

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian dapat diartikan sebagai sesuatu yang menjadi objek dalam penelitian dan faktor-faktor yang mempengaruhi dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2019) “Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan”. Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang digunakan sesuai dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bombboogie PT Kreasi Cipta Dwimanunggal Cabang Semarang”. Hal tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel Bebas (Independen Variabel)

Variabel bebas sering disebut sebagai *stimulus*, *predictor*, *antecedent*, Variabel bebas merupakan variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain (Variabel Dependen). Menurut Sugiyono (2019) “Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), dan Promosi (X3)

2. Variabel Terikat (Dependen Variabel)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat sering disebut sebagai *output*, kriteria dan konsekuen.

Menurut Sugiyono (2019) “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.2 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017) Definisi operasional merupakan penentu konstrak atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi oprasional variabel berguna untuk memahami secara lebih dalam mengenai variabel di dalam sebuah penelitian. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional

NO	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
1	Kualitas Produk	kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memergakan fungsinya, hal ini tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoprasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja (performance) 2. Fitur atau ciri-ciri tambahan (feature) 3. Resbilitas (reability) 4. Kesesuaian dengan spesifikasi (confermence to specifications) 5. Daya tahan (durability) 6. Serviceability 7. Estheticcs (estetika) 8. Kualitas yang dipersiapkan 	Fandy tjiptono (2016)
2	Citra merek	Citra merek adalah respons konsumen pada keseluruhan penawaran	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang ditawarkan 2. Reputai 	Priansa, (2017)

		yang diberikan oleh perusahaan. Citra perusahaan dapat dipahami juga sebagai sejumlah kepercayaan, dan kesan pelanggan kepada perusahaan.	perusahaan di mata pelanggan 3. Jaminan atas layanan yang berkualitas 4. Penampilan fasilitas fisik 5. Komitmen organisasi	
3	Promosi	Promosi merupakan suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat dan tujuan untuk merubah sikap, tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut.	1. Potongan Harga 2. Kualitas penyampaian pesan di media promosi 3. Hubungan Masyarakat 4. Periklanan 5. Pemasaran Langsung	Pasaribu dan Sianipar (2019)
4	Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian merupakan proses konsumen dalam menyeleksi berdasarkan pengamatan serta kebutuhan konsumen saat itu, dan menentukan pilihannya	1. Pembelian Ulang 2. Frekuensi Pembelian 3. Pencarian Informasi 4. Sesuai Kebutuhan 5. Mempunyai Manfaat	Sisca Claudya (2019)

USM

3.3 Objek Penelitian, Populasi, dan Sampel

Penelitian yang dilakukan memerlukan objek atau subjek yang diteliti sehingga permasalahan dalam penelitian dapat dipecahkan. Populasi merupakan objek yang diteliti dan dapat membantu penelitian dalam mengelola data untuk memecahkan masalah penelitian. Untuk memudahkan penelitian, peneliti menggunakan sampel dalam pengolahan datanya. Sampel merupakan elemen-elemen atau unit-unit populasi yang dijadikan sampel penelitian.

3.3.1 Obyek Penelitian

Obyek Penelitian ialah suatu Suatu atribut dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono , 2016).

Obyek yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Bombboogie yang berada di Matahari Departmen Store Semarang. Unit sampel ini adalah pengguna maupun pembeli yang berada di counter Bombboogie Matahari Department Store Paragon Semarang.

3.3.2 Populasi

Menurut Sugiyono (2017) “Populasi adalah wilayah yang terdiri atas: obyek/sunyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Populasi adalah keseluruhan dari subyek penelitian, nilai yang dihitung dan diperoleh dari populasi disebut parameter. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelanggan yang membeli maupun menggunakan produk bombboogie.

3.3.3 Sampel

Menurut sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Wiratna Sujarweni, 2015). Teknik ini dipilih karena peneliti menggunakan pertimbangan sendiri dengan cara sengaja dalam

memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi, dimana responden yang dipilih memiliki syarat atau ketentuan, yaitu :

1. Konsumen yang menggunakan atau membeli produk Bombboogie di Semarang.
2. Komsumen yang membeli produk Bombboogie di Semarang.
3. Konsumen minimal berumur 17 tahun.

Karena jumlah sampel ini adalah seluruh pengguna produk Bombboogi di semarang dan sulit untuk diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini akan menggunakan rumus Rao Purba (2006) sebagaimana tertera di bawah ini :

$$n = \frac{z^2}{4 (moe)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Tingkat keyakinan yang dalam penentuan sampel 5% = 1,96

Moe = Margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, disini ditetapkan sebesar 10%.

Dengan dasar tersebut maka dapat dilihat ukuran sampel minimal yang harus dicapai dalam penelitian ini adalah sebesar :

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,1)^2}$$

n = 96,04 => maka dibulatkan menjadi 100 sampel.

3.4 Jenis dan sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

a) Data Primer

Menurut Sugiyono (2019) data primer adalah sumber data yang langsung diberikan data kepada pengumpul data. Teknik pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dengan cara pengisian kuisioner oleh Pengguna maupun pembeli yang melakukan keputusan pembelian produk Bombboogie kepada pelanggan Bombboogie Matahari Departmen Store Paragon Semarang yang meliputi identitas responden (Nama, Usia, Jenis Kelamin, Pekerjaan dan Tanggapan responden) mengenai Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Bombboogie Cabang Semarang serta data lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

b) Data Sekunder

Menurut Sugiono (2017) data sekunder merupakan informasi yang diperoleh tidak secara langsung dari narasumber melainkan dari pihak ketiga, dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari literatur, penelitian terdahulu yang sekiranya diperoleh mendukung untuk menyusun penelitian ini.

3.5 Metode pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah (Somantri & Muhidin 2014) :

1. Observasi merupakan metode pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap objek yang diteliti. Alat pengumpulan data dalam observasi diantaranya catatan informal, skala penelitian atau pencatatan dengan alat.
2. Wawancara merupakan metode pengumpulan data dari responden (sumber data) atau dasar inisiatif pewawancara (peneliti). Alat pengumpulan data dalam wawancara berupa daftar pernyataan yang telah disusun penelitian untuk ditanyakan kepada responden dalam suatu wawancara.
3. Kuisioner yaitu pengumpulan data dan berbentuk pengajuan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab yang sudah disiapkan sebelumnya. Alat pengumpulan data dengan menggunakan skala Likert yang digunakan untuk mengukur skala perilaku juga opini Ghozali (2016). Penelitian ini memakai skala likert, dimana setiap pertanyaan atau pernyataan akan diberi nilai 1-5 untuk mendapat data yang bersifat interval sebagai berikut :

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Jawaban	Kode	Nilai
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Cukup setuju	CS	3
4	Tidak setuju	TS	2
5	Sangat tidak setuju	STS	1

3.6 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah interpretasi untuk penelitian yang dituju untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam rangka mengungkapkan fenomena sosial tertentu. Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diimplementasikan.

Teknik analisis digunakan untuk menginterpretasikan dan menganalisis data. Didalam penelitian ini memiliki 4 hipotesis yang berbeda. Untuk menjawab menjawab hipotesis menggunakan SPSS 22.0 *for windows*. Sesuai dengan model yang dikembangkan dalam penelitian ini maka alat analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut :

3.6.1 Uji Instrumen

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Untuk mengukur tingkat validitas dapat digunakan dengan cara mengkolerasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel.

Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ (n adalah jumlah sampel). Jika r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya bila r hitung $<$ r tabel (taraf sig 5%) maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid, r hitung diperoleh dari

hasil output SPSS, nilai tersebut selanjutnya dibandingkan dengan nilai r tabel (Ghozali, 2018).

Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018) uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan variabel. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pernyataan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indikator acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel (Ghozali, 2016). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila: hasil $\alpha > 0,60$ = reliabel dan hasil $\alpha < 0,60$ = tidak reliabel artinya bisa memiliki nilai *Cronbach alpha* dari 0,6.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan hipotesis, maka data yang telah diinput akan diuji terlebih dahulu dengan uji asumsi klasik untuk mengetahui apakah data tersebut memenuhi asumsi-asumsi dasar. Agar dapat regresi yang baik harus memenuhi uji-uji asumsi yang disyaratkan yaitu uji asumsi normalitas, multikolinieritas dan heterokedastisitas.

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Apabila nilai residual tidak mengikuti distribusi normal maka uji statistik menjadi tidak valid

untuk jumlah sampel kecil menurut Ghozali (2016). Dasar pengambilan uji normalitas data dalam penelitian ini yakni dengan Uji normalitas non-parametik Kolmogorov-Smirnov (K-S) merupakan salah satu cara untuk menguji normalitas residual. Uji (K-S) dilakukan dengan membuat hipotesis :

H₀: jika nilai signifikansi > 0,05 residual berdistribusi normal.

H_A: jika nilai signifikansi < 0,05 data residual berdistribusi tidak normal.

3.6.2.2 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat kolerasi diantara variabel bebas (Independen). Jika antar variabel independen saling berkolerasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal sehingga tidak bisa diuji menggunakan model regresi. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolonieritas di antara variabel independent dapat dilihat dari nilai toleran maupun *varian inflation factor* (VIF). Kriteria pengambilan keputusan menggunakan nilai toleran dan VIF tersebut menurut Ghozali (2016) adalah jika nilai toleran > 0,10 atau nilai VIF > 10 maka tidak ada multikolonieritas diantara variabel independent. Sebaliknya, jika nilai toleran < 0,10 atau VIF > 10 maka ada , multikolonieritas diantara variabel independent.

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidak samaan *variance* dari *residual* dari satu pengamat ke pengamat lain. Jika *variance* dan *residual* dari satu pengamat ke pengamat yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika

variance berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Salah satu cara mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah melihat grafik plot nilai prediksi variabel terikat (dependent) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di studentized (Ghozali, 2006). Dasar analisis tersebut adalah (Ghozali, 2006) :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik – titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik–titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.7 Teknik Analisis

3.7.1 Analisa Regresi Linier Berganda

Menurut sugiyono (2017) mengatakan analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mantabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk

menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah dilakukan.

Dalam melakukan analisis data, diperlukan data yang akurat dan dapat dipercaya sehingga nantinya dapat dipergunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis. Analisis data merupakan proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah untuk dibaca, dipahami dan diinterrestasikan. Analisi data yang dilakukan oleh peneliti dilakukan dengan bantuan program SPSS sebagai alat untuk meregresikan model yang telah dirumuskan.

Rumus regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

X1 : Kualitas produk

X2 : Citra Merek

X3 : Promosi

a : Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$: Koefisien Regresi

e : error

3.7.2 Uji Signifikan Pengaruh Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independent, apakah variabel kualitas produk (X1), Citra Merek (X2), dan

Promosi (X3) benar-benar berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependennya yaitu Keputusan Pembelian (Y). dengan keterangan sebagai berikut :

a. Taraf nyata (α) = 0,05

b. Kriteria Hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh positif antara kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian secara parsial.

H_a : ada pengaruh positif antara kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian secara parsial.

c. Asumsi

H_0 : diterima bila $t \text{ hitung sig} > \alpha = 0,05$

H_0 : ditolak bila $t \text{ hitung sig} < \alpha = 0,05$

d. Kesimpulan

Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima yang berarti tidak ada pengaruh yang positif antara variabel independent (X) (Kualitas produk, Citra merek dan Promosi) terhadap variabel dependen (Y) (keputusan pembelian).

3.7.3 Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji ketepatan model digunakan untuk menguji apakah model yang digunakan tepat untuk mengestimasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan Uji F.

Dasar angka pengambilan keputusan dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu :

- a. Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$ signifikan.
- b. Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$ tidak signifikan.

3.7.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan Ghozali (2016). Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menunjukkan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien determinasi ialah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Klasifikasi koefisien hubungan tanpa memperhatikan arah ialah sebagai berikut :

1. 0 : Tidak ada korelasi
2. 0 s.d 0,49 : Korelasi lemah
3. 0,50 : Korelasi moderat
4. 0,51 S.d 0,99 : Korelasi kuat
5. 1,00 : Korelasi sempurna

Kelemahan dari koefisien determinasi ialah bias terhadap jumlah variabel independent yang dimasukkan kedalam model. Setiap terdapat penambahan variabel independent maka R^2 pasti akan meningkat tanpa mempedulikan apakah variable tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh sebab itu, digunakan model adjusted R^2 . Model adjusted R^2 bisa naik atauturun bila terdapat suatu variabel independent yang ditambahkan kedalam model Ghozali (2016).