

BAB III

METODE PENELITIAN

1.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian kuantitatif mempunyai tujuan untuk menguji atau verifikasi teori, meletakkan teori sebagai deduktif menjadi landasan dalam penemuan dan pemecahan masalah penelitian. Analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka – angka yang dapat dihitung maupun diukur. Analisis kuantitatif ini dimaksudkan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan satu atau beberapa kejadian lainnya dengan menggunakan alat analisis statistic.

1.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Gresik dengan target sebanyak 80 *end user* yang berlokasi di Kecamatan Gresik, Kebomas dan Manyar. Peneliti melakukan penelitian didaerah tersebut dikarenakan distributor KWSG berada di 3 kecamatan tersebut dengan analisa bahwa di 3 kecamatan tersebut banyak pembangunan yang dilakukan personal, dari data analisa yang diketahui ke 3 kecamatan tersebut merupakan kecamatan dengan pembangunan property maupun pemukiman terbanyak di kabupaten Gresik.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Penelitian yang menggunakan metode kuesioner dilakukan secara random terhadap populasi yang ada, dengan analisa random diharapkan bisa mewakili sifat atau karakteristik populasi yang bersangkutan. Jumlah populasinya pada

tahun 2012 sebanyak 408 dengan hasil responden sebanyak 80 responden. Populasi yang dimaksud disini adalah pengguna Semen Gresik yang ada di 3 kecamatan tersebut.

3.2.2. Sampel

Dalam menetapkan besarnya sampel (*sampel size*) dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan oleh Slovin dalam Husein Umar (2003 : 146) sebagai berikut :

Dimana :

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

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi yaitu pengguna Semen Gresik

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, sebanyak 10 %

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{408}{1 + 408 (10\%)^2} = 80,315 = 80 \text{ responden}$$

1.2.3 Jenis dan Sumber Data

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Marzuki, 2005). Data primer yang ada dalam penelitian ini adalah data-data dari kuisisioner. Merupakan hasil tabulasi dari jawaban responden. Data tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti yang diperoleh langsung dari responden. Data primer didapatkan dengan menggunakan instrument kuisisioner.

3.2.3.1 Teknik Pengambilan Data

Menurut Kinnear (1998) dalam Husein Umar (2003 : 137), skala Likert berhubungan dengan pernyataan tentang sikap/persepsi seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, dan baik-tidak baik. Cara pengukurannya adalah dengan menghadapkan seorang responden dengan beberapa pernyataan yang diajukan dalam kuesioner dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban. Data yang berhasil dikumpulkan dari kuesioner selanjutnya akan diukur dengan hitung 1 sampai 5, dengan kategori :

- a. Sangat setuju = 5
- b. Setuju = 4
- c. Netral = 3
- d. Tidak setuju = 2
- e. Sangat tidak setuju = 1

3.2.4 Definisi Operasional Variabel

Dalam melaksanakan penelitian ini, desain penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian

konsumen adalah desain deskriptif dan desain kausal dimana disebut desain deskriptif karena menggunakan analisis regresi dengan menggunakan *metode survey*, dan desain kausal menggunakan *metode kausalitas*.

Metode *survey* merupakan penelitian yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi sosial, ekonomi, dan politik dari suatu kelompok atau suatu daerah. Sedangkan metode *kausalitas* (Sugiyono, 2004 : 11) adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh, hubungan yang bersifat sebab akibat yaitu antara variabel independent (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependent (variabel yang dipengaruhi).

a. Variabel Terikat (Dependen Variabel)

Variabel dependen (terikat) sering disebut variable output, criteria, konsekuen. Variabel dependen (terikat) adalah variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable bebas (Sugiyono, 2008). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian semen gresik (Y).

b. Variabel bebas (independen variabel)

Variabel independen (bebas) adalah variable yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (Sugiyono, 2008)

1. $X_1 =$ Corporate Image
2. $X_2 =$ Product image

3. $X_3 = \text{User Image}$

Penjabaran operasional variabel dalam penelitian ini secara singkat sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasional variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Corporate Image (X1)	sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap perusahaan yang membuat suatu produk atau jasa. Sutisna (2001 : 80)	a. Nama besar perusahaan b. Layanan perusahaan c. Jaringan penjualan (Simamora, 2004)	Likert
Product Image (X2)	Sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu produk. Sutisna (2001 : 80)	a. Merek b. Kualitas c. Fitur d. Desain (Simamora, 2004)	Likert
User Image (X3)	Sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap pemakai yang menggunakan suatu barang atau jasa. Sutisna (2001 : 80)	a. Kuat b. Praktis dan Ekonomis c. Percaya diri d. Nyaman (Simamora, 2004)	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Suatu tindakan konsumen untuk membentuk referensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan dan membeli produk yang paling disukai. Sutisna (2001 : 80)	a. Kebutuhan konsumen akan semen b. Konsumen mencari informasi mengenai brand produk semen c. Konsumen membandingkan brand-brand semen sejenis d. Konsumen merasa puas dengan produk semen gresik konvensional.	Likert

3.3 Uji Instrumen

Sehubungan dengan masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka akan dilakukan analisis berdasarkan data yang diperoleh dengan menggunakan peralatan analisis sebagai berikut :

3.3.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji Validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item – total correlation*) dengan nilai r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2005 : 45).

3.3.2 Uji Realibilitas

Uji Realibilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kehandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur realibilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60 (Ghozali, 2005 : 41-42).

1.4 Uji Asumsi Klasik.

Uji asumsi klasik dapat dilakukan agar model regresi yang digunakan dapat memberikan hasil yang representatif. Untuk mempermudah analisis dapat diguna

kan aplikasi pengolahan data SPSS

1.4.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independen dan tidak orthogonal atau nilai korelasi antarsesama variable independen sama dengan nol. Dapat juga dilihat dari nilai tolerance dan Variante Inflation Factor (VIF), nilai tolerance yang besarnya di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas pada variable independennya (Imam Ghozali, 2001).

1.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk menganalisis apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Kita dapat melihatnya dari grafik plot antara nilai prediksi variable dependen dengan residualnya. Dasar membentuk pola tertentu atau teratur maka mengidentifikasi telah terjadi heterokedastisitas. Sebaliknya apabila titik – titik yang ada menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas (Imam Ghozali, 2001)

1.4.3 Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui perlakuan akan berdistribusi normal atau tidak (Sudjana, 199). Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Jika data

menyebar disekitar garis diagonalnya dan mengikuti arah garis diagonalnya atau grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi tidak normal (Imam Ghozali). Untuk mempermudah analisis digunakan aplikasi pengolah data SPSS.

3.5 Teknis Analisis Data

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linear berganda dengan program SPSS. Analisis regresi berganda untuk menghitung besarnya pengaruh secara kuantitatif dari suatu perubahan kejadian (variabel X) terhadap kejadian lainnya (variabel Y). dalam penelitian ini, analisis regresi berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh *corporate image*, *product image* dan *user image* terhadap keputusan pembelian Semen Gresik di Gresik.

Menurut Rangkuty (1997 : 23-25) formulasi regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian b_0 = Konstanta

X_1 = Corporate Image b_1 - b_3 = Koefisien Regresi

X_2 = Product image e = Standar *error*

X_3 = User Image

Teknik analisis yang digunakan sesuai model di atas adalah regresi berganda dimana nilai dari variabel dependen (keputusan pembelian) dapat diperoleh dari

hasil kuesioner yang perhitungannya akan menggunakan skala *Likert*. Menurut Kinnear (1998) dalam Husein Umar (2003 : 137), skala Likert berhubungan dengan pernyataan tentang sikap/persepsi seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju-tidak setuju, senang-tidak senang, dan baik-tidak baik. Cara pengukurannya adalah dengan menghadapkan seorang responden dengan beberapa pernyataan yang diajukan dalam kuesioner dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban. Data yang berhasil dikumpulkan dari kuesioner selanjutnya akan diukur dengan hitung 1 sampai 5, dengan kategori :

- a. Sangat setuju = 5
- b. Setuju = 4
- c. Netral = 3
- d. Tidak setuju = 2
- e. Sangat tidak setuju = 1

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel X terhadap Y. sebelum mengetahui besarnya koefisien determinasi, terlebih dahulu ditentukan berapa koefisien korelasinya (r). Rumus koefisien korelasi dan koefisien determinasi menurut Ridwan (1997 : 26) yaitu :

$$r = \frac{n \cdot (\sum XY) - (\sum X) \cdot \sum Y}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$R^2 = (r)^2 \times 100\%$$

Dimana: r = koefisien

3.6 Uji Hipotesis

3.6.1 Uji t

Untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial atau untuk mengetahui variabel mana yang lebih mempengaruhi keputusan pembelian digunakan uji-t, dengan formulasi dari Rangky (1997:33) sebagai berikut :

$$t = \sqrt{\frac{(n-2)}{1-r^2}}$$

Dimana :

t = observasi

n = banyaknya observasi

r = koefisien korelasi

Dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), maka terbukti bahwa variabel brand image secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian semen gresik.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), maka terbukti bahwa variabel brand image secara parsial tidak mempengaruhi keputusan pembelian semen gresik.

3.6.2 Uji F

Kemudian untuk menguji keberartian dari koefisien regresi secara simultan, digunakan pengujian statistik uji F dengan formulasi sebagai berikut (Rangky, 1997 : 27) :

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

Dimana :

F = Diperoleh dari tabel distribusi k = jumlah variabel independen

R² = Koefisien determinasi ganda n = jumlah sampel

Dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), maka terbukti bahwa variabel *corporate image*, *product image* dan *user image* secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian semen gresik. Dengan demikian hipotesis alternative (H₁) diterima dan hipb) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), maka terbukti bahwa ketiga variabel brand image secara simultan tidak mempengaruhi keputusan pembelian semen gresik. Dengan demikian hipotesis alternative (H₁) ditolak dan hipotesis mula-mula (H₀) diterima.