2 + W_{i3} X_3 + \dots + W_{ik} X_k$$

Dimana:

F_i = Faktor ke I estimasi

W_i = Bobot faktor atau skor koefisien faktor X

K = Jumlah variable

b. Membuat Matriks Korelasi

Untuk menguji ketepatan model analisis faktor, maka dapat digunakan *Barlett's Test of Sphericity* yang dipakai untuk menguji bahwa variabel-variabel dalam sampel berkorelasi. Statistik lain yang digunakan adalah pengukuran kelayakan sampel *kaiser Meyer-Olkin* (KMO). Menurut Singgih Santoso dan Tjiptono (2004) Analisis faktor dianggap layak apabila besaran KMO minimal 0,5. Besaran lain yang dilihat adalah nilai *Measure of Sampling Adequacy* (MSA). Besaran

ini digunakan untuk mengukur derajat korelasi antar variabel dengan kriteria $MSA > 0,5$.

c. Menentukan jumlah faktor

Variabel disusun kembali berdasarkan korelasi hasil langkah butir b untuk menentukan jumlah faktor yang diperlukan untuk mewakili data. Untuk menentukan berapa faktor yang dapat diterima dapat dilihat melalui besarnya *Eigenva Value* setiap faktor yang muncul. Semakin besar *eigent value* setiap faktor semakin representatif faktor tersebut untuk mewakili sekelompok variabel. Singgih Santoso dan Tjiptono (2004) mengatakan Faktor- faktor inti yang dipilih adalah faktor yang mempunyai *eigen value* sama dengan atau lebih dari 1.

d. Rotasi Faktor

Hasil penyederhanan faktor dalam matrik faktor memperlihatkan hubungan anatar faktor dengan variabel individu, tetapi dalam faktor-faktor tersebut terdapat banyak variabel yang berkorelasi sehingga sulit diinterpretasikan. Dengan menggunakan rotasi faktor matrik, matrik faktor ditransformasikan ke dalam matrik yang lebih sederhana sehingga mudah untuk diinterpretasikan.

e. Interpretasi Faktor

Interpretasi Faktor dapat dilakukan dengan mengelompokkan variabel yang mempunyai faktor *loading* tinggi kedalam faktor tersebut. Singgih Santoso dan Tjiptono (2004) mengatakan Untuk menginterpretasikan hasil penelitian ini, faktor *loading* minimal 05. Variabel yang mempunyai faktor *loading* kurang dari 0,5 dikeluarkan dari model.