

BAB III METODE PENELITIAN

1.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan *positivistic* (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Filsafat *positivistic* digunakan pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2010;13).

1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Manyar Gresik.

1.3 Populasi dan Sampel

1.3.1 Populasi

Populasi merupakan subyek penelitian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu Sugiyono, (2013;117). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah menggunakan dan membeli ulang kerudung Rabbani di Kecamatan Manyar Gresik.

1.3.2 Sampel

Sugiyono (2010:81) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Dalam penelitian ini penarikan sampel dilakukan dengan teknik *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Incidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang ditemui tersebut dipandang cocok sebagai sumber data Sugiyono, (2013:124).

Menurut Irawan dalam Sukandarrumidi (2004:54) mengatakan bahwa jumlah sampel minimum adalah 100. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan perempuan yang pernah menggunakan dan membeli ulang kerudung Rabbani di Kecamatan Manyar Gresik.

1.4 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan definisi variabel yang telah diidentifikasi agar dapat dioperasionalkan dan didalamnya mengandung penjelasan variabel, pengukuran variabel dan skala pengukuran yang digunakan. Definisi operasional sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X) dalam penelitian ini adalah kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek kerudung merek Rabbani di Kecamatan Manyar Gresik.

a. Kualitas Produk Variabel (X_1)

Kualitas produk adalah menunjukkan ukuran tahan lamanya produk yang dapat dipercaya atau ketepatan (*precision*) produk, dari segi pandangan pemasaran kualitas diukur dalam ukuran persepsi pembeli tentang mutu atau kualitas produk tersebut. Adapun indikator kualitas produk yaitu:

- 1) Kemudahan Pengguna
- 2) Kejelasan Fungsi
- 3) Keragaman Ukuran Produk

b. Kepercayaan Merek Variabel (X_2)

Kepercayaan terhadap merek adalah kemauan konsumen mempercayai merek dengan segala risikonya karena adanya harapan yang dijanjikan oleh merek dalam memberikan hasil yang positif bagi konsumen. Adapun indikator Kepercayaan merek yaitu:

- 1) Reputasi merek
- 2) Kesukaan pada merek

3) Kompetensi merek

c. Citra Merek Variabel (X_3)

Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. Adapun indikator citra merek yaitu:

1) Mudah dikenali

2) Selalu diingat dan

3) Ciri khas

2. Variabel Dependen (Y) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian ulang kerudung merek Rabbani di Kecamatan Manyar Gresik.

a. Keputusan Pembelian Ulang variabel (Y):

Pembelian ulang merupakan pembelian yang pernah dilakukan oleh pembeli terhadap suatu produk yang sama dan akan membeli lagi untuk kedua atau ketiga kalinya. Adapun indikator dari variabel keputusan pembelian ulang sebagai berikut:

1) Pembelian kembali produk yang sama di masa datang

2) Keputusan jumlah pembelian yang dilakukan konsumen

1.5 Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Skala likert. Sugiyono, (2013:134) dengan Skala likert, maka variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang

tentang fenomena sosial. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert 1-5 dengan keterangan sebagai berikut:

1. Responden akan mendapat nilai 5 apabila responden menjawab SS (Sangat Setuju)
2. Responden akan mendapat nilai 4 apabila responden menjawab S (Setuju)
3. Responden akan mendapat nilai 3 apabila responden menjawab RG (Ragu-ragu)
4. Responden akan mendapat nilai 2 apabila responden menjawab TS (Tidak Setuju)
5. Responden akan mendapat nilai 1 apabila responden menjawab STS (Sangat Tidak Setuju)

1.6 Jenis dan Sumber Data

1.6.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data adalah kumpulan angka-angka yang berhubungan dengan observasi (Sugiyono, 2010:193).

1.6.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli. Sumber data dari hasil penyebaran kuesioner berisi tentang kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek terhadap keputusan pembelian ulang produk kerudung merek Rabbani di Kecamatan Manyar Gresik.

1.7 Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data atau pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner (angket). kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab Sugiyono, (2008:199).

Data kuesioner penelitian ini akan disebarakan pada konsumen yang pernah melakukan pembelian ulang kerudung merek Rabbani di kecamatan Manyar Gresik. Hal ini dilakukan bertujuan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban dari responden.

1.8 Uji Instrumen

1.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan sesuatu instrumen Sugiyono, (2008:172). Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Cara yang dipakai dalam pengujian tingkat validitas adalah dengan variabel internal, yaitu menguji apakah dapat kesesuaian antar bagian instrumen secara keseluruhan. Untuk mengukurnya menggunakan analisis butir. Pengukuran pada analisis butir yaitu dengan sekor-sekor yang ada kemudian dikorelasikan dengan

menggunakan Rumus korelasi product moment yang dikemukakan oleh (Santoso, 2005;280 dalam Kusuma,2014) sebagai berikut:

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

Dengan pengertian

- N = Banyaknya variabel
- X = Skor item x
- Y = Skor item y
- $\sum X$ =Jumlah skor items
- $\sum Y$ =Jumlah skor total
- $\sum X^2$ =Jumlah kuadrat skor item
- $\sum Y^2$ =Jumlah kuadrat skor total

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

1.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengukur suatu kestabilan dan konsistensi skala pengukuran. Data yang diperoleh harus menunjukkan hasil yang stabil dan konsistensi bila dilakukan pengukuran kembali terhadap objek yang sama. Untuk mengetahui konsistensi dari data yang dilakukan dengan uji reliabilitas konsistensi internal (Sugiyono, 2010;185).

Suatu kuisisioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian dilakukan dengan cara mencobakan instrument sekali saja, kemudian data yang

diperoleh dari analisis dengan teknik tertentu, dalam hal ini teknik yang digunakan adalah teknik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien *alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2005;42).

1.9 Uji Asumsi Klasik

1.9.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal/ mendekati normal. Cara untuk mengetahui normalitas adalah dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dan distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, dan *plotting* data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang memberikan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2005).

1.9.2 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. Persyaratan yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan Uji Durbin-Waston (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada 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 Waston sebagai berikut: Alhusin,(2003)

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

Keterangan :

D = nilai Durbin Waston

E = residual

3.9.3 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal (Ghozali, 2005;91). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonearitas, dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *Value Inflation Factor* (VIF). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai $tolerance < 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$.

1. Jika nilai $tolerance > 0,10$ dan $VIF < 10$, maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi Multikolonieritas pada penelitian tersebut.

2. Jika nilai *tolerance* $< 0,10$ dan *VIF* > 10 , maka dapat diartikan bahwa terjadi multikolinearitas pada penelitian tersebut

3.9.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas*. Jika *variance* tersebut berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2005;105).

Gejala heteroskedastisitas terjadi sebagai akibat ketidaksamaan data, terlalu bervariasinya data yang diteliti. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas Ghozali, (2005;105) salah satunya yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Dasar analisisnya adalah:

1. Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.10 Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Analisis linier berganda ini digunakan untuk mengetahui adanya

pengaruh antara variabel terikat yaitu keputusan pembelian ulang (Y) dengan variabel-variabel bebas yaitu kualitas produk (X_1), kepercayaan merek (X_2), citra merek (X_3).

Rumus yang digunakan adalah:

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

Keterangan:

- Y = Keputusan Pembelian Ulang
- α = Konstanta atau intersep, yaitu Y pada saat $X_1 = X_2 = X_3 = 0$
- b_1 = Parsial, untuk mengukur pengaruh X_1 terhadap Y jika X_1 berubah (naik atau turun) satu unit dan X_2, X_3 konstan
- b_2 = Koefisien regresi parsial, untuk mengukur pengaruh X_2 terhadap Y jika X_2 berubah (naik atau turun) satu unit dan X_1, X_3 konstan
- b_3 = Koefisien regresi parsial, untuk mengukur pengaruh X_3 terhadap Y jika X_3 berubah (naik atau turun) satu unit X_1, X_2 konstan
- X_1 = Kualitas produk
- X_2 = Kepercayaan merek
- X_3 = Citra merek
- e = Error atau koefisien pengganggu

3.11 Uji Hipotesis

1.11.1 Uji t (Parsial)

Untuk mengetahui masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Uji t hitung bertujuan untuk melihat secara parsial apakah ada pengaruh variabel bebas X terhadap variabel terikat Y (Ghozali, 2007;77).

1. $H_0 = b_1, b_2, b_3 = 0$ artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek terhadap keputusan pembelian ulang.

2. $H_1 = b_1, b_2, b_3 \neq 0$ artinya secara parsial terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek terhadap keputusan pembelian ulang.

3. Rumus:

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

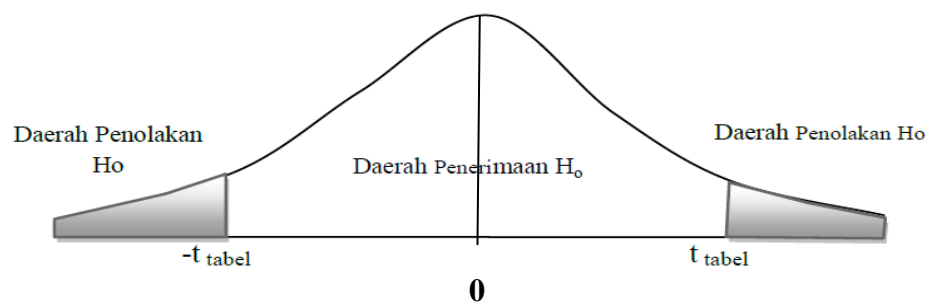
Keterangan :

β_1 = Koefisien Regresi

Se = Standar error

Tingkat signifikansi $\alpha = 5\%:2 = 2,5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ Priyatno, (2012:91).

4. Kriteria pengujian sebagai berikut:



Gambar 3.1
Distribusi Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji t

Kriteria Pengujian:

a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel} = H_0$ ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian ulang.

b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel} = H_0$ diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian ulang.

1.11.2 Uji F (Simultan)

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui pengaruh dari seluruh variabel independen (kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek) secara bersama sama atau simultan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian ulang). Pembuktian dilakukan dengan cara membandingkan nilai F kritis (F_{tabel}) dengan (F_{hitung}) yang terdapat pada tabel *analysis of variance*.

Untuk menentukan nilai F_{tabel} , tingkat yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = (n-k)$ dan $(k-1)$. Menentukan F_{hitung} , dapat dilakukan dengan menggunakan formula sebagai berikut :

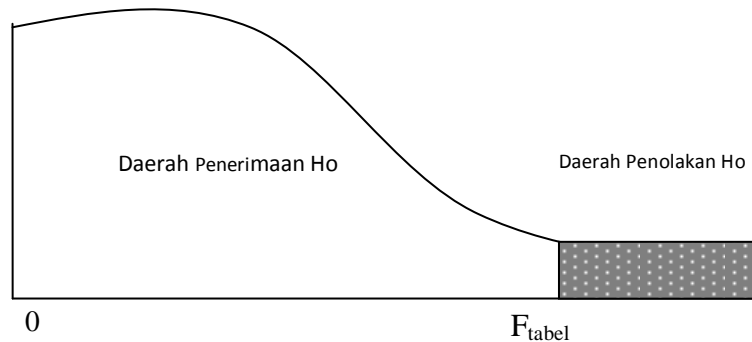
$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

- R^2 = Koefisien determinasi
 N = Jumlah data
 K = Jumlah variabel independen

1. $H_0 = b_1, b_2, b_3, = 0$ artinya secara simultan tidak terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek terhadap keputusan pembelian ulang secara bersama-sama.
2. $H_1 = b_1, b_2, b_3, \neq 0$ artinya secara simultan terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek terhadap keputusan pembelian ulang secara bersama-sama.

3. Kriteria pengujian sebagai berikut:



Gambar 3.2
Distribusi Penerimaan atau Penolakan Hipotesis Uji F

Kriteria Pengujian:

- a. Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}} = H_0$ ditolak, H_1 diterima artinya kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek secara bersamaan mempengaruhi variabel keputusan pembelian ulang.
- b. Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}} = H_0$ diterima, H_1 ditolak artinya kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek secara bersamaan tidak mempengaruhi variabel keputusan pembelian ulang.