

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Variabel penelitian dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Variabel Bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah saluran distribusi dan kelengkapan produk.
2. Variabel Terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai variabel dependen adalah citra merek.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah mendefenisikan sebuah konsep sehingga dapat diukur dengan melihat faktor dimensi perilaku, karakter atau hal-hal yang melandasi sebuah konsep.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Indikatornya

| Variabel | Definisi Variabel | Indikator | Skala |
|-------------------------|---|--|--------------|
| Saluran Distribusi (X1) | Menurut Kotler (1991) saluran distribusi adalah sekelompok perusahaan atau perseorangan yang memiliki hak pemilikan atas produk atau membantu memindahkan hak pemilikan produk atau jasa ketika akan dipindahkan dari produsen ke konsumen. | <ul style="list-style-type: none"> • Frekuensi pembelian • Kemudahan akses • Tingkatan saluran distribusi • Kecukupan jumlah | Skala Likert |
| Kelengkapan Produk (X2) | Menurut Kismono (2001) menyatakan bahwa produk dalam istilah pemasaran (<i>Marketing</i>) adalah bentuk fisik barang yang di tawarkan dengan seperangkat citra (<i>Image</i>) dan jasa (<i>service</i>) yang di gunakan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. | <ul style="list-style-type: none"> • Ketersediaan produk • Keanekaragaman produk • Kesesuaian produk • Keistimewaan produk | Skala Likert |
| Citra Merek (Y) | Kotler mendefinisikan citra merek sebagai seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek | <ul style="list-style-type: none"> • Mutu • Dapat dipercaya • Manfaat • Harga | Skala Likert |

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2010) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang memiliki kendaraan roda empat dan menggunakan produk pelumas dari PT Pertamina (Persero) yaitu pelumas Fastron di Bandar Lampung. Karena populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh masyarakat Bandar Lampung yang merupakan konsumen pelumas Fastron dan jumlahnya sangat banyak, maka dilakukan pengambilan sampel untuk penelitian ini.

3.3.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2010) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini, peneliti menghadapi kasus dimana jumlah populasi yang ada sangat banyak (sulit diketahui secara pasti), sehingga teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Non Probability Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dan dengan metode *Purposive Sampling*, yaitu pengambilan sampel yang dipilih secara cermat dengan mengambil objek penelitian yang selektif dan mempunyai ciri-ciri yang spesifik. Disarankan ukuran sampel yang sesuai berkisar antara 100-200 responden, menurut Hair (dalam Ferdinand, 2006). Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 100 sampel, yang

dirasakan sudah cukup untuk mewakili populasi. Sampel diambil di SPBU terpilih untuk mempermudah peneliti dengan kriteria, yaitu:

1. SPBU terletak di daerah kecamatan yang mudah dijangkau.
2. Sampel pada SPBU terpilih bisa mewakili populasi yang dituju.
3. SPBU memiliki tempat penjualan pelumas di dalam area SPBU.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Data Kualitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk informasi, baik secara lisan maupun tulisan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti melalui penilaian menggunakan skor dengan rumus rentang skor adalah skor tertinggi dikurangi skor terendah dibagi jumlah kelas (Umar, 2002)

$$RS = \frac{(m-n)}{b}$$

Keterangan:

RS = Rentang Skor

m = Skor tertinggi

n = Skor terendah

b = Jumlah Kelas

| Kriteria | Skor |
|----------|-------------------|
| 100-179 | Sangat tidak baik |
| 180-259 | Tidak baik |
| 260-339 | Cukup baik |
| 340-419 | Baik |
| 420-500 | Sangat baik |

2. Data Kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung, yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3.4.2 Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari responden berupa data kuesioner yang disebar. Kuesioner berisi daftar pertanyaan yang terstruktur dan materinya berhubungan dengan saluran distribusi dan kelengkapan produk serta pengaruhnya terhadap citra merek.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak langsung. Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) data sekunder yang dibutuhkan dalam penelitian ini seperti buku-buku dan literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah suatu cara pengambilan data atau informasi dalam suatu penelitian.

1. Kuesioner

Merupakan salah satu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden sehubungan dengan pengaruh

saluran distribusi dan klengkapan produk terhadap citra merek pelumas Fastron di Bandar Lampung, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan yang disusun sedemikian rupa sehingga peneliti bisa mendapatkan jawaban atas pertanyaan secara tepat. Skala dalam penelitian ini menggunakan skala Ordinal, namun dalam pengukurannya menggunakan skala Likert dengan kriteria sebagai berikut :

Tabel 3.2 Skala Pengukuran

| No. | Jawaban | Kode | Bobot |
|-----|---------------------|------|-------|
| 1. | Sangat Tidak Setuju | STS | 1 |
| 2. | Tidak Setuju | TS | 2 |
| 3. | Netral | N | 3 |
| 4. | Setuju | S | 4 |
| 5. | Sangat Setuju | SS | 5 |

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan (*Library Research*), yaitu yang dilakukan dengan membaca buku-buku yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, skripsi maupun thesis sebagai acuan penelitian terdahulu, dan dengan cara *browsing* di internet untuk mencari artikel serta jurnal-jurnal atau data yang dapat membantu hasil dari penelitian.

3.6 Analisis Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengukuran validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *coefficient corelation pearson* yaitu dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor.

3.6.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* (pengukuran sekali saja). Selain menggunakan bantuan SPSS, uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha (α) dari *Cronbach*.

3.6.3 Analisis Regresi Berganda

Sebelum dilakukan analisis regresi berganda, dilakukan analisis tabulasi silang antara jawaban responden. Tujuannya adalah untuk mendeskripsikan jawaban responden atas variabel-variabel penelitian. Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variable independen. Untuk regresi yang variabel independennya terdiri atas dua atau lebih, regresinya disebut juga dengan regresi berganda. Oleh karena variabel independen dalam penelitian

ini mempunyai lebih dari 2 variabel, maka regresi yang digunakan dalam penelitian ini disebut regresi berganda.

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). Dalam penelitian ini, analisis regresi berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh saluran distribusi dan kelengkapan produk terhadap citra merek. Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e_t$$

Keterangan:

Y = Citra Merek

a = Konstanta

X1 = Saluran Distribusi

X2 = Kelengkapan Produk

b1-b2 = Besarnya koefisien dari masing-masing variabel

e_t = *ErrorTerm*