

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan didalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012;23) dikatakan metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

Lokasi Penelitian

Sesuai dengan judul penelitian ini, maka lokasi penelitian berada di Kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik.

3.2. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Sugiyono (2012;115) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Indomie di kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik yang pernah membeli dan mengonsumsi secara berulang.

3.3.2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2012;116) merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan *sampling* yang digunakan adalah dengan *non probability sampling* yaitu teknik *sampling* yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi

untuk dijadikan sampel. Sedangkan penentuan pengambilan jumlah responden (sampel) dilakukan melalui teknik *Sampling Insidental*. Teknik *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2011;67). Dalam penelitian ini penentuan ukuran sampel responden dilakukan dengan menggunakan rumus slovin (Husein, 2005;280), yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi

e = persentase kelonggaran ketidakpastian dengan tingkat kesalahan 10%

Tabel 3.1
Jumlah Rumah tangga dan Jumlah Penduduk Menurut Desa/Kelurahan
Kecamatan Manyar Tahun 2012

| No | Desa/Kelurahan | Jumlah Rumah Tangga | Jumlah Penduduk |
|---------------|------------------|---------------------|-----------------|
| 1 | Tebalo | 606 | 2.347 |
| 2 | Suci | 3.978 | 15.047 |
| 3 | Yosowilangon | 3.315 | 12.653 |
| 4 | Roomo | 1.643 | 5.734 |
| 5 | Sukomulyo | 2.662 | 9.854 |
| 6 | Pongangan | 2.343 | 8.893 |
| 7 | Peganden | 1.069 | 4.219 |
| 8 | Banjarsari | 607 | 2.509 |
| 9 | Leran | 1.182 | 4.796 |
| 10 | Manyarejo | 1.076 | 3.914 |
| 11 | Manyar Sidomukti | 720 | 2.707 |
| 12 | Manyar Sidorukun | 966 | 3.752 |
| 13 | Banyuwangi | 541 | 2.125 |
| 14 | Karangrejo | 1.331 | 5.305 |
| 15 | Sembayat | 1.960 | 7.156 |
| 16 | Betoyoguci | 576 | 2.207 |
| 17 | Betoyokauman | 693 | 2.772 |
| 18 | Sumberejo | 180 | 741 |
| 19 | Tanggulrejo | 672 | 2.668 |
| 20 | Gumeno | 1.050 | 4.006 |
| 21 | Ngampel | 402 | 1.587 |
| 22 | Pejanganan | 315 | 1.204 |
| 23 | Morobakung | 423 | 1.621 |
| Jumlah | | 28.310 | 107.817 |

Sumber: Kecamatan Manyar Dalam Angka 2013

Populasi berjumlah 107.817 orang (Kecamatan Manyar dalam angka 2013;14). dan tingkat kesalahan yang digunakan sebesar 10% (0,1) atau dapat dikatakan tingkat keakuratannya sebesar 90% (0,9), maka sampel yang diambil untuk mewakili populasi tersebut yaitu sebesar :

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

$$n = \frac{107.817}{1 + (107.817 \times 1^2)}$$

$$n = \frac{107.817}{1.078,17}$$

$$n = 100$$

Dari hasil perhitungan rumus di atas dapat diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebesar 100 responden.

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data adalah kumpulan angka-angka yang berhubungan dengan observasi. (Sugiyono, 2012;193).

3.3.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data didapat dari hasil penyebaran kuesioner Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber data sekunder biasanya menggunakan dokumen.

3.4. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilaksanakan melalui kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket atau daftar pertanyaan kepada responden agar didapat keterangan dan data yang lebih terperinci tentang masalah yang sedang diteliti. Jawaban yang diharapkan dalam penelitian ini telah disediakan sehingga responden tinggal memilih jawaban yang dianggap sesuai.

3.5. Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel

3.5.1 Identifikasi Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2008;58)

1. Variabel bebas / *Independent*

Variabel *Independent* (bebas) adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini:

X1 = *Brand Image*
X2 = *Brand Trust*
X3 = *Brand Loyalty*

2. Variabel terikat / *Dependent*

Variabel *dependent* (terikat) adalah suatu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini:

Y = Minat Beli Ulang

3.5.2 Definisi Operasional

1. Variabel *Independent* (X)

a. Variabel *Brand Image* (X₁)

- 1) Mudah dikenalnya sebuah merek oleh konsumen.
- 2) Memiliki reputasi yang baik karena memiliki *trackrecord* yang baik
- 3) Menimbulkan hubungan emosional antara merek dengan konsumennya.

- 4) Menyangkut seberapa besar kesetiaan konsumen atas produk yang menggunakan merek yang bersangkutan.

b. Variabel *Brand Trust* (X_2)

1) *Achieving result*

Yaitu harapan konsumen tidak lain adalah janji produsen yang harus dipenuhi bila ingin mendapatkan kepercayaan konsumen.

2) *Acting with integrity*

Yaitu bertindak dengan integritas berarti adanya konsistensi antara ucapan dan tindakan dalam setiap situasi. Adanya integritas merupakan faktor kunci bagi salah satu pihak untuk percaya akan ketulusan dan pihak lain.

3) *Demonstrate concern*

Yaitu kemampuan perusahaan untuk menunjukkan perhatiannya kepada konsumen dalam bentuk menunjukkan sikap pengertian konsumen jika menghadapi masalah dengan produk, akan menumbuhkan kepercayaan dengan merek.

c. Variabel *Brand Loyalty* (X_3)

- 1) Merasa loyal kepada merek.
- 2) Memilih merek ini saat berbelanja di toko.
- 3) Merekomendasikan merek ini kepada konsumen lain.

2. Variabel Dependen (Y)

a. Minat Beli Ulang

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat eksploratif, yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.
- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

3.6. Teknik Pengukuran Data

Pengukuran data menggunakan skala *likert*. Menurut Sugiyono (2012;132) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pertanyaan.

Biasanya didalam indikator-indikator ini diamati menggunakan kuesioner atau angket yang bertujuan untuk mengetahui pendapat responden tentang suatu

hal. Skala yang sering dipakai adalah skala ordinal yaitu skala yang berisi 5 tingkat preferensi jawaban.

Preferensi yang dimaksud adalah dalam memberikan pilihan terhadap responden yang menunjukkan preferensi sangat setuju atau sangat tidak setuju kepada setiap pertanyaan yang berkaitan dengan obyek/subyek yang dinilai (*scoring*).

Tabel 3.2
Kategori & Skor Jawaban Responden

| Jawaban | Kategori | Skor |
|---------|---------------------|------|
| A | Sangat Setuju | 5 |
| B | Setuju | 4 |
| C | Ragu-Ragu | 3 |
| D | Tidak Setuju | 2 |
| E | Sangat Tidak Setuju | 1 |

3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian, data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian (Sugiyono, 2012;455).

Cara yang digunakan dalam menguji tingkat validitas adalah dengan variabel internal, yaitu menguji apakah terdapat kesesuaian antara bagian instrumen secara keseluruhan. Untuk mengukurnya menggunakan analisis butir. Pengukuran pada analisis butir yaitu dengan cara skor-skor yang ada kemudian

dikorelasikan dengan menggunakan Rumus korelasi *product moment* yang dikemukakan oleh (Santoso, 2005; 280) sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}} \quad (\text{Santoso, 2005;280})$$

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi antara x dan y r_{xy}
- N = Jumlah Responden
- X = Skor item
- Y = Skor total
- $\sum X$ = Jumlah skor items
- $\sum Y$ = Jumlah skor total
- $\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor item
- $\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat skor total

Kesesuaian nilai r diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan rumus diatas dikonsultasikan dengan tabel nilai regresi moment dengan korelasi nilai r lebih besar atau sama dengan regresi tabel, maka butir instrumen tersebut valid dan jika r lebih kecil dari regresi tabel maka butir instrumen tersebut tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji realibilitas bertujuan untuk melihat konsistensi alat ukur yang akan digunakan yakni apakah alat ukur tersebut akurat, stabil dan kosisten. Teknik yang digunakan adalah koefisien *alpha cronbach*.

Reliabilitas suatu instrumen dapat diterima jika memiliki koefisien *alpha cronbach* minimal 0,20 yang berarti bahwa instrumen tersebut dapat dipergunakan sebagai pengumpul data yang handal yaitu hasil pengukuran relatif koefisien jika dilakukan pengukuran ulang.

Untuk mengetahui suatu data reliabel atau tidak, menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S^2_j}{S^2_x} \right)$$

Keterangan:

- α = Koefisien realibilitas Alpha
- k = Jumlah Item
- S_j = Varians responden untuk item I
- S_x = Jumlah varians untuk skor total

Dalam uji reliabilitas ini suatu butir atau variabel dikatakan valid jika $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$ (Santoso, 2005;280).

3.8 Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut terbebas dari asumsi-asumsi klasik statistik. Proses pengujian asumsi klasik dapat dilakukan menggunakan program *SPSS 15.0 For Windows*.

3.9 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Watson (uji DW), dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika d lebih kecil dari d_L atau lebih besar dari $(4-d_L)$, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika d terletak antara d_U dan $(4-d_U)$, maka hipotesis nol diterima yang berarti tidak terdapat autokorelasi.

3. Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang menjelaskan.

Rumus Uji Durbin Watson sebagai berikut: (Alhusin, 2003)

$$d = \frac{\sum(e_n - e_{n-1})^2}{\sum e_x^2}$$

Keterangan:

d = nilai Durbin Watson

e = residual

3.10 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menunjukkan adanya hubungan linier antara variabel-variabel bebas (*independent*) dalam model regresi. Jika variabel bebas berkorelasi sempurna, maka dapat disebut dengan multikolinearitas sempurna.

Untuk mengetahui terdapat atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas. Jika diantara variabel bebas terdapat korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 90%) maka hal ini diindikasikan adanya multikolinearitas.
2. Menurut Imam Ghozali (2005;91) mengatakan bahwa nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* > 10 . Uji ini dilakukan untuk menghindari kesalahan dalam mengestimasi kemampuan variabel *independent* sebagai prediktor variabel *dependent*. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan cara melihat nilai *VIF* regresi, jika nilai *VIF* variabel *independent* lebih

besar dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut mempunyai hubungan linier yang sangat kuat dengan variabel bebas lain. Adapun untuk menghilangkan multikolinearitas adalah dengan menghilangkan variabel bebas tersebut dari persamaan regresi.

3.11 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual atau pengamatan kepengamatan lainnya, jika varian residual dan satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heterokedastisitas. Model regresi yang baik Homokedastisitas dan tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya Heteroskedastisitas terdapat beberapa cara, yaitu:

1. Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya).
2. Dasar analisis, jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebur, kemudian menyempit). Maka, mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas secara titik-titik menyebar diatas nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

3.12 Teknik Analisis Data

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melakukan prediksi bagaimana perubahan nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dinaikan/diturunkan. (Sugiyono, 2011;260).

Model persamaan regresi secara umum berbentuk sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Beli Ulang

a = Bilangan Konstanta (*intercept* regresi)

b₁, b₂, b₃ = Koefisien Regresi

x₁, x₂, x₃ = Variabel *Independent*

e = Standar *error*

3.13 Uji Hipotesis

3.13.1 Uji t

Uji t untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus untuk pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) adalah sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{se(b_i)}$$

Keterangan:

b_i = Koefisien Regresi

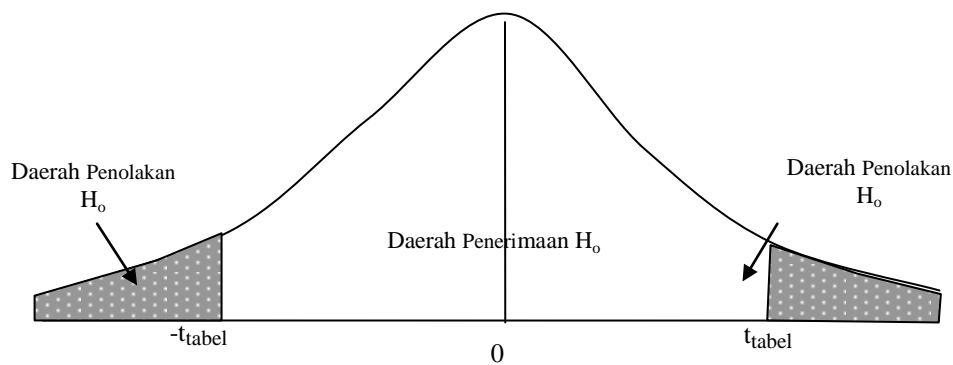
se = *standard error*

Tingkat Signfikansi $\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$ dengan df = n-k = 97 Kriteria pengambilan keputusan t hitung dengan t tabel:

1. Jika t hitung < t tabel, maka Ho diterima.
2. Jika t hitung > t tabel, maka Ho ditolak.

Kriteria pengambilan keputusan probabilitas (signifikansi) dengan $\alpha = 0,05$:

1. Jika probabilitas $> \alpha 0,05$, maka H_0 diterima. Artinya Penggunaan *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Brand Loyalty* tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang.
2. Jika probabilitas $< \alpha 0,05$, maka H_0 ditolak. Penggunaan *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Brand Loyalty* berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang.



Gambar 3.1
Daerah penerimaan dan penolakan uji secara parsial (uji t)

3.13.2 Uji F

Untuk menguji pengaruh secara bersama variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan kriteria sebagai berikut:

Pengujian F_{hitung} dengan F_{tabel}

H_0 = Penggunaan *brand image*, *brand trust*, dan *brand loyalty* tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang.

H_a = penggunaan *brand image*, *brand trust*, dan *brand loyalty* berpengaruh terhadap minat beli ulang.

Rumus untuk pengujian hipotesis secara simultan (uji F) adalah sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

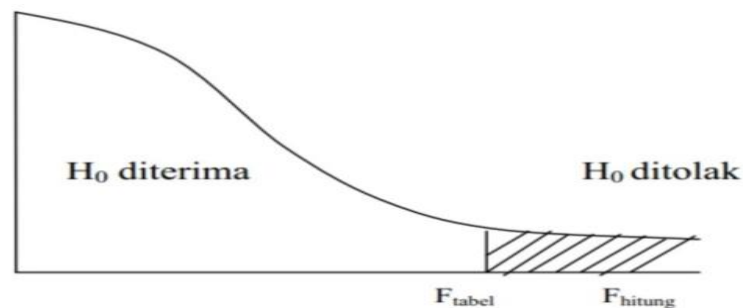
Keterangan:

R = Koefisien Regresi

k = jumlah Variabel *Independent*

n = jumlah anggota sampel

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima. Artinya penggunaan *brand image*, *brand trust*, dan *brand loyalty* tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak. Artinya penggunaan *brand image*, *brand trust*, dan *brand loyalty* berpengaruh terhadap minat beli ulang.



Gambar 3.2
Daerah penerimaan dan penolakan uji secara parsial (uji F)