

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Deskriptif

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain (Sugiyono, 2008:11).

2. Penelitian Verifikatif

Penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan penelitian akan mencoba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesa, yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesa diterima atau ditolak.

3.2 Objek Penelitian

Dalam hal ini yang menjadi objek penelitian adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan *smartphone* Evercoss di Mall Kartini Bandar Lampung. Alasan memilih *smartphone* Evercoss sebagai produk yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah karena *smartphone* Evercoss mengalami fluktuasi penjualan setelah mengalami perubahan elemen merek.

3.3 Sumber Data

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

1. Data Sekunder

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 atau publikasi lainnya.

Jadi, data sekunder berasal dari tangan kedua, ketiga, dan seterusnya. Artinya melewati satu atau lebih pihak yang bukan peneliti sendiri.

2. Data Primer

Penelitian ini menggunakan data primer melalui fasilitas kuisisioner yang meliputi pertanyaan terstruktur. Dengan demikian kuisisioner dimaksudkan untuk memperoleh data kuantitatif berupa jawaban-jawaban responden yang kemudian dijadikan informasi sebagai bahan dasar pengambilan keputusan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode yang dilakukan penulis dalam pengumpulan data yaitu dengan cara:

1. Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan mempelajari berbagai literatur, laporan-laporan maupun dengan melihat data-data sekunder yang berkaitan dengan penulisan.

2. Penyebaran Angket/kuisisioner

Penyebaran angket dilakukan dengan memberikan angket yang berisi pertanyaan kepada pengunjung dan pembeli konsumen di Mall Kartini Bandar Lampung.

3.5 Metode Penentuan Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2008:72) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Evercoss di Mall Kartini Bandar Lampung.

Dasar pengambilan sampel mengacu pada pendapat Hair (2006:112) menyarankan bahwa jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlah populasinya, minimal berjumlah lima kali variabel atau indikator yang diteliti. Indikator penelitian ini berjumlah 12, maka diperoleh hasil perhitungan sampel sebagai berikut:

Jumlah sampel = $5 \times 12 = 60$ sampel.

Hair (2006:197) menyarankan bahwa penelitian yang akan diolah dengan menggunakan *multiple regression* jumlah sampel minimal 50 responden dan lebih disarankan 100 responden bagi kebanyakan situasi peneliti. Sehingga dalam penelitian ini, peneliti menentukan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih.

Sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive 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 dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Sugiyono:2008:74).

Berdasarkan teori yang sudah dijelaskan, sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang dengan kriteria konsumen di Mall Kartini, minimal usia 18 tahun, pernah menggunakan atau membeli produk Evercoss, dan konsumen harus mengetahui bahwa telah terjadi perubahan elemen merek pada Evercoss.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu atribut dari sekelompok objek yang diteliti mempunyai variasi antara satu dan lainnya dalam kelompok tersebut (Sugiyono, 2008). Variabel penelitian dapat dibagi menjadi 2 yaitu:

1. Variabel bebas atau *independent variable* (X) adalah yang mempengaruhi atau variabel yang tidak tergantung pada variabel lainnya.
2. Variabel terikat atau *dependen variable* (Y) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Sub Variabel	Indikator
Elemen Merek (X)	Elemen merek adalah alat pemberi nama dagang yang mengidentifikasi dan mendiferensiasikan merek (Kotler, 2009:269)	Nama (X1)	<ul style="list-style-type: none"> - Nama menggambarkan makna perusahaan - Nama memberikan sugesti keuntungan bagi konsumen - Nama memiliki ciri khas
		Logo (X2)	<ul style="list-style-type: none"> - Tipografi (jenis <i>font</i>) logo dikategorikan positif atau baik - Perubahan bentuk logo mampu memperkuat ciri khas atau identitas baru bagi perusahaan. - Bentuk logo mudah diingat konsumen. - Bentuk logo berbeda dengan logo <i>handphone</i> lain.
		Slogan (X3)	<ul style="list-style-type: none"> - Slogan lebih unik dari slogan sebelumnya. - Slogan mudah diingat - Slogan mencakup visi perusahaan - Slogan memperkuat ciri khas - Slogan tidak memiliki konotasi negatif

Variabel	Definisi Variabel	Sub Variabel	Indikator
<p>Keputusan Pembelian (Y)</p>	<p>Keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil oleh seorang calon pembeli yang menyangkut kepastian akan membeli atau tidak (Kotler, 2009:204)</p>	<p>-</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Nama menggambarkan makna perusahaan - Nama memberikan sugesti keuntungan bagi konsumen - Nama memiliki ciri khas - Tipografi (jenis <i>font</i>) logo dikategorikan positif atau baik - Perubahan bentuk logo mampu memperkuat ciri khas atau identitas baru bagi perusahaan. - Bentuk logo mudah diingat konsumen. - Bentuk logo berbeda dengan logo <i>handphone</i> lain. - Slogan lebih unik dari slogan sebelumnya. - Slogan mudah diingat - Slogan mencakup visi perusahaan - Slogan memperkuat ciri khas - Slogan tidak memiliki konotasi negatif

Sumber: Kotler (2009).

Variabel-variabel tersebut diukur dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert merupakan jenis skala yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian (fenomena sosial spesifik), seperti sikap, pendapat dan persepsi sosial seseorang atau sekelompok orang. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert, dengan keterangan sebagai berikut:

1. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban Netral (N)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Pengujian validitas pada penelitian ini dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana daftar pertanyaan atau kuesioner mampu memberikan data sehingga mampu menjawab permasalahan. Suatu kuesioner akan mempunyai validitas tinggi apabila dapat menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut (Sugiyono, 2008 : 173).

Uji validitas penelitian ini dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori.

Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, yaitu jika *loading factor* > 0,50.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang digunakan dapat dipercaya. Untuk menilai reliabilitas alat ukur dalam penelitian ini, digunakan rumus *Alpha Cronbach* yang di hitung dengan bantuan SPSS 20.0, sebuah instrumen dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi jika nilai *Cronbach Coefficient Alpha* > 0,6 dan *Cronbach Alpha If Item Delete* < *Cronbach Coefficient Alpha* (Ghazali, 2006:133).

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif digunakan untuk memberikan gambaran secara diskriptif tentang tanggapan yang diberikan responden pada kuesioner atau daftar pertanyaan yang diberikan yaitu berupa jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

Rumus Interval:

$$\begin{aligned} & \frac{\text{Jumlah skor tertinggi} - \text{Jumlah skor terendah}}{\text{Jumlah kelas (interval)}} \\ &= \frac{(5 \times 100) - (1 \times 100)}{5} \\ &= \frac{500 - 100}{5} \\ &= 80 \end{aligned}$$

Dengan hasil perhitungan interval kelas sebesar 80, maka dapat dibuat rentang skor dari jawaban 100 reponden seperti pada tabel berikut:

Tabel 3.2

No	Skor	Keterangan
1.	80 – 159	Sangat Tidak Baik
2.	160 – 239	Tidak Baik
3.	240– 319	Netral
4.	320 – 399	Baik
5.	400 – 479	Sangat Baik

Sumber: Umar, (2003:49)

3.8.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis dengan menggunakan pendekatan atau rumus statistik. Pada penelitian ini analisis kuantitatif yang digunakan yaitu analisis regresi linier.

3.8.2.1 Uji Hipotesis

Analisa regresi linier merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui arah dan intensitas pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Arah yang ditunjukkan oleh tanda positif atau negatif pada koefisien regresi, sedang intensitas ditunjukkan oleh besarnya koefisien regresi.

Persamaan yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = konstanta

X_1 = Nama

X_2 = Logo

X_3 = Slogan

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = angka arah atau koefisien regresi

e = error

(Sugiyono, 2008:192)

3.9 Rancangan Pengujian Hipotesis

3.9.1 Uji t

Pengujian keberartian koefisien regresi secara parsial digunakan uji – t pada tingkat kepercayaan 95% dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$.

Kriteria pengujiannya adalah:

a. Uji Positif

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

Ho diterima dan Ha ditolak jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

b. Uji Negatif

Ho ditolak dan Ha diterima jika $t_{hitung} \text{ negatif} < t_{tabel} \text{ negatif}$

Ho diterima dan Ha ditolak jika $t_{hitung} \text{ negatif} \geq t_{tabel} \text{ negatif}$

3.9.2 Uji F

Pengujian keberartian pengaruh peubah bebas terhadap peubah terikat secara serempak dilakukan dengan menggunakan uji F pada tingkat kepercayaan 95% dengan derajat kebebasan bagi pembilang (V_1) dan bagi penyebut (V_2)

Kriteria pengujiannya :

1. Ho ditolak dan Ha diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$
2. Ho diterima dan Ha ditolak jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat.