

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*. Menurut Singarimbun&Efendi (1995) *explanatory research* adalah penelitian pengujian hipotesis. Penelitian ini ditujukan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesis yang dirumuskan. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya, serta mengetahui bagaimana hubungan itu terjadi.

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

Definisi Konseptual dalam penelitian ini adalah:

1. Citra Perusahaan ( $X_1$ )

Citra perusahaan menunjukkan kesan obyek terhadap perusahaan yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber informasi terpercaya. Upaya perusahaan sebagai sumber informasi terbentuknya citra perusahaan memerlukan keberadaan secara lengkap (Mulyana,2007).

2. Citra Merek ( $X_2$ )

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 (Temporal dalam Zuhriah, 2009).

### 3. Keputusan Pembelian (Y)

Suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian (Paul&Jerry, 1996).

## C. Definisi Operasional

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

**Tabel 3.1. Operasional Variabel**

Variabel		Definisi Variabel	Indikator	Skala
X <sub>1</sub>	Citra Perusahaan	Perasaan puas atau tidaknya konsumen terjadi setelah mempunyai pengalaman dengan produk Dunkin Donuts adanya keputusan pembelian.	a. Orientasi terhadap manfaat yang telah diberikan Dunkin Donuts b. Manfaat yang ditampilkan melalui kualitas Dunkin Donuts c. Penilaian publik terhadap dunkin donuts. d. Tanggapan publik pada Dunkin Donuts e. Keseriusannya dalam tanggung jawab sosial	Likert
X <sub>2</sub>	Citra Merek	Citra merek dapat dianggap sebagai jenis asosiasi yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat merek dunkin donuts.	a. Mempunyai citra positif dalam benak konsumen b. memiliki ciri khas yang membedakan dari pesaing c. dikenal luas oleh masyarakat	Likert
Y	Keputusan Pembelian	Suatu proses penyelesaian masalah	a. Pemilihan Produk b. Kepercayaan terhadap	Likert

		yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian dunkin donuts.	suatu produk c. Gaya Hidup d. Rekomendasi dari kerabat terdekat	
--	--	--	---	--

*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&Sopiah, 2010). Populasi dalam peniliat ini adalah seluruh masyarakat di Bandar Lampung.

Adapun sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi nya itu sendiri (Mamang&Sopiah, 2010). Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Roscoe (*dalam* Sugiyono, 2009) memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini :

- 1) Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- 2) Bila sampel dibagi dalam kategori (misal : pria-wanita, pegawai negeri – swasta, dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- 3) Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel

minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (Independent + Dependent), maka jumlah anggota sampel =  $10 \times 5 = 50$

- 4) Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan poin ketiga dari saran tersebut, sebagai acuan penentuan sampel. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini  $20 \times 3$  variabel = 60 sampel pelanggan Dunkin Donuts 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&Sopiah, 2010). Data primer tersebut diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti yaitu responden yang pernah membeli Dunkin Donuts di Bandar Lampung.

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

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

1. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Mamang&Sopiah, 2010). Jenis kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah tertutup.

2. Observasi menurut Indriantoro *dalam* Mamang&Sopiah (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 kuisioner. 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&Sopiah, 2010:248).

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

<b>Jawaban</b>	<b>Skor Penilaian</b>
- 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 Kuisioner**

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

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

Di mana :

- $r_{xy}$  = Koefisien Korelasi
- N = Jumlah Sampel
- X = Variabel Citra Perusahaan ( $X_1$ ), Citra Merek ( $X_2$ )
- Y = Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Tahapan dalam menguji validitas dengan menggunakan SPSS 16.0 *for Windows evaluation Version* sebagai berikut (Ghozali, 2005).

a. Menyusun Matriks Data Mentah

Matriks data mentah berisi nilai-nilai data asli dari kuisisioner. Matriks ini berukuran  $m \times n$  ( $m$  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 faktor

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 *corrected item-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.

## **2. Uji Reliabilitas**

Pengertian reliabilitas sebenarnya adalah untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2005). 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 *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach  $\alpha > 0,60$ .

Untuk perhitungan uji validitas dan uji reabilitas menggunakan bantuan Program Statistika SPSS v.17.0 for Windows Evaluation Version.

### **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 (*Best Linear Unbiased Estimator*) yakni tidak terdapat heteroskedastisitas, tidak terdapat multikolinearitas, dan tidak terdapat autokorelasi (Ghozali, 2005). Jika terdapat heteroskedastisitas, maka varian tidak konstan sehingga dapat menyebabkan biasnya 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 (Ghozali, 2005) :

### **1. 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.

### **2. Uji Multikolinieritas**

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

### **3. 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.

## **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 *table* 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).

Rumus persamaan regresi linier berganda tersebut yaitu sebagai berikut:

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

Di mana :

Y = Keputusan Pembelian

- X<sub>1</sub> = Citra Perusahaan
- X<sub>2</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:

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

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

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

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:

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

Keterangan:

- $F_h$  = Pengujian signifikansi koefisien regresi berganda  
 $R$  = Koefisien regresi berganda  
 $k$  = Jumlah variabel independen  
 $n$  = Jumlah anggota sampel

Untuk mengetahui tingkat signifikansi adalah sebagai berikut :

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

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

Kriteria pengujian signifikansi:

- a. Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka signifikan, dengan kata lain tolak  $H_0$ , terima  $H_a$ .
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka tidak signifikan, artinya terima  $H_0$ , tolak  $H_a$ .

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