

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat dimana peneliti akan memperoleh atau mencari suatu data yang berasal dari responden yang akan diteliti oleh penulis. Lokasi penelitian ini adalah di Tempat Makan Bakso Kikil Siberut Indah Ponorogo, alasan memilih tempat itu karena banyaknya konsumen yang mengkonsumsi produk minuman “Teh Botol Sosro”.

1.2 Populasi dan Sampel

1.2.1 Populasi

Populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang membentuk peristiwa, hal atau orang yang membentuk karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian (Ferdinand, 2006). Populasi dari penelitian ini adalah konsumen tempat makan Bakso Kikil Siberut Indah Ponorogo yang mengkonsumsi minuman Teh Botol Sosro.

1.2.2 Sampel

Sampel adalah subyek dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2006). Subyek ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* yaitu peneliti memilih sampel purposive secara subyektif (Ferdinand, 2006). Pemilihan sampel bertujuan dilakukan karena mungkin saja peneliti telah memahami informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh dari satu kelompok sasaran tertentu yang mampu memberikan informasi yang dikehendaki karena memang mereka memiliki informasi seperti itu dan mereka memenuhi kriteria yang dilakukan oleh peneliti. Calon responden harus memiliki kriteria tertentu yaitu, responden yang dipilih merupakan konsumen tempat makan Bakso Kikil Siberut Indah Ponorogo yang melakukan pembelian Teh Botol Sosro.

Dalam penelitian multivariate penentuan jumlah minimal sampel dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut (Ferdinand, 2006) :

$$\begin{aligned}n &= (25 \times \text{variabel independen}) \\ &= 25 \times 3 \text{ variabel independen} \\ &= 75 \text{ sampel}\end{aligned}$$

Dari perhitungan tersebut ditentukan 75 responden sebagai sampel penelitian.

Alasan mengapa peneliti menggunakan rumus diatas adalah karena peneliti menganggap populasi yang dituju terlalu besar dan dengan jumlah berubah-ubah.

1.3 Metode Pengambilan Data

1.3.1 Penelitian kepustakaan (library research) yaitu penulis membaca referensi-referensi yang relevan dengan masalah yang diteliti.

1.3.2 Penelitian Lapangan (field research) yaitu penulis mengadakan penelitian langsung ke obyek sasaran peneliti. Adapun untuk memperoleh data-data lapangan, ditempuh teknik-teknik sebagai berikut:

a. Interview

Interview adalah teknik pengumpulan data dengan jalan mengadakan wawancara dengan pihak pemilik tempat makan dan konsumen atau responden tentang masalah yang akan dibahas di dalam penelitian ini.

b. Kuisisioner

Kuisisioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang didalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang sudah ada.

Kuisisioner juga dapat diartikan daftar pertanyaan yang diberikan atau diajukan ke responden untuk memperoleh jawaban. Responden diminta untuk menjawab pertanyaan yang sudah disediakan didalam kuisisioner.

Pertanyaan dibuat dalam bentuk angket dengan menggunakan skala 1 – 5 yang masing- masing mewakili pendapat para responden. Adapun isi skala tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Skor 5 : Sangat Setuju
- b. Skor 4 : Setuju
- c. Skor 3 : Netral
- d. Skor 2 : Tidak Setuju
- e. Skor 1 : Sangat Tidak Setuju

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Tempat Makan Bakso Kikil Siberut Indah Ponorogo yang telah memutuskan untuk melakukan pembelian teh siap minum dalam kemasan merk Teh Botol Sosro.

1.3.3 Jenis Data yang Diperlukan

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer

Menurut Marzuki (2005) data primer yaitu data yang berasal langsung dari responden. Data responden sangat diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keputusan pembelian konsumen terhadap produk Teh Botol Sosro yang dilihat dari harga, kualitas produk dan promosi. Dalam hal ini data diperoleh secara langsung dengan membagi kuesioner atau daftar pertanyaan kepada konsumen.

2. Data sekunder

Menurut Marzuki (2005) data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dalam penelitian yang sifatnya melengkapi atau mendukung data primer, melalui buku-buku, literatur dan sumber lainnya.

1.4 Definisi Operasional Variabel

1.4.1 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel menurut (Sugiyono, 2001) merupakan suatu definisi yang akan diberikan pada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Pengertian operasional variabel ini kemudian diuraikan menjadi indikator empiris yang meliputi :

1.4.1.1 Variabel Terikat

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independent (bebas). Variabel ini disimbolkan huruf (Y). Berikut ini adalah variabel terikat yang akan diteliti.

1. Keputusan Pembelian (Y)

Sebelum memutuskan untuk membeli atau menggunakan suatu produk maka konsumen harus mengenali produknya dan mencari informasi tentang apa yang akan dibeli setelah mengadakan evaluasi dan sebagainya langkah selanjutnya adalah memutuskan

pembelian. Tolak ukur dalam penelitian ini adalah indikator yang terdapat keputusan pembelian tersebut. Dengan tujuan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini mendapat jawaban sebagaimana harapan yang diinginkan.

Indikator tentang keputusan pembelian adalah sebagai berikut :

- a. Melakukan pembelian ulang
- b. Perbandingan dengan merk lain
- c. Keputusan paling utama.

1.4.1.2 Variabel bebas

Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependent (Terikat). Sehingga variabel independent dapat dikatakan sebagai variabel yang mempengaruhi. Variabel ini disimbolkan dengan huruf (X). Berikut adalah variabel bebas yang akan digunakan dalam penelitian ini :

1. Harga (X1)

Harga adalah nilai dari barang beserta fasilitas yang dilengkapinya. Harga yang dimaksud disini adalah merupakan nilai yang harus dikeluarkan konsumen untuk memperoleh produk. Harga menunjukkan jumlah yang dikeluarkan oleh seseorang dalam memberi nilai terhadap suatu barang ataupun jasa. Pengukuran yang dilakukan dalam kesempatan penelitian ini adalah dengan jalan melakukan penggalian dengan mendasar pada indikator dari variabel

harga tersebut. Dengan tujuan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini mendapat jawaban sebagaimana harapan yang diinginkan.

Indikator tentang harga dalam hal ini adalah :

- a. Harga yang terjangkau
- b. Perbandingan harga dengan merk lain
- c. Kesesuaian harga dengan kualitas.

2. Kualitas Produk (X2)

Kualitas produk adalah merupakan suatu kondisi dinamik yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Ukuran yang digunakan adalah muatan indikator yang terdapat dalam kualitas produk tersebut. Dengan tujuan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini mendapat jawaban sebagaimana harapan yang diinginkan.

Indikator tentang kualitas produk dalam hal ini adalah :

- a. Kualitas rasa dan aroma
- b. Perbandingan kualitas dengan merk lain
- c. Kualitas memenuhi selera masyarakat.

3. Promosi (X3)

Promosi dalam kegiatan ini merupakan kegiatan mengkombinasikan informasi dari penjual kepada pembeli atau

pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Pengukuran yang digunakan adalah muatan indikator yang terdapat dalam promosi tersebut dan tujuan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini mendapatkan jawaban sebagaimana harapan yang diinginkan.

Indikator tentang promosi dalam hal ini adalah :

- a. Perbandingan promosi dengan merk lain
- b. Promosi media elektronik
- c. Tergetar melakukan pembelian.

3.5 Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dari kuisisioner tersebut akan dianalisis sebaik mungkin menggunakan berbagai metode agar bermanfaat untuk pertimbangan pengambilan keputusan.

3.5.1 Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif adalah suatu metode untuk menganalisis dan mengolah data yang diperoleh dari hasil kuisisioner, kemudian akan dianalisis menggunakan metode statistik agar hasilnya valid dan reliabel. Di dalam penelitian ini data yang diperoleh dari jawaban responden berupa kuisisioner selanjutnya akan diolah menggunakan SPSS untuk menguji validitas dan reliabilitas.

3.5.1.1 Uji Validitas

Menurut Suharsini Arikunto (2006:168) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kestabilan sesuatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa uji validitas adalah suatu alat untuk mengukur akan kebenaran instrumen yang digunakan dalam penelitian. Dalam mengetahui sebuah tes dikatakan memiliki validitas adalah memiliki kesejajaran hasil tes tersebut dengan kriterium maka teknik yang digunakan adalah korelasi product moment yaitu : (Suharsini Arikunto, 2006:170)

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan rumus :

r_{xy} = Korelasi product moment pearson item dengan nilai sikap

Y = Total nilai sikap per subyek

X = Total nilai keseluruhan subyek per item

N = Jumlah subyek

Dalam analisis uji validitas hasil ukur tes akan mempunyai makna apabila nilai hasil ukurnya positif dan nilai r hitung lebih besar

dari r tabel (pada taraf signifikansi 5%) dapat dikatakan bahwa hasil uji tersebut dinyatakan valid.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas keterandalan ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Diketahui bahwa perhitungan uji reliabilitas harus dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dilakukan dengan tes-retes (*stability*), *equivalent*, dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu (Sugiyono, 2009:183).

Rumus yang digunakan adalah : (Sugiyono, 2009:186)

$$r_1 = \frac{(2r_b)}{1 + r_b}$$

Keterangan rumus :

r_1 = Reliabilitas internal seluruh instrumen

r_b = Korelasi product momen

Untuk mengetahui besar r_b dapat dilakukan perhitungan sebagai berikut : (Sugiyono, 2009:248)

$$r_b = \frac{\sum XY}{\sqrt{(\sum X^2)(\sum Y^2)}}$$

Suatu data instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel menurut (Ghozali, 2006 : 133) apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60.

3.5.1.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam pembahasan analisis data digunakan analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hal itu didasarkan pada hasil penggalan data penelitian yang disebarkan kepada responden melalui angket penelitian. Rumus yang digunakan adalah : (Sugiyono, 2009:112).

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

Keterangan rumus :

Y	=	Keputusan Pembelian
a	=	Konstanta
b_{123}	=	Koefisien Regresi
X_1	=	Harga
X_2	=	Kualitas Produk
X_3	=	Promosi
e	=	Standart Error

Untuk menemukan besarnya nilai koefisien regresi dapat dilakukan langkah perhitungan sebagai berikut :

$$\sum X_1 Y = b_1 \sum X_1^2 + b_2 \sum X_1 \sum X_2 + b_3 \sum X_1 \sum X_3$$

$$\sum X_2 Y = b_1 \sum X_1 \sum X_2 + b_2 \sum X_2^2 + b_3 \sum X_2 \sum X_3$$

$$\sum X_3 Y = b_1 \sum X_1 \sum X_3 + b_2 \sum X_2 \sum X_3 + b_3 \sum X_3^2$$

Kemudian untuk melakukan perhitungan dalam penentuan besarnya nilai konstanta adalah :

$$a = Y - b_1 X_1 - b_2 X_2 - b_3 X_3$$

Dalam pembahasan perhitungan statistiknya menggunakan SPSS versus 17, SPSS adalah statistical package for the social science atau paket statistic untuk ilmu sosial.

3.5.1.4 Analisis Korelasi Berganda

Untuk mengetahui besarnya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen digunakan analisis korelasi berganda.

Rumus yang digunakan adalah : (Sugiyono, 2009:292).

$$R^2 = \frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y + b_3 \sum x_3 y}{\sum Y^2}$$

Dimana :

R^2 : Koefisien korelasi berganda

Y : Keputusan Pembelian

X_1 : Harga

X_2 : Kualitas Produk

X_3 : Promosi

b_1 : Koefisien regresi X_1

b_2 : Koefisien regresi X_2

b_3 : Koefisien regresi X_3

Hasil rumus diatas akan dapat diketahui tingkat hubungan dari variabel independen (terdiri dari variabel harga, kualitas produk dan promosi) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Hasil dari analisa ini akan menunjukkan bahwa $-1 \leq r \leq 1$, dengan batasan apabila r mendekati 1 positif hubungan sangat erat, apabila r mendekati 0, maka hubungan lemah. Apabila $r = 0$ tidak ada hubungan. Sedangkan tanda (+) dan (-) menunjukkan posisi dua arah.

3.5.1.5 Uji T (Uji Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara masing-masing variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3) terhadap variabel terikat (Y). Uji T juga dimaksudkan menguji tingkat keterkaitan masing-masing koefisien regresi, yakni uji signifikan atau tingkat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dengan menggunakan taraf signifikan 5% atau 0,05 dengan membandingkan nilai T hitung dengan T tabel dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh antara harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.
- Jika $T \text{ hitung} < T \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh antara harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.

T hitung diperoleh dengan rumus :

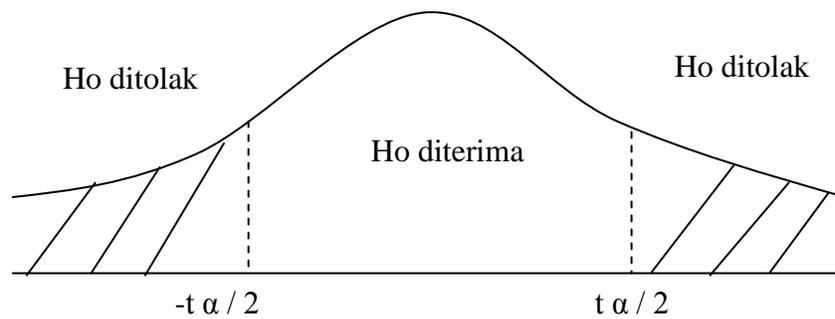
$$T \text{ test} = \frac{b}{sb}$$

Dimana :

b = Koefisien regresi

sb = Standar error dari variabel independen

Sedangkan untuk mendapatkan nilai T tabel dapat dilihat dalam tabel distribusi t dengan menentukan degree of freedom (df) : $n - k$ dan nilai α .



Gambar. 4 Uji T

3.5.1.6 Uji F (Uji Serempak)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara serempak.

Pengujian tersebut dilakukan dengan membandingkan nilai Fhitung dengan F tabel. Dengan menggunakan taraf signifikansi 5% atau 0,05 dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh antara harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh antara harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Nilai F dapat dihitung dengan rumus :

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

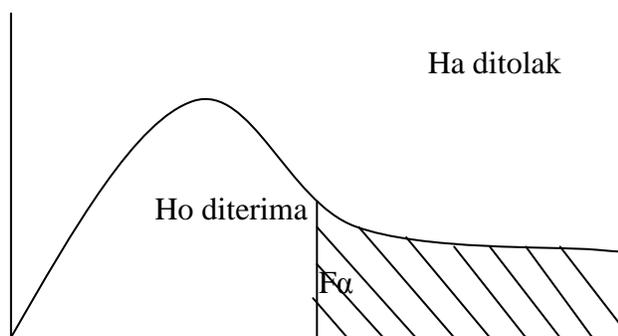
Dimana:

R^2 = Koefisien korelasi

n = Jumlah data

k = Jumlah variabel independen

Sedangkan untuk mengetahui nilai F tabel adalah menentukan degree of freedom dari nilai α . Degree of freedom adalah $k - 1$ (horizontal) dan $n - k$ (vertikal).



Gambar. 5 Uji F