

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian, jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Penelitian eksplanatori adalah penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis tentang adanya hubungan variabel-variabel (sebab akibat).

Penelitian ini menganalisa tentang pengaruh kualitas produk dan citra merek, terhadap pengambilan keputusan pembelian batu Bacan di Bandar Lampung. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* adalah (X1) yaitu kualitas produk (X2) yaitu citra merek. Kemudian variabel terikat atau *dependent variable* (Y) adalah keputusan pembelian batu Bacan. Yang menjadi objek penelitian ini adalah konsumen batu Bacan yang ada di Toko Manto Silver Gemstone Bandar Lampung. Alasan memilih batu Bacan sebagai produk yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah karena ingin mengangkat batuan Indonesia agar lebih dikenal dan dicintai oleh warga Indonesia dan tidak diklaim negara asing karena batu Bacan hanya ada satu di dunia yaitu di daerah Halmahera Selatan tepatnya di Maluku Utara.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Nazir (2009:273) populasi adalah kumpulan dari ukuran–ukuran tentang sesuatu yang ingin kita buat referensi. Populasi adalah berkenaan dengan data, bukan dengan orangnya ataupun bendanya. Maka dari itu target populasi dari penelitian ini adalah konsumen batu Bacan di Toko Manto Silver Gemstone Bandar Lampung.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008). Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap dapat mewakili populasi. Agar sampel yang diambil dapat *representative* atau mewakili populasi, maka pengambilan sampelnya harus tepat.

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode *non-probability sampling* dengan teknik *Purposive Judgement Sampling* yaitu sampel yang dipilih dengan cermat sehingga relevan dengan rancangan penelitian. Teknik ini merupakan teknik pemilihan sampel berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel tersebut yang dipertimbangkan memiliki hubungan yang sangat erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya.

Teknik pemilihan sampel pada penelitian ini melihat ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel yaitu seperti konsumen yang memakai batu Bacan, kemudian konsumen membeli bahan batu Bacan ataupun konsumen membeli batu Bacan yang sudah

berbentuk batu cincin di Toko Manto Silver Gemstone Bandar Lampung. Teknik ini dipilih oleh peneliti karena peneliti juga memiliki keterbatasan dana dan waktu.

Hair (2006) menyarankan bahwa jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, minimal berjumlah lima kali variabel yang dianalisa atau indikator pertanyaan. Jumlah pertanyaan dari penelitian ini berjumlah 28, maka diperoleh hasil perhitungan ukuran sampel ditetapkan dengan cara sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Ukuran Sampel} &= 5 \times 28 \\ &= 140 \text{ sampel}\end{aligned}$$

Dengan berdasarkan uraian di atas, maka jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 140 responden yang dapat mewakili konsumen pemakai batu Bacan di Toko Manto Silver Gemstone Bandar Lampung yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

3.3 Sumber Data

Data yang dipakai dalam penelitian ini diperoleh dari sumber yang secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu :

1. Data Primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari konsumen batu Bacan yang ada di Toko Manto Silver Gemstone Bandar Lampung yang menjadi responden penelitian, melalui pengisian kuesioner.
2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung. Data ini diperoleh melalui yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh

peneliti, misalnya literatur terkait, majalah, internet, keterangan-keterangan atau publikasi lainnya. Jadi, data sekunder berasal dari tangan kedua, ketiga dan seterusnya, artinya melewati satu atau lebih pihak yang bukan peneliti sendiri.

3.4 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian *explanatory*. Menurut Singarimbun dan Effendi (2006:5) penelitian *explanatory* yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengajuan hipotesis dengan menggunakan data-data yang sama. Penelitian ini menggunakan jenis *explanatory research* karena peneliti ingin menjelaskan hubungan kausal yang terjadi antara variabel-variabel kualitas produk dan citra merek terhadap pengambilan keputusan pembelian batu Bacan dengan melakukan pengujian hipotesis yang telah diajukan sebelumnya.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

Adapun cara pengambilan data dalam penelitian ini dengan menggunakan dua macam cara, yaitu :

1. Kuisioner

Metode pengumpulan data yang dipergunakan pada penelitian ini yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis pada responden untuk menjawab.

Penelitian ini dilaksanakan untuk memperoleh data primer mengenai pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian batu Bacan di

Toko Manto Silver Bandar Lampung. Adapun cara yang digunakan adalah dengan penyebaran kuisioner kepada konsumen di Toko Manto Silver Bandar Lampung.

2. Dokumentasi

Mengumpulkan data-data sekunder dengan mempelajari dan mengumpulkan teori-teori dari berbagai literatur dan buku bacaan yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini secara garis besar di bagi menjadi dua yaitu variabel terikat (*dependent*) dan variabel bebas (*independent*). Untuk lebih memperjelas, beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel Citra Merek (X_2)

Dalam menyusun penelitian ini variabel bebas (*independent*) yang digunakan adalah citra merek yang terdiri dari sub variabel : $X_{2.1}$ Citra Pembuat (*Corporate Image*), $X_{2.2}$ Citra Pemakai (*User Image*), $X_{2.3}$ Citra Produk (*Product Image*).

2. Variabel Kualitas Produk (X_1)

Dalam menyusun penelitian ini variabel bebas (*independent*) yang digunakan adalah kualitas produk yang terdiri dari sub variabel : $X_{1.1}$ Bentuk (*Form*), $X_{1.2}$ Fitur (*Feature*), $X_{1.3}$ Penyesuaian (*Customization*), $X_{1.4}$ Kualitas Kinerja (*Performance Quality*), $X_{1.5}$ Kualitas Kesesuaian (*Conformance Quality*), $X_{1.6}$

Ketahanan (*Durability*), $X_{1,7}$ Keandalan (*Reliability*), $X_{1,8}$ Kemudahan Perbaikan (*Repairability*), $X_{1,9}$ Gaya (*Style*).

3. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel terikat (dependent) yang digunakan adalah keputusan pembelian.

Tabel 3.6 : Operasional Variabel Penelitian

Kualitas Produk batu Bacan

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Item
Kualitas Produk Philip Kotler (2002:407) definisi produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk memuaskan sebuah keinginan	1. Bentuk (<i>Form</i>),	1. Bentuk Produk	Batu Bacan secara khusus dibentuk menjadi berbentuk cembung memumpul keatas dan berukuran besar agar mendapatkan nilai jual yang tinggi.
	2. Fitur (<i>Feature</i>)	2. Tampilan Warna Produk	Batu Bacan memiliki warna yang banyak dan berkarakter berbeda dengan batu lain.
	3. Penyesuaian (<i>Customization</i>),	3. Penyesuaian harga produk	Harga batu Bacan disesuaikan dengan kualitas kekristalan masing-masing batu.
	4. Kualitas Kinerja (<i>Performance Quality</i>),	4. Tampilan produk dapat berubah	Batu Bacan mempunyai karakteristik dapat berubah dari hitam menjadi hijau (kristal)
	5. Kualitas	5. Produk terasa berminyak dan	Batu Bacan akan terasa berminyak jika dipakai manusia karena suhu tubuh

	<p>Kesesuaian (<i>Conformance Quality</i>)</p> <p>6. Gaya (<i>Style</i>)</p>	<p>menyerap senyawa</p> <p>Tampilan produk</p>	<p>manusia dan dapat menyerap senyawa dari emas apabila diikat di cincin emas dalam jangka waktu yang lama sehingga warna batu Bacan terdapat bintik-bintik emas.</p> <p>Batu Bacan yang sudah berwarna kristal membuat pelanggan merasa tertarik untuk memilikinya.</p>
	<p>7. Ketahanan (<i>Durability</i>)</p> <p>8. Keandalan (<i>Reliability</i>),</p>	<p>Kelebihan Produk</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat kekerasan batu cukup tinggi. 2. Produk mempunyai daya tahan yang kuat. 3. Produk mempunyai daya tahan terhadap cuaca. 4. Produk mempunyai nilai jual. 	<p>Batu Bacan memiliki kekerasan 7,5 skala mohs.</p> <p>Batu Bacan tahan terhadap benturan sehingga tidak cepat pecah..</p> <p>Batu Bacan tahan terhadap cuaca panas maupun dingin sehingga tidak merusak fisik dari batu tersebut.</p> <p>Batu Bacan memiliki nilai jual tinggi di pasaran sehingga konsumen tidak kecewa.</p>
	<p>9. Kemudahan Perbaikan (<i>Repairability</i>),</p>	<p>Produk mudah diperbaiki</p>	<p>Apabila batu Bacan tergores mudah diperbaiki dengan serbuk intan.</p>

Citra Merek batu Bacan

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Item
<p>Citra Merek (X)</p> <p>Citra merek sebagai seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek. Karena itu sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu merek sangat ditentukan oleh citra merek tersebut. Simamora (2004:63)</p>	(X ₁) Citra Produsen Batu Bacan	<p>1) Popularitas batu Bacan</p> <p>2) Kredibilitas batu Bacan</p> <p>3) Jaringan penjualan batu bacan</p>	<p>Batu Bacan lebih populer di banding batu akik lainnya.</p> <p>Batu Bacan digunakan menjadi aksesoris seperti cincin, liontin, dan gelang.</p> <p>Penjualan batu Bacan terdapat di banyak tempat, dalam negeri maupun luar negeri.</p>
	(X ₂) Citra Pemakai batu Bacan	<p>1) Citra bagi pemakai</p> <p>2) Gaya hidup/ kepribadian bagi pemakai</p> <p>3) Status sosial bagi pemakai</p>	<p>Pemakai batu Bacan merasa lebih percaya diri saat memakainya.</p> <p>Pemakai batu Bacan mempunyai gaya hidup yang mewah.</p> <p>Pemakai batu Bacan dari kalangan menengah keatas.</p>
	(X ₃) Citra Produk batu Bacan	<p>1) Manfaat bagi konsumen penggunaanya</p>	<p>Batu bacan membuat konsumen lebih percaya diri dalam berpenampilan.</p>

Keputusan pembelian batu Bacan

Variabel	Sub Variabel	Item
<p>Keputusan pembelian (Y)</p> <p>Definisi Keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada (Schiffman dan Kanuk, 2000 :437).</p>	<p>-Pengenalan Masalah</p> <p>Kebutuhan Konsumen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rangsangan Internal. 2. Rangsangan eksternal. <p>- Pencarian Informasi</p> <p>Dua level rangsangan</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penguatan perhatian. 2. Aktif mencari Informasi. <p>- Evaluasi Alternatif</p> <p>Proses evaluasi konsumen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen berusaha memenuhi kebutuhan 2. Konsumen memandang produk untuk memuaskan kebutuhan tersebut. 	<p>Konsumen ingin memiliki batu Bacan karena keindahan batu alam tersebut.</p> <p>Konsumen melihat lingkungan sekitar seperti orang tua, teman, saudara dan lain-lain memakai batu Bacan.</p> <p>Konsumen hanya lebih peka terhadap informasi batu Bacan.</p> <p>Konsumen mulai aktif mencari informasi tentang batu Bacan melalui bahan bacaan, media masa, mengunjungi toko batu, dan lingkungan sekitar.</p> <p>Konsumen memandang batu Bacan adalah untuk kebutuhan pribadi yang harus terpenuhi.</p> <p>Konsumen merasakan kepuasan didalam dirinya jika memiliki batu Bacan.</p>

	- Keputusan Pembelian Konsumen memutuskan untuk membeli produk	Pemakai batu Bacan dalam membeli batu tersebut tidak terlalu berpikir seberapa mahal batu tersebut karena menganggap itu adalah sebuah kebutuhan pribadi.
	-Perilaku Pasca Pembelian	Konsumen puas terhadap batu Bacan yang berkualitas karena sesuai dengan harapannya.
	-Kepuasan pasca pembelian produk.	Konsumen akan terus membeli batu Bacan dan berusaha untuk mengoleksinya.
	- Tindakan pasca pembelian produk Pemakaian produk.	Konsumen memakai batu Bacan saat di dalam rumah maupun di luar rumah sebagai aksesoris.

3.7 Skala Pengukuran

Di dalam melakukan penelitian, peneliti memberikan skala untuk mengukur variable-variabel yang akan diteliti melalui anggapan responden dengan menggunakan skala likert. “*Skala Likert*” digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2002).

Penelitian ini menggunakan skala likert jenis interval, yaitu skala yang menunjukkan nilai-nilai skala yang sama dalam karakteristik yang diukur. Skala ini memiliki unit pengukuran yang sama sehingga jarak antara satu titik dengan titik

yang lain dapat diketahui. Skor yang diberikan terhadap alternatif jawaban sebagai berikut :

1. Variabel bebas (X)

1. Jawaban sangat setuju diberi bobot 5
2. Jawaban setuju diberi bobot 4
3. Jawaban netral diberi bobot 3
4. Jawaban tidak setuju diberi bobot 2
5. Jawaban sangat tidak setuju diberi bobot 1

2. Variabel terikat (Y)

- a. Jawaban ya diberi bobot 1
- b. Jawaban tidak diberi bobot 2

3.8 Uji Instrumen Penelitian

Untuk mengetahui reliabilitas dan validitas variabel-variabel yang diteliti menggunakan teknik pengujian sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden. Instrumen yang dibuat sebelum disebarakan kepada responden yang menjadi sampel penelitian harus diuji kevalidan dan kereliabelannya melalui analisis faktor, agar daftar pertanyaan yang dibuat

tersebut benar-benar mampu menguak data sehingga mampu menjawab permasalahan hingga tujuan penelitian tercapai.

Uji validitas dimaksudkan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen mengukur konsep yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur secara tepat dan benar. Dengan mempergunakan instrumen penelitian yang memiliki validitas yang tinggi, hasil penelitian mampu menjelaskan masalah penelitian sesuai dengan keadaan atau kejadian yang sebenarnya dengan signifikansi dibawah 0,05 dan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) serta Measure of Sampling Adequacy (MSA) minimal 0.5 dinyatakan valid dan sampel bisa di analisis lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan koefisien *Croanbach's Alpa* dengan bantuan SPSS. Pengujian reliabilitas dilakukan dalam tahapan yaitu dengan membandingkan nilai pada *Croanbach's Alpa* dengan nilai pada *Croanbach's Alpa if item deleted*. Apabila ada pernyataan yang memiliki nilai *Croanbach's Alpa if item deleted* lebih besar dari pada *Croanbach's Alpa* maka pernyataan tersebut tidak reliabel dan harus dilakukan pengujian selanjutnya sehingga tidak ada pernyataan yang memiliki nilai *Croanbach's Alpa if item deleted* yang lebih besar dari *Croanbach's Alpa*.

3.9 Teknik Analisis Data

1. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan analisis dengan menggunakan pendekatan dan

rumus statistik. Dalam penelitian ini analisis kuantitatif yang digunakan adalah:

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis kuantitatif dilakukan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh variabel bebas terhadap loyalitas konsumen. Analisis kuantitatif yang digunakan yaitu regresi linear berganda dengan bantuan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Citra Merek

a = bilangan konstanta

b = koefisien regresi

e = error (variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model)

3.10 Pengujian Hipotesis

1. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen X1, X2, dan X3 secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$

Dengan kriteria pengujian :

Ho diterima dan Ha ditolak bila $F_{hitung} < F_{tabel}$

Ho ditolak dan Ha diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$

2. Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen X_1 , X_2 , dan X_3 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$

Dengan kriteria pengujian :

Ho diterima dan Ha ditolak bila $t_{hitung} < t_{tabel}$

Ho ditolak dan Ha diterima bila $t_{hitung} > t_{tabel}$

3.11 Analisis Kualitatif

Analisis dilakukan dengan cara pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif yang digunakan untuk pemecahan masalah adalah dengan menguraikan hasil kuesioner oleh para perespon.