

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Tipe Penelitian**

Berdasarkan metode penelitian, jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian survei. Penelitian survei menurut Mamang (2010) adalah penelitian yang mengumpulkan data pada saat tertentu. Sementara menurut Mamang (2010) adalah penelitian yang tidak melakukan perubahan (tidak ada perlakuan khusus) terhadap variabel-variabel yang diteliti. Adapun tujuan dari penelitian survei adalah mengidentifikasi secara terukur keadaan sekarang untuk dibandingkan dan menentukan hubungan sesuatu yang hidup di antara kejadian spesifik. Pendekatan survei dalam penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuisioner kepada individu sebagai responden.

#### **B. Definisi Konseptual**

Definisi Konseptual dalam penelitian ini adalah:

##### **1. Kualitas Produk ( $X_1$ )**

Kualitas Produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat.

2. Iklan ( $X_2$ )

Iklan adalah segala bentuk presentasi nonpribadi dan promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar. Iklan dapat merupakan cara yang berbiaya efektif guna menyebarkan pesan, entah untuk membangun preferensi merek atau untuk mendidik orang.

3. Citra Merek( $X_3$ )

Citra Merek dapat dianggap sebagai jenis asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat suatu merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran atau citra tertentu yang dikaitkan dengan suatu merek, sama halnya ketika seseorang berpikir tentang orang lain.

4. Minat Pembelian Ulang (Y)

Perilaku dalam pembelian ulang dalam situasi sensitivitas merek yang kuat dikategorikan sebagai loyalitas, dimana konsumen cenderung pembelian ulang merek yang sama dan menganggap pilihan merek sangat penting baginya.

### C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dan atau konstruk dengan cara memberikan arti atau melakukan spesifikasi kegiatan maupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel (Mamang, 2010). Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1. Operasional Variabel**

Variabel		Definisi Variabel	Indikator	Skala
X <sub>1</sub>	Kualitas Produk	karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat.	a. Daya tahan produk dengan kondisi sekitar b. Fitur produk yang simpel/ menarik sehingga mudah digunakan c. Kehandalan produk yang sesuai dengan mutunya	Likert
X <sub>2</sub>	Iklan	segala bentuk presentasi nonpribadi dan promosi gagasan, barang, atau jasa oleh sponsor tertentu yang harus dibayar.	a. Iklan yang menarik sehingga diingat oleh konsumen. b. Konsumen mengerti kandungan pesan dalam iklan. c. sesuai dengan mutu produk	Likert
X <sub>3</sub>	Citra Merek	Citra Merek dapat dianggap sebagai jenis asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat suatu merek tertentu.	a. Mempunyai citra positif dalam benak konsumen b. memiliki ciri khas yang membedakan dari pesaing c. dikenal luas oleh masyarakat	Likert
Y	Minat Pembelian Ulang	Perilaku dalam pembelian ulang dalam situasi sensitivitas merek yang kuat dikategorikan sebagai loyalitas, dimana konsumen cenderung pembelian ulang merek yang sama dan menganggap pilihan merek sangat penting baginya.	a. Keinginan untuk membeli produk b. Rencana menggunakan produk dimasa yang akan datang dan merekomendasikan pada orang lain c. Kebutuhan untuk menggunakan produk dan melakukan pembelian ulang	Likert

Sumber: Data diolah. 2014

#### D. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Mamang, 2010). Berdasarkan data tahun 2012 Kota Bandar Lampung memiliki luas wilayah daratan 169,21 km<sup>2</sup> yang terbagi ke dalam 20 Kecamatan dan 126 Kelurahan dengan populasi penduduk 1.446.160 jiwa ([http://id.wikipedia.org/wiki/Kota\\_Bandar\\_Lampung](http://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Bandar_Lampung)). Sedangkan

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat pengguna deodoran di Kota Bandar Lampung.

Menurut Roscoe dalam Sugiyono, (2008) Secara umum, untuk penelitian korelasional jumlah sampel minimal untuk memperoleh hasil yang baik adalah 30, sedangkan dalam penelitian eksperimen jumlah sampel minimum 15 dari masing-masing kelompok dan untuk penelitian survey jumlah sampel minimum adalah 100. Karena jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian survey maka berdasarkan pendapat Roscoe tersebut, jumlah sampel yang dianalisis dalam penelitian ini minimal memenuhi pedoman penentuan sampel, yaitu 100 orang yang menjadi sampel konsumen pria pengguna Deodoran toko retail di Bandar Lampung. Peneliti juga melakukan batasan pengambilan sampel hanya pada pria yang tingkat aktifitasnya cukup produktif yaitu kisaran usia 17-30 tahun di Kota Bandar Lampung.

#### **E. Sumber Data**

Data yang diperoleh dalam penelitian ini bersumber dari: Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama (Mamang, 2010). Data primer tersebut diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti yaitu responden pria pengguna deodoran di toko *Retail* Bandar Lampung.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

1. Kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang

pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Mamang, 2010). Jenis kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah tertutup.

2. Observasi menurut Indriantoro *dalam* Mamang (2010) adalah proses pencatatan pola perilaku subyek (orang), obyek (benda), atau kegiatan yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti. Jadi, observasi dilakukan melalui penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba, dan pengecap.

### G. Skala Pengukuran

Data yang di analisis dalam penelitian ini merupakan data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuisisioner. Instrumen penelitian dibangun dari variabel-variabel penelitian dan diadaptasi dan digunakan sebagai rujukan yang memberikan gambaran kondisi empiris. Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur instrumen penelitian adalah skala Likert 5 point, mulai dari interval 1-5 atau mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju (Mamang, 2010:248).

**Tabel 3.2. Pemberian Bobot Nilai untuk Variabel Penelitian**

Jawaban	Skor Penilaian
- Sangat Setuju	5
- Setuju	4
- Cukup Setuju	3
- Tidak Setuju	2
- Sangat Tidak Setuju	1

*Sumber : Mamang (2010).*

## H. Pengujian Instrumen Penelitian

### 1. Uji Validitas Kuisisioner

Pengujian validitas kuisisioner dilakukan untuk menunjukkan apakah kuisisioner yang akan disebar kepada responden layak (valid) atau tidak disebar, dengan menggunakan rumus korelasi *ProductMoment* (Sugiono, 2009) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N \cdot \sum X - (\sum X)^2)] \cdot [(N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2)] \cdot [(N \cdot \sum X^3 - (\sum Y)^3)]}} \dots\dots\dots(1)$$

Di mana :

$r_{xy}$	=	Koefisien Korelasi
N	=	Jumlah Sampel
X	=	Variabel Kualitas Produk (X <sub>1</sub> ), Iklan (X <sub>2</sub> ), Citra merek(X <sub>3</sub> )
Y	=	Variabel Minat Pembelian Ulang (Y)

Tahapan dalam menguji validitas dengan menggunakan SPSS 17.0 *forWindowsevaluationVersion* sebagai berikut (Ghozali, 2005).

#### a. Menyusun Matriks Data Mentah

Matriks data mentah berisi nilai-nilai data asli dari kuisisioner. Matriks ini berukuran m x n (m adalah jumlah responden dan n adalah jumlah variabel).

#### b. Menyusun Hipotesis

$H_0$  = Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor

$H_1$  = Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor factor

#### c. Menentukan $r_{tabel}$

Dengan melihat table r berdasarkan nilai df dan tingkat signifikansi, maka dapat ditentukam besarnya  $r_{tabel}$ .

#### d. Mencari $r_{hitung}$

Nilai  $r_{hitung}$  untuk tiap-tiap item dapat dilihat pada kolom *correcteditem-total correlation*.

## e. Pengambilan Keputusan

- 1) Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , maka item tersebut valid.
- 2) Jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ , maka item tersebut tidak valid.

**Tabel 3.3. Uji Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	Item 1	0.518	0.279	Valid
	Item 2	0.687		
	Item 3	0.580		
	Item 4	0.671		
	Item 5	0.649		
	Item 6	0.634		
	Item 7	0.660		
	Item 8	0.554		
Iklan (X2)	Item 1	0.444	0.279	Valid
	Item 2	0.793		
	Item 3	0.695		
	Item 4	0.772		
	Item 5	0.805		
	Item 6	0.512		
	Item 7	0.698		
Citra Merek(X3)	Item 1	0.416	0.279	Valid
	Item 2	0.433		
	Item 3	0.585		
	Item 4	0.480		
	Item 5	0.531		
	Item 6	0.651		
	Item 7	0.643		
Minat Pembelian Ulang (Y)	Item 1	0.748	0.279	Valid
	Item 2	0.746		
	Item 3	0.819		
	Item 4	0.821		
	Item 5	0.749		
	Item 6	0.493		
	Item 7	0.752		

Sumber: Data Diolah, 2015

Tabel 3.3 merupakan hasil dari pre test penelitian dengan jumlah responden 50 orang. Hasil dari pre test uji validitas diatas menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner valid dengan nilai  $r_{hitung} = 0.279$  ( $n=50$ ) dengan ketentuan  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ .

## 2. Uji Reliabilitas

Pengertian reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir pertanyaan dikatakan

reliabel atau andal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten (Sunyoto, 2009). Pengukuran keandalan butir pertanyaan dengan sekali menyebarkan kuisioner pada responden, kemudian hasil skornya diukur korelasinya antar skor jawaban pada butir pertanyaan yang sama dengan bantuan program komputer SPSS, dengan fasilitas *CronbachAlpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha  $> 0,60$ .

Untuk perhitungan uji validitas dan uji reabilitas menggunakan bantuan Program Microsoft Excel dan Program Statistika SPSS v.17.0 *forWindowsEvaluationVersion*. Berikut hasil dari pre test uji reliabilitas dengan jumlah responden 50 orang.

**Tabel 3.4. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0.751	Reliabel
Iklan (X2)	0.769	
Citra Merek (X3)	0.713	
Minat Pembelian Ulang (Y)	0.779	

Sumber: Data Diolah, 2015

### I. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinearitas, dan gejala autokorelasi. Model regresi akan dapat dijadikan alat estimasi yang tidak bias jika telah memenuhi persyaratan BLUE (*BestLinearUnbiasedEstimator*) yakni tidak terdapat heteroskedastistas, tidak terdapat multikolinearitas, dan tidak terdapat autokorelasi (Sunyoto, 2009). Jika terdapat heteroskedastistas, maka varian tidak konstan sehingga dapat menyebabkan biasanya standar *error*. Jika terdapat multikolinearitas, maka akan sulit untuk mengisolasi pengaruh-pengaruh individual dari variabel, sehingga



tingkat signifikan koefisien regresi menjadi rendah. Dengan adanya autokorelasi mengakibatkan penaksir masih tetap bias dan masih tetap konsisten hanya saja menjadi tidak efisien. Oleh karena itu, uji asumsi klasik perlu dilakukan. Pengujian-pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

### **1. Uji Multikolinieritas**

Uji Multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Dikatakan tidak terjadi multikolinieritas jika koefisien korelasi antar variabel bebas lebih kecil atau sama dengan 0,60 ( $r \leq 0,60$ ) (Sunyoto, 2009:79).

### **2. Uji Heteroskedastisitas**

Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi homoskedastisitas. Persamaan yang baik adalah jika tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titiknya mempunyai pola yang teratur, baik menyempit, melebar maupun bergelombang-gelombang (Sunyoto, 2009:82).

### **3. Uji Normalitas**

Uji asumsi ini akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal

atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali (Sunyoto, 2009:84).

## **J. Teknik Analisis Data**

Setelah memperoleh data, kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial sebagai berikut:

### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah analisis yang menggambarkan secara rinci, dengan interpretasi terhadap data yang diperoleh melalui pendekatan teoritis. Dalam hal ini adalah untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan melalui pendekatan teori, kemudian dideskripsikan atau dijelaskan. Analisis statistik deskriptif dilakukan dengan mendeskriptifkan semua data seluruh variabel dalam bentuk distribusi frekuensi dan dalam bentuk tabel yang kemudian diberikan interpretasi terhadap data pada table tersebut.

### **2. Analisis Inferensial**

Analisis inferensial dilakukan melalui pengujian sebagai berikut:

#### **a. Uji Regresi Linier Berganda**

Uji regresi linier mengestimasi besarnya koefisien-koefisien yang dihasilkan dari persamaan yang bersifat linier, yang melibatkan beberapa variabel bebas, untuk digunakan sebagai alat prediksi. (Sugiyono, 2009:200).

Rumus persamaan regresi linier berganda tersebut yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \quad \dots (2)$$

Di mana :

Y = Minat Pembelian Ulang

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Iklan

X<sub>3</sub> = Citra merek

a = Intercept (Titik Potong)

b = Koefisien Regresi

#### b. Uji Hipotesis

Kemudian untuk menguji hipotesis secara parsial digunakan Uji t dengan rumus,

yaitu:

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \dots (3)$$

(Riduwan, 2004)

Ho : r = 0; Tidak ada pengaruh yang signifikan variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan X<sub>3</sub> terhadap variabel Y.

Ha : r ≠ 0; Ada pengaruh yang signifikan variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan X<sub>3</sub> terhadap variabel.

Kriteria pengujian signifikansi:

Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka signifikan, dengan kata lain tolak Ho terima Ha.

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka tidak signifikan, artinya terima Ho, tolak Ha.

Taraf signifikansi yang digunakan alfa = 00,5 atau 5%.

Adapun untuk menguji hipotesis secara keseluruhan (simultan) digunakan

Uji F:

$$F_{\text{hit}} = \frac{R^2(n-k-1)}{k(1-R^2)} \quad \dots(4)$$

Keterangan:

$F_h$  = Pengujian signifikasi koefisien regresi berganda

$R$  = Koefisien regresi berganda

$k$  = Jumlah variabel independen

$n$  = Jumlah anggota sampel

Untuk mengetahui tingkat signifikasi adalah sebagai berikut :

$H_0: R = 0$ ; Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  secara bersama-sama terhadap variabel  $Y$ .

$H_a: R \neq 0$ ; Ada pengaruh yang signifikan antara variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  secara bersama-sama terhadap variabel  $Y$ .

Kriteria pengujian signifikasi:

a. Jika  $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$ , maka signifikan, dengan kata lain tolak  $H_0$ , terima  $H_a$ .

b. Jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ , maka tidak signifikan, artinya terima  $H_0$ , tolak  $H_a$ .

Taraf signifikansi yang dipergunakan  $\alpha = 0,05$  atau 5%.