

III. METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisa tentang pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen Supermi Seri Go dari perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* adalah (X) yaitu citra merek dan kualitas produk. Kemudian variabel terikat atau *dependent variable* (Y) adalah keputusan pembelian konsumen Supermi Seri Go. Yang menjadi objek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli atau menggunakan produk Supermi Seri Go di Kota Bandar Lampung. Alasan memilih Supermi Seri Go sebagai produk yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah karena Supermi Seri Go merupakan salah satu produk dari Indofood yang sudah terkenal dan juga bersaing ketat dengan kompetitornya.

3.2 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

citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen Supermi Seri Go dengan melakukan pengujian hipotesis yang telah diajukan sebelumnya.

3.3. Sumber Data

Data yang dipakai dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yaitu :

1. Data Primer yaitu data yang diperoleh dari penduduk kota Bandar Lampung yang menjadi responden penelitian, caranya melalui pengisian kuesioner.
2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung. Data ini diperoleh 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 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan (Nazir,2005:271). Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti tentunya adalah warga Lampung dan juga sebagai pembeli produk Supermi Seri Go di kota Bandar Lampung yang jumlahnya tidak secara pasti.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap dapat mewakili populasi. Untuk penelitian ini digunakan teknik pengambilan sampel *non*

probability sampling. Merupakan cara pengambilan sampel secara tidak acak dimana masing-masing anggota tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih anggota sampel, ada intervensi tertentu dari peneliti dan biasa peneliti menyesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan penelitiannya. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan pemilihan anggota sampel yang didasarkan atas tujuan dan pertimbangan tertentu dari peneliti. Teknik ini dilakukan karena karakteristik populasi tidak dapat diketahui dengan pasti dan konsumen diperkirakan homogen.

Hair (2006:112) menyarankan jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasi pastinya, minimal berjumlah lima kali variabel yang dianalisis atau indikator pertanyaan. Jumlah indikator pertanyaan dari penelitian ini berjumlah 13, maka diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut.

$$\begin{aligned}\text{Jumlah Sampel} &= 5 \times 13 \\ &= 65 \text{ sampel}\end{aligned}$$

Dengan berdasarkan uraian di atas, maka jumlah responden dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 sampel yang ada di Bandar Lampung.

Penentuan bobot yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan skala interval. Dengan kriteria umum penelitian untuk skor jawaban adalah :

- SS (Sangat Setuju) = skor nilai 81-100
- S (Setuju) = skor nilai 61-80
- N (Netral) = skor nilai 41-60
- TS (Tidak Setuju) = skor nilai 21-40
- STS (Sangat Tidak Setuju) = skor nilai 1-20

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan satu set pertanyaan yang tersusun secara sistematis dan standar sehingga pertanyaan yang sama dapat diajukan terhadap setiap responden. Sistematis maksudnya bahwa variabel pertanyaan disusun menurut logika sesuai dengan maksud dan tujuan pengumpulan data.

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 dalam penelitian ini di bagi menjadi dua yaitu variabel terikat (*independen*) dan variabel bebas (*dependen*). Variabel independen disebut variabel bebas. Variabel bebas disimbolkan dengan X. Variabel yang mempengaruhi timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah citra merek dan kualitas produk. Variabel dependen atau terikat disimbolkan dengan Y, Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat adalah keputusan pembelian konsumen Supermi Seri Go di kota Bandar Lampung.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Variabel bebas (X)

Variabel bebasnya adalah citra merek (X1) dan kualitas produk (X2).

2. Variabel terikat (Y) yaitu keputusan pembelian

Tabel 6 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pengukuran
Citra Merek	Persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen (Kotler ,2009).	<ul style="list-style-type: none"> - Merek terkenal - Mudah didapat - Kepercayaan merek - Informasi Jelas 	Skala Interval
Kualitas Produk	Ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuan-nya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler ,2009).	<ul style="list-style-type: none"> - Cita Rasa - Kemasan - Varian rasa - Praktis - Desain produk - Tahan Lama 	Skala Interval
Keputusan pembelian	Bagaimana konsumen dalam kenyataannya membuat pilihan mereka pada waktu membeli sesuatu.	<ul style="list-style-type: none"> - Kebutuhan konsumen akan mie instan - Konsumen mencari informasi mengenai brand produk mie instan - Konsumen membandingkan brand mie instan sejenis 	

3.7. Uji Instrumen Penelitian

Untuk mengetahui reliabilitas dan validitas variabel – variabel yang diteliti menggunakan teknik pengujian sebagai berikut.

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner.

Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006:40).

Uji validitas instrumen dilakukan dengan menguji validitas konstruk melalui penggunaan analisis faktor. Validitas konstruk menunjukkan seberapa valid hasil yang diperoleh dari penggunaan suatu pengukur atau indikator sesuai dengan konsep teori yang digunakan.

Penggunaan analisis faktor dilakukan, pertama-tama melihat nilai KMO-MSA (*Kaiser-Mayer-Olkin Measure of Sampling Adequasi*), dan nilai signifikansi *Barlett.s Test of Sphericity* kurang dari 0,05, untuk menilai atau menguji bahwa alat ukur yang digunakan memadai. Nilai MSA menurut Ghazali (2006:58) bahwa angka MSA adalah 0-1 dengan ketentuan:

- Jika $MSA = 1$ maka variabel tersebut dapat diprediksi tanpa kesalahan.
- Jika $MSA \geq 0,5$ maka variabel tersebut masih dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut.
- Jika $MSA < 0,5$ maka variabel tersebut tidak dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut sehingga harus dibuang.

Langkah analisis faktor berikutnya, adalah melihat faktor *loading* dari masing-masing item pertanyaan atau indikator. Validitas instrument dinilai berdasarkan kriteria nilai faktor *loading item* minimal 0,4 (Hair et al, 1998:648) dan Comrey dalam Jogiyanto (2007:124) menyatakan bahwa suatu indikator atau item membentuk suatu konstruk dengan valid dan benar, maka indikator atau item tersebut harus memuat skor yang tinggi atau nilai faktor *loading* memberikan nilai besar.

Beberapa kriteria alat ukur dikatakan valid menurut Comery, yaitu:

Table 7 Kriteria Validitas pada Analisis Faktor

No	Nilai Faktor <i>Loading</i>	Kriteria
1	< 0,45	Tidak Valid
2	0,45-0,55	Cukup Valid
3	0,56-0,62	Valid
4	0,63-0,71	Sangat Valid
5	> 0,71	Memuaskan atau sangat sangat valid atau validitas sangat tinggi

Sumber: Jogiyanto (2007:124)

3.7.2 Uji Reliabilitas

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, maka berikutnya alat ukur tersebut diuji reliabilitasnya. Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan dengan menggunakan rumus *alpha*(α) dimana uji reliabilitas ini bertujuan untuk menunjukkan tingkat konsistensi suatu alat ukur (kuesioner) dalam mengukur gejala yang sama. Teknik uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah tekni *Alpha Cronbach*.

Teknik uji reliabilitas ini dipilih karena skor dari kuesioner yang digunakan merupakan rentangan antara beberapa nilai (Umar, 2002:125)

Rumus Pengujian Reliabilitas Instrumen dengan teknik *Alpha Cronbach* adalah :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \alpha_b^2}{\alpha_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas Instrumen

k = Banyak butir pertanyaan

α_t^2 = Variabel total

α_b^2 = Jumlah Varians butir

Jumlah varians tiap butir diperoleh dengan menjumlahkan nilai-nilai varians tiap butir. Rumus varians adalah:

$$\alpha^2 = \frac{(\sum x)^2}{N} - \frac{\sum x^2}{N}$$

Keterangan :

n = Jumlah

X = Nilai Skor yang Dipilih

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis dengan menggunakan pendekatan atau rumus statistik. Dalam penelitian ini analisis kuantitatif yang digunakan adalah:

Analisis kuantitatif dilakukan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh variabel bebas terhadap keputusan pembelian konsumen. Metode Regresi Linear berganda dengan rumus sebagai berikut.

$$Y = f(X_1, X_2, \dots, X_n)$$

Berdasarkan tujuan penelitian, persamaan di atas dapat dimodifikasi menjadi :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e_t$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Intercept

b = koefisien regresi

X₁ = Tanggapan terhadap citra merek

X₂ = Tanggapan terhadap kualitas produk

e_t = Error term

Dengan persyaratan : Jika tidak melanggar asumsi didalam regresi tersebut, maka menggunakan uji asumsi regresi.

3.8.2 Analisis Kualitatif

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