

III. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Lokasi Penelitian

Untuk membatasi permasalahan dan penelitian maka ditetapkan jenis dan lokasi penelitian yang akan dilakukan.

3.1.1. Jenis Penelitian

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

Jadi penelitian yang dilakukan disini adalah penelitian penjelasan untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Nescafe di SMA Negeri 3 Bandar Lampung.

3.1.2. Lokasi Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Produk Nescafe pada PT. Nestle di Bandar Lampung ini dilakukan terhadap siswa SMA Negeri 3 yang ada di Bandar Lampung.

3.2. Sumber Data

3.2.1. Data Primer

Data Primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden penelitian melalui kuesioner di lapangan.

3.2.2. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain. Biasanya sudah dalam bentuk publikasi seperti data yang diperoleh dari situasi-situasi internet dan data lainnya yang berhubungan langsung dengan objek yang akan diteliti.

3.2.3. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan pada penelitian ini adalah :

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

3.2.4. Populasi dan Sampel

3.2.4.1. Populasi

Arikunto (2006:130) menyatakan populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Jika seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi atau studi populasi atau sensus. Subyek penelitian adalah tempat variabel melekat. Variabel penelitian adalah objek penelitian. Sementara itu Sukardi (2010:53) menyatakan populasi adalah semua anggota kelompok manusia, binatang, peristiwa, atau benda yang tinggal bersama dalam satu tempat dan secara terencana menjadi target

kesimpulan dari hasil akhir suatu penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Kopi bubuk instan tanpa ampas (Nescafe) yang ada di SMA Negeri 3 Bandar Lampung.

3.2.4.2. Sampel

Penelitian hanya dilakukan pada sebagian dari populasi dan diharapkan dapat menggambarkan sifat populasi yang bersangkutan. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Kopi bubuk instan tanpa ampas (Nescafe) yang ada di SMA Negeri 3 Bandar Lampung.

Untuk mengetahui besarnya sampel dari populasi yang dapat mewakili penelitian ini, Menurut Augusty Ferdinand (2002:47-48) bahwa ukuran sampel minimum yang digunakan adalah sebanyak lima kali observasi untuk setiap *estimated parameter*. Penelitian ini menggunakan 17 indikator, berdasarkan rumus tersebut di atas besarnya sampel dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned} \text{Total sampel} &= 5 \times \text{Indikator} \\ &= 5 \times 14 = 70 \text{ responden} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, jumlah responden yang akan dijadikan sampel adalah 70 responden. Namun untuk menghindari adanya kekurangan sampel maka penulis menambahkan 30 sampel, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian menjadi 100 sampel.

Metode penarikan sampel menggunakan metode incidental dan metode purposive sampling (Sugiyono, 2006:95). Metode incidental adalah teknik penarikan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ *incidental* bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang

kebetulan ditemui itu tepat sebagai responden. Sedangkan metode *purposive sampling* adalah penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dengan kriteria bahwa sampel tersebut harus pernah meminum Nescafe.

3.2.4.3. Metode Pengambilan Sampel

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan penarikan sampel secara tidak acak. Hal ini karena peneliti belum bisa mengetahui besarnya jumlah anggota populasi, maka peneliti tidak dapat menggunakan cara-cara statistik untuk menentukan sampel penelitian. Prosedur *non-probability sampling*, dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pertimbangan didasarkan pada Pelanggan Kopi bubuk instan tanpa ampas (Nescafe) yang ada di SMA Negeri 3 Bandar Lampung.

3.2.5. Konsep, Alat-alat Variabel, dan Tabel Operasional Penelitian

3.2.5.1. Konsep

Konsep merupakan definisi yang bersifat abstrak yang menggambarkan suatu obyek penelitian tertentu. Oleh karena sifatnya abstrak, agar suatu konsep dapat diteliti maka harus dioperasionalkan dengan cara menjabarkannya menjadi variabel-variabel tertentu. Dari teori yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, diperoleh dua konsep dalam penelitian ini, yaitu : **Konsep Kualitas Produk dan Konsep Keputusan Pembelian.**

3.2.5.2 Alat-alat Variabel

3.2.5.2.1. Alat-alat Variabel Kualitas Produk

Alat-alat Variabel Kualitas Produk dalam penelitian ini adalah Bentuk (*Form*), Fitur (*Feature*) Penyesuaian (*Customization*), Kualitas Kinerja (*Performance*)

Quality), Kualitas Kesesuaian (*Conformance Quality*), Ketahanan (*Durability*) Keandalan (*Reliability*), Kemudahan Perbaikan (*Repairability*), Gaya (*Style*).

3.2.5.2.2. Alat-alat Variabel Keputusan Pembelian

Alat-alat Variabel Keputusan Pembelian dalam penelitian ini adalah Pengenalan Masalah (*Problem Recognition*), Pencarian informasi (*Information Search*), Penilaian alternatif (*Evaluation of Alternatives*), keputusan membeli (*Purchase Decision*), perilaku setelah membeli (*Postpurchase behavior*).

3.2.5.3 Tabel Operasional Penelitian

Konsep	Variabel	Indikator	Item
Kualitas Produk	Bentuk (<i>Form</i>)	1. ukuran 2. bentuk	Nescafe mempunyai beraneka ragam kemasan serta ukuran yang berbeda-beda.
	Fitur (<i>Feature</i>)	Variasi Produk	Nescafe selalu memberikan fitur (<i>feature</i>) yang tepat untuk memuaskan pelanggan
	Penyesuaian (<i>Customization</i>)	Produk mengikuti keinginan masyarakat.	Nescafe menyesuaikan produknya sesuai dengan kebutuhan pelanggannya.
	Kualitas Kinerja (<i>Performance Quality</i>)	Karakteristik utama produk	Nescafe memiliki rasa yang khas karena kopinya yang tidak berampas
	Kualitas Kesesuaian (<i>Conformance Quality</i>)	Produk memiliki spesifikasi yang dijanjikan.	Nescafe telah memuaskan konsumen dalam hal rasa dan kemasan.
	Ketahanan (<i>Durability</i>)	Produk mempunyai reputasi mengagumkan.	Nescafe mempertahankan produknya dengan menciptakan rasa yang beraneka ragam.
	Keandalan (<i>Reliability</i>)	Produk tidak mengalami malfungsi atau gagal.	Nescafe tidak pernah mengecewakan pelanggannya terutama dalam hal rasa.
	Kemudahan Perbaikan (<i>Repairability</i>)	Ukuran kemudahan perbaikan produk	Nescafe selalu belajar untuk selalu memuaskan

			pelanggannya
	Gaya (<i>Style</i>)	1. Penampilan produk 2. Rasa Produk	Nescafe mempunyai kemasan yang beraneka ragam dan memiliki rasa yg khas.
Keputusan Pembelian	Pengenalan Masalah (<i>Problem Recognition</i>)	Mengenali masalah yang timbul dari diri Konsumen	Nescafe cepat mengenali keluhan pelanggan.
	Pencarian Informasi (<i>Information Search</i>)	Menciptakan produk sesuai keinginan konsumen	Nescafe menciptakan produk sesuai dengan keinginan konsumen.
	Penilaian Alternatif (<i>Evaluation of Alternatives</i>)	Mengetahui daya tarik konsumen.	Saya membeli Nescafe karena tertarik dalam hal rasa kopi yang lembut tanpa ampas.
	Keputusan Membeli (<i>Purchase Decision</i>)	Konsumen memutuskan untuk membeli produk yang disukainya.	Apakah anda menyukai semua rasa Nescafe ?
	Perilaku setelah membeli (<i>Postpurchase behavior</i>)	Konsumen akan merasakan kepuasan atau ketidakpuasan setelah membeli.	Apakah anda puas dengan Produk Nescafe ?

3.2.6. 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

3.2.7. Uji Instrumen Penelitian

Uji validasi dan rehabilitasi yang dilakukan dalam penelitian ini dimaksudkan agar data yang diperoleh dengan cara penyetaraan *quisioner valid* dan *reliable*.

Instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan mampu mengungkapkan data yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya instrument menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud (Suharsimi Arikunto, 145 : 2002).

3.2.7.1. Uji validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur (Ginting dan Situmorang:2008:172). Uji validitas ini dilakukan kepada 30 responden diluar sampel. Uji validitas digunakan oleh peneliti untuk mengukur kelayakan butir-butir dalam daftar pertanyaan yang mendefinisikan suatu variabel (Sugiyono,2006:114). Pengujian validitas dilakukan dengan criteria sebagai berikut:

1. Jika r hitung positif dan r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan dinyatakan valid
2. Jika r hitung negative dan r hitung $<$ r tabel maka pertanyaan dinyatakan tidak valid. bertujuan untuk menguji sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Pengukur reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Alpha Cronbach (α). Dimana, biasanya reliabilitas minimal 0,5.

3.2.7.2. Uji Reabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat keandalan suatu instrument penelitian, instrument yang reliable adalah instrument yang apabila digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono,2006:110).

Uji reliabilitas akan dapat menunjukkan konsistensi dari jawaban- jawaban responden yang terdapat pada kuesioner. Uji ini dilakukan setelah uji validitas dan yang diuji merupakan pertanyaan yang sudah valid. Instrument yang dapat dipercaya atau reliable akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Suatu instrumen dikatakan reliabel bila memiliki koefisien keandalan (r) sebesar 0,6 atau lebih.

3.2.8. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner selanjutnya diolah dan dianalisis dengan menggunakan Analisis Kualitatif dan Analisis Kuantitatif.

3.2.8.1. Analisis Kualitatif

Merupakan metode analisis data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, membandingkan, dan menganalisis data-data berupa tabel-tabel dan grafik secara deskriptif.

3.2.8.2. Analisis Kuantitatif

Model Analisis Regresi Linier berganda adalah :

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + b_8X_8 + b_9X_9 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Bentuk (*Form*)

X₂ = Fitur (*Feature*)

X₃ = Penyesuaian (*Customization*)

X₄ = Kualitas Kinerja (*Performance Quality*)

X₅ = Kualitas Kesesuaian (*Conformance Quality*)

X₆ = Ketahanan (*Durability*)

X₇ = Keandalan (*Reliability*)

X₈ = Kemudahan Perbaikan (*Repairability*)

X₉ = Gaya (*Style*)

b₁₂₃ = Koefisien Variabel Independen

e = Varians Pengganggu

Analisis diatas bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk Nescafe (X₁, X₂, X₃, X₄, X₅, X₆, X₇, X₈, X₉) mempengaruhi variabel terikat (Y)