

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian *explanatory* atau penelitian tingkat penjelasan. Menurut Sugiyono (2010), metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain. Berdasarkan jenis penelitian tingkat penjelasan, maka tipe penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Pada akhirnya hasil penelitian ini menjelaskan hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Pada penelitian ini penulis berusaha menjelaskan hubungan antar variabel negara asal produk (X1), citra merek (X2), pengetahuan produk (X3), dan persepsi kualitas (Y).

3.2 Definisi konseptual

1. Negara asal produk

Negara asal produk adalah negara asal perusahaan atau negara dimana nama merek berasal atau dikenal dengan istilah "*made in*" (Yassin, 2007)

2. Citra merek

Citra merek adalah jenis asosiasi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat suatu merek tertentu (Shimp, 2003)

3. Pengetahuan produk

Pengetahuan produk adalah konsumen memiliki persepsi terhadap produk tertentu, termasuk pengalaman sebelumnya menggunakan produk (Nan-Hong Lin, 2007)

4. Persepsi kualitas

Persepsi terhadap kualitas yang positif dapat dibangun melalui upaya identifikasi dimensi kualitas yang dianggap penting oleh pelanggan, dan membangun persepsi terhadap kualitas pada dimensi penting merek tersebut (Robbins, 2008)

3.3 Operasionalisasi Variabel

Guna mendapatkan data yang relevan dengan hipotesis penelitian, maka dilakukan pengukuran terhadap variabel-variabel yang telah didefinisikan secara konseptual. Pengukuran tersebut dapat dilakukan setelah dibuat definisi variabel secara operasional. Definisi operasional merupakan suatu definisi yang menunjukkan bagaimana suatu variabel diukur atau prosedur yang dilakukan dalam suatu penelitian.

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah bersumber pada dua variabel yaitu negara asal produk, citra merek dan pengetahuan produk sebagai variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) dan persepsi kualitas sebagai variabel dependen (Y). Secara rinci operasionalisasi variabel dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Negara Asal Produk	Merupakan Negara asal suatu merek produk atau Negara dimana kantor pusat perusahaan pemilik merek produk tersebut berlokasi	a. Kepercayaan terhadap suatu Negara b. Citra Negara c. Informasi suatu negara
2.	Citra Merek	Pandangan konsumen terhadap suatu produk/ nilai yang diberikan konsumen terhadap produk	a. Dikenalnya sebuah merek b. Reputasi atau status yang tinggi terhadap merek c. Hubungan emosional d. Kesetiaan konsumen
3.	Pengetahuan Produk	Informasi yang diketahui konsumen tentang produk baik melalui pengalaman atau media informasi yang lain.	a. Kesadaran produk b. Terminology produk c. Atribut atau ciri produk d. Kepercayaan terhadap produk
4.	Persepsi Kualitas	Persepsi /kesan kualitas yang dirasakan konsumen bukanlah kualitas yang sebenarnya, melainkan hal yang dirasakan selama menggunakan produk tersebut.	a. Kinerja produk b. Ciri produk c. Kesesuaian dengan spesifikasi d. Keandalan e. Ketahanan f. Pelayanan g. Hasil akhir

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian di tarik kesimpulanya (Sugiyono, 2012). Berdasarkan teori tersebut maka populasi dan penelitian ini adalah pegawai dan operator sekolah yang memiliki laptop atau *notebook* Toshiba di Kecamatan Tanjung Karang Timur, Sukarame dan Kedamaian di Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008). Berdasarkan teori tersebut maka populasi dan penelitian ini adalah pegawai yang memiliki laptop atau *notebook* Toshiba di kecamatan Sukarame, Tanjung Karang Timur, dan Kedamaian di Bandar Lampung.

Jumlah sampel ini di perkuat juga oleh teori cara menentukan sampel dalam penelitian, yaitu:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 orang.
2. Jika sampel dibagi dalam kategori (misalnya pria-wanita, pegawai negeri-pegawai swasta dan lain-lain), maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30 orang.
3. Jika di dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai 20 orang. (Roscoe dalam Sugiyono, 2011)

Berdasarkan poin ketiga yaitu jika pada penelitian akan menggunakan analisis multivariate (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti, maka sampel dalam penelitian ini adalah 15 kali variabel yang diteliti yaitu 60 responden pegawai yang memiliki laptop atau *notebook* Toshiba yang akan diambil datanya.

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari obyeknya (Tjiptono, 2001). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari pengisian kuesioner oleh pegawai yang memiliki laptop atau *notebook* Toshiba yang berada di kecamatan Tanjung Karang Timur, Sukarame dan Kedamaian di kota Bandar Lampung.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain, atau laporan historis yang telah disusun dalam arsip yang dipublikasikan atau tidak dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain (Tjiptono, 2001). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa data yang diperoleh dari data atau arsip yang dimiliki oleh perusahaan dan sumber-sumber yang terkait lainnya, seperti literatur, buku, jurnal, dan internet.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner (angket). Kuisisioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden

dengan harapan akan memberi respon atas pertanyaan yang diajukan (Sugiyono, 2012).

3.7 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiono 2008). Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dimana responden dalam menentukan jawaban dengan mengikuti pertanyaan-pertanyaan yang sebelumnya disusun melalui indikator-indikator yang ditentukan. Jawaban setiap indikator instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari nilai tertinggi sampai nilai yang terendah.

Pilihan jawaban yang bisa dipilih oleh responden dalam penelitian ini adalah:

1. Sangat tidak setuju dengan skor 1
2. Tidak setuju dengan skor 2
3. Netral dengan skor 3
4. Setuju dengan skor 4
5. Sangat setuju dengan skor 5

3.8 Teknik Pengujian Instrumen

3.8.1 Uji Validitas

Valid berarti instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2012). Validitas yang digunakan dalam penelitian ini (*content validity*)

menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang akan diukur (Ferdinand, 2006). Biasanya digunakan dengan menghitung korelasi antara setiap skor butir instrumen dengan skor total (Sugiyono, 2012). Dalam melakukan pengujian validitas, digunakan alat ukur berupa program komputer yaitu *SPSS for Windows 17*, dan jika suatu alat ukur mempunyai korelasi yang signifikan antara skor item terhadap skor totalnya maka dikatakan alat skor tersebut adalah valid (Ghozali, 2001).

Validitas dapat diketahui dengan menggunakan rumus *Product Moment Coefficient of Correlation* (Sugiyono, 2011):

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

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara X dan Y

X = Jumlah skor dari masing – masing variabel (variabel yang mempengaruhi)

Y = Skor dari sebuah variabel (skor total)

n = Banyaknya variabel sampel yang dianalisis

Selanjutnya harga yang diperoleh diinterpretasikan dengan tabel harga kritis r product moment untuk menyimpulkan bahwa data yang terkumpul valid. Pada penelitian ini, peneliti menguji validitas masing-masing item pertanyaan variabel dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur, yaitu dengan menggunakan *Coefficient Correlation Pearson* dalam SPSS. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika r hitung $>$ r tabel maka kuesioner valid
2. Jika r hitung $<$ r tabel maka kesioner tidak valid

Hasil perhitungan validitas untuk semua item pertanyaan dalam kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.2 Hasil Pengujian Validitas

No. Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0,808	0,361	Valid
2	0,790	0,361	Valid
3	0,810	0,361	Valid
4	0,770	0,361	Valid
5	0,689	0,361	Valid
6	0,675	0,361	Valid
7	0,622	0,361	Valid
8	0,808	0,361	Valid
9	0,802	0,361	Valid
10	0,724	0,361	Valid
11	0,644	0,361	Valid
12	0,634	0,361	Valid
13	0,681	0,361	Valid
14	0,723	0,361	Valid
15	0,738	0,361	Valid
16	0,618	0,361	Valid
17	0,613	0,361	Valid

Sumber: Data diolah 2015

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa semua item pertanyaan adalah valid. Hal ini dapat dilihat dari semua item pertanyaan yang memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka kuesioner valid. Karena semua item valid maka semua pertanyaan dapat digunakan dalam penyebaran kuesioner untuk pengambilan data.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan alat pengukuran konstruk atau variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau

handal jika jawaban seseorang, terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2001).

Uji reliabilitas adalah tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut. Dalam melakukan perhitungan Alpha, digunakan alat bantu program komputer yaitu SPSS for Windows 17 dengan menggunakan model Alpha. Sedangkan dalam pengambilan keputusan reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2001).

Rumus *Cronbach's Alpha* (Sugiyono, 2007):

$$r_{ii} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum ab^2}{at^2} \right) \quad \text{dan} \quad \sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n}$$

Keterangan :

- r_{ii} = reliabilitas instrumen
- k = banyak butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian butir
- σ_b^2 = varian total
- n = jumlah responden
- X = nilai skor yang dipilih

Selanjutnya indeks reliabilitas diinterpretasikan dengan menggunakan intrepresiasi r untuk menyimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan cukup atau tidak reliable. Uji reliabilitas untuk X dan Y dengan bantuan SPSS 16, didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 3.3 Hasil Pengujian Reliabilitas

No.	Variable	Alpha	Keterangan
1	Negara Asal Produk	0,722	Reliabel
2	Citra Merek	0,630	Reliabel
3	Pengetahuan Produk	0,671	Reliabel
4	Persepsi Kualitas	0,788	Reliabel

Sumber: Data diolah 2015

Hasil perhitungan yang tertera pada tabel 3.3 diatas menunjukkan bahwa data yang terkumpul adalah reliabel. Oleh karena berdasarkan uji instrumen ini sudah valid dan reliabel seluruh item pertanyaannya, maka item pertanyaan ini dapat digunakan untuk pengukuran dalam rangka pengumpulan data.

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau penyebaran data statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal (Ghozali, 2001). Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal, sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. (Ghozali, 2001)

3.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel-variabel bebas (Ghozali, 2005). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Pada penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah:

1. Mempunyai nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10
2. Mempunyai nilai *tolerance* $> 0,10$
3. Koefisien korelasi antar variabel harus lemah (di bawah 0,05) jika korelasi kuat terjadi multikolinearitas.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan kepengamatan yang lain (Ghozali, 2001). Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain

tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2001). Cara mendeteksinya adalah 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-*standarized* (Ghozali, 2001), sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali, 2001)

3.10 Teknik Analisis Data

3.10.1 Regresi Linier Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linear berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjela atau bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai-nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui (Ghozali, 2005). Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih, regresinya disebut juga regresi berganda. Oleh karena variabel independen di atas

mempunyai variabel yang lebih dari dua, maka regresi dalam penelitian ini disebut regresi berganda. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan:

- Y = Persepsi kualitas
 α = Konstanta
 X_1 = Negara asal produk
 X_2 = Citra Merek
 X_3 = Pengetahuan Produk
 β_1 = Koefisien regresi variabel negara asal produk
 β_2 = Koefisien regresi variabel citra merek
 β_3 = Koefisien regresi variabel persepsi kualitas
 e = *Standard Error*

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1 Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2005).

Tabel 3.2 pedoman interpretasi terhadap koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,7979	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2007)

Koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dihitung dengan rumus korelasi ganda tiga prediktor (Sugiyono, 2010):

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

Keterangan:

- b₁ = Koefisien regresi variabel negara asal produk
- b₂ = Koefisien regresi variabel citra merek
- b₃ = Koefisien regresi variabel pengetahuan produk
- X₁ = Negara asal produk
- X₂ = Citra merek
- X₃ = Pengetahuan produk
- y = Persepsi kualitas

3.11.2 Uji Simultan

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah negara asal produk, citra merek dan pengetahuan produk yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap persepsi kualitas.

Nilai F dapat dirumuskan (Sugiyono, 2010):

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

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Rumus dalam menentukan df1 dan df2 adalah:

$$df1 = k - 1$$

$$df2 = n - k$$

Keterangan:

k = Jumlah variabel (bebas + terikat)

n = Jumlah observasi/sampel pembentuk regresi

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H_0 : $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 = 0$, artinya variabel-variabel bebas (negara asal produk, citra merek dan pengetahuan produk) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikatnya (persepsi kualitas).

H_a : $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \neq 0$, artinya variabel-variabel bebas (negara asal produk, citra merek dan pengetahuan produk) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (persepsi kualitas).

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi.

Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya negara asal produk, citra merek dan pengetahuan produk secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel persepsi kualitas. Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya variabel interaksi negara asal produk, citra merek dan pengetahuan produk secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel persepsi kualitas (untuk tingkat signifikansi = 5 %).

2. Membandingkan nilai F hitung dengan F tabel

Apabila F tabel $>$ F hitung, maka H_0 diterima dan H_a ditolak,

Apabila F tabel $<$ F hitung, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.11.3 Uji Parsial

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh negara asal produk, citra merek dan pengetahuan produk secara simultan terhadap persepsi kualitas. Uji t dapat dihitung dengan menggunakan rumus korelasi parsial (Sugiyono, 2010), yaitu sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-n^2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r = Korelasi parsial yang ditemukan

n = Jumlah sampel

$t = t$ hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel

Rumus dalam menentukan df adalah:

$$df = n - k$$

Keterangan:

n = Banyak observasi

k = Banyaknya variabel (bebas dan terikat)

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : \beta = 0$, artinya variabel-variabel bebas (negara asal produk, citra merek dan pengetahuan produk) secara individual tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (persepsi kualitas).

$H_a : \beta \neq 0$, artinya variabel-variabel bebas (negara asal produk, citra merek dan pengetahuan produk) secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (persepsi kualitas).

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabel.

Apabila t tabel $>$ t hitung, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Apabila t tabel $<$ t hitung, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi

Apabila angka probabilitas signifikansi $>$ 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Apabila angka probabilitas signifikansi $<$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.