

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif, menurut Ginting dan Situmorang (2008:57), penelitian asosiatif yaitu penelitian yang menghubungkan dua variabel atau lebih.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa penelitian asosiatif yang bermaksud untuk memberikan penjelasan hubungan citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian melalui pengujian hipotesis.

##### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Pagi Stambuk 2012 Universitas Medan Area di Jalan Sei Serayu No.70A / Jalan Setia Budi No.79B.

##### **3. Waktu Penelitian**

Penelitian ini direncanakan dilaksanakan empat bulan yang dimulai November 2014 sampai bulan Februari 2015.

Untuk lebih jelasnya berikut disajikan tabel waktu penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 3.1**  
**Rincian Waktu Penelitian**

No	Uraian	November				Desember				Januari				Februari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Seminar Proposal																
2	Pengumpulan Data																
3	Analisis Data																
4	Penyusunan Skripsi																
5	Pengajuan Sidang																

## B. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Menurut Sugiyono (2006:115), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Mudrajad Kuncoro (2009), populasi adalah kelompok elemen yang lengkap yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Pagi Stambuk 2012 Universitas Medan Area di Jalan Sei Serayu No.70A / Jalan Setia Budi No.79B berjumlah 254 mahasiswa dari Fakultas Ekonomi Pagi Stambuk 2012 Universitas Medan Area.

## b. Sampel

Menurut Sugiyono (2006), sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Pagi Stambuk 2012 berjumlah 254 Universitas Medan Area yang mengkonsumsi air minum merek Aqua, maka digunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah unit sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N(e)^2)}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N= Jumlah populasi

e = Taraf kesalahan (standart error 10%)

Maka jumlah sampel yang diperoleh adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{254}{1 + (254(0,1)^2)} \\ &= 71,75 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus slovin maka diketahui jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 71,75 dibulatkan menjadi 72 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *randomsampling*. Menurut Sugiyono (2006), teknik *randomsampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak. Sehingga data yang diperoleh lebih representatif dengan melakukan proses penelitian yang kompeten dibidangnya. Pelaksanaan *randomsampling* dalam penelitian ini diberikan kepada mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi Pagi Stambuk 2012 Universitas Medan Area.

### C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk untuk melaksanakan mengenai cara mengukur variabel. Definisi operasional merupakan informasi yang sangat membantu penelitian yang akan menggunakan variabel yang sama. Dalam penulisan skripsi maka penulis menggunakan beberapa istilah sehingga didefinisikan secara operasional agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional**

Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
Citra Merek (X <sub>1</sub> )	Mendefinisikan merek sebagai nama, istilah, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi semuanya, yang pengenalan kebutuhan pencarian informasi evaluasi alternative keputusan pembelian perilaku pasca pembelian dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari barang atau jasa pesaing	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Simbol, nama, istilah dan desain</li> <li>2. Sebagai pengenalan antara produk satu dengan yang lain</li> <li>3. Memiliki fitur dan spesifikasi yang menarik</li> <li>4. Terdaftar resmi</li> </ol>	Likert
Harga (X <sub>2</sub> )	Sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah dari nilai yang dipertukarkan dalam nilai jual produk yang ditetapkan oleh perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga Terjangkau</li> <li>2. Harga bersaing</li> <li>3. Harga sesuai dengan kualitas</li> <li>4. Harga sesuai dengan manfaat</li> </ol>	Likert

Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi penilaian, sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian	1. Citra merek 2. Kualitas Produk 3. Desain produk 4. Tujuan membeli produk	Likert
-------------------------	---	--	--------

Sumber : Kotler (2005), Keller (2007)

#### D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
  - a. Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang di angkakan / skoring (Sugiyono 2006). Data kuantitatif yang di gunakan dalam penelitian ini adalah hasil jawaban kuesioner dari masing-masing responden yaitu mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
  - b. Data kualitatif, yaitu data yang berbentuk kalimat, kata atau gambar (Sugiono 2006). Data kualitatif dalam penelitian ini adalah hasil wawancara yang di berikan kepada responden yaitu mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
2. Sumber Data
  - a. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dan jawaban kuesioner yang di sebarakan kepada responden yaitu mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang mengkonsumsi air minum merek Aqua.

- b. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang dikumpulkan oleh pihak lain, data sekunder ini diperoleh melalui studi pustaka, internet, dan literatur yang mendukung penelitian.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah diuraikan di atas maka penulis melakukan penelitian untuk mendapatkan data, informasi dan bahan yang diperlukan dengan menggunakan beberapa metode antara lain :

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Pengumpulan data yang dilakukan melalui bahan bacaan, meliputi literatur, buku, majalah dan berbagai bahan bacaan lain yang relevan dan yang berhubungan dengan judul penelitian yang penulis susun.

2. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Pengumpulan data yang dilakukan secara langsung terhadap objek penelitian atau dengan terjun langsung ke lapangan dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

- a. Pengamatan (*Observation*)

Mengadakan penelitian dengan cara mengamati langsung terhadap unit-unit yang ada hubungannya dengan objek yang diselidiki dan mengadakan pencatatan-pencatatan tanpa ikut berpartisipasi langsung.

- b. Wawancara (*Interview*)

Memperoleh data atau mendapatkan data dan informasi yang akurat dengan mengajukan pertanyaan secara langsung secara lisan terhadap orang-orang

yang dapat memberikan keterangan-keterangan yang erat kaitannya dengan masalah-masalah yang akan penulis ungkapkan dalam penelitian ini guna mendukung data yang dikumpulkan.

c. Kuesioner (*Questionnaire*)

Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan-pertanyaan kepada kuesioner dengan cara memilih alternatif jawaban yang tersedia. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai kuesioner yang ditentukan yaitu :

- a) Jawaban “Sangat Setuju”, diberi nilai 5
- b) Jawaban “Setuju”, diberi nilai 4
- c) Jawaban “Kurang Setuju”, diberi nilai 3
- d) Jawaban “Tidak Setuju”, diberi nilai 2
- e) Jawaban “Sangat Tidak Setuju”, diberi nilai 1

Adapun yang menjadi skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala likert.

## **F. Teknik Analisis Data**

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji yang dilakukan untuk mengetahui layak atau tidaknya alat ukur yang digunakan. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS Versi 22, dengan kriteria sebagai berikut :

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pertanyaan dinyatakan valid

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

#### b. Uji Reliabilitas

Uji yang digunakan untuk mengetahui konsistensi dan kestabilan suatu alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS Versi 22. Butir pertanyaan yang sudah dinyatakan valid dalam uji validitas reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika  $r_{alpha}$  positif atau lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka pertanyaan reliable.
- 2) Jika  $r_{alpha}$  negatif atau lebih kecil dari  $r_{tabel}$  maka pertanyaan tidak reliabel.

#### 2. Uji Statistik

Uji statistik yang digunakan adalah model regresi linier berganda. Analisis regresi merupakan sebuah pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel output/dependent (Y) dengan satu atau beberapa variabel input/independen (X). Model regresi dinyatakan dalam persamaan :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan pembelian

A : Konstanta

$B_1 \dots b_2$  : Koefisien regresi masing-masing variabel

$X_1$  : Kualitas produk



$X_2$  : Citra merek

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ).

Kriteria pengujian :

$$T_{hitung} > t_{tabel} = H_0 \text{ ditolak}$$

$$T_{hitung} \leq t_{tabel} = H_0 \text{ diterima}$$

#### b. Uji simultan ( Uji F)

Untuk mengetahui apakah variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat dengan tingkat keyakinan 95%.

Kriteria pengujian :

$$F_{hitung} > F_{tabel} = H_0 \text{ ditolak,}$$

$$F_{hitung} \leq F_{tabel} = H_0 \text{ diterima}$$

#### c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (citra merek dan harga) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) ditentukan dengan koefisien determinasi  $D = r^2 \times 100\%$ .