

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian dengan judul "Pengaruh persepsi konsumen atas leaflet dan citra merek Giant terhadap keputusan pembelian di Giant Hypermarket GKB Gresik" dilaksanakan dengan tujuan pembuktian hipotesis yang diajukan, diaplikasikan pada tempat dan fenomena yang secara empiris sesuai dengan pengajuan hipotesis. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yakni penelitian yang berupaya mengetahui hubungan antara variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian Sugiyono (2009), dalam penelitian ini akan menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan terikat dengan tujuan menjelaskan sampai sejauh mana pengaruh leaflet dan citra merek Giant sebagai variabel bebas terhadap keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian pada Giant Hypermarket Gresik, beralamat di jalan Kalimantan No. 193 komplek perumahan Gresik Kota Baru (GKB) kabupaten Gresik .

3.3. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2009; 72), "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik sampelnya".

Adapun populasi yang akan diteliti dalam dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Giant Hypermarket GKB Gresik.

3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2009; 56), “Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti”, karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel sebanyak 100 responden untuk mewakili dari populasi yang diteliti.

3.3.3. Teknik Penarikan Sampel

Teknik yang diambil dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling jenis *Sampling Insidental*. Menurut Sugiyono (2009; 85), *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.3.4. Skor

Dari sampel yang diambil yaitu sebanyak 100 responden, tanggapan responden terhadap pertanyaan yang diberikan, diberi skor sebagai berikut :

1. Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi nilai 5.
2. Jawaban Setuju (S) diberi nilai 4.
3. Jawaban Netral (N) diberi nilai 3.
4. Jawaban Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2.
5. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2009; 49) operasional variabel adalah : Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variable bebas dan variable terikat. Variabel bebas terdiri dari : Persepsi terhadap leaflet (X1), Citra merek Giant (X2). Dan variabel terikatnya : Keputusan membeli (Y).

3.4.1. Persepsi Terhadap Leaflet

Persepsi terhadap leaflet adalah pandangan konsumen pada leaflet di Giant Hypermarket GKB Gresik. Pengukuran terhadap pandangan konsumen pada leaflet dapat dilakukan dengan indikator:

1. Konsumen tertarik pada model dan bentuk dari leaflet.
2. Konsumen dengan mudah membawa leaflet kemana saja.
3. Konsumen dapat mengetahui berbagai informasi dari isi leaflet.

3.4.2. Citra Merek Giant

Citra merek Giant diartikan sebagai persepsi konsumen terhadap produk yang bermerek Giant yang tersedia Giant Hypermarket GKB Gresik. Pengukuran terhadap citra merek Giant dapat dilakukan dengan indikator:

1. Harga produk yang bermerek Giant lebih murah.
2. Produk yang bermerek Giant memiliki kualitas bagus.
3. Produk yang bermerek Giant beraneka macam-macam bentuk.

3.4.3. Keputusan Membeli

Keputusan pembelian di Giant hypermarket GKB Gresik adalah serangkaian unsur-unsur yang mencerminkan keputusan konsumen dalam membeli, merupakan tahap dimana konsumen dihadapkan suatu pilihan untuk melakukan pembelian, yang diukur melalui indikator :

1. Membeli di Giant Hypermarket berdasarkan kebutuhan dan keinginan.
2. Membeli di Giant Hypermarket berdasarkan lokasi yang nyaman akan kebersihannya.
3. Membeli di Giant Hypermarket berdasarkan pelayanan yang diberikan sangat memuaskan.

3.5. Jenis dan Sumber Data

Dalam sebuah penelitian, data memegang peranan penting yaitu sebagai alat pembuktian hipotesis serta pencapaian tujuan penelitian. Penelitian harus mengetahui jenis data dan apa saja yang diperlukan untuk memperoleh data.

Menurut Sugiyono (2009; 137) menjelaskan sumber data primer dan sumber data skunder sebagai berikut: “Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen”.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh peneliti dari responden, yaitu tanggapan dari responden mengenai permasalahan dalam penelitian ini.

3.6. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner, yaitu mengambil data dengan pertanyaan yang diajukan kepada responden. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 2002; 128). Alasan penelitian ini menggunakan metode angket yaitu :

1. Subyek adalah orang yang paling tahu dirinya sendiri.
2. Subyek mengetahui dan memilih jawaban yang benar dan dapat dipercaya.
3. Hemat waktu, tenaga, dan biaya.

Kuesioner atau angket akan disebar kepada orang-orang yang ditemui secara kebetulan (*insidental*) oleh peneliti. Data diperoleh dengan menghimpun informasi yang didapat melalui pernyataan tertulis, dimana dalam pengisiannya responden diminta memilih alternatif jawaban yang disediakan. Penggunaan kuesioner diharapkan akan memudahkan bagi responden dalam memberikan jawaban, karena alternatif jawaban telah tersedia hanya perlu waktu singkat.

3.7. Uji Instrumen

3.7.1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2009; 348) menyatakan ” validitas adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur”. Sebuah alat ukur dinyatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Tinggi rendahnya alat ukur menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud. Menurut Sugiyono (2009; 353) ”pada penelitian serta uji validitas suatu variabel dinyatakan valid jika $r_{\text{hasil}} > r_{\text{table}}$ ”.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2009; 348) Reliabilitas menunjukkan keakuratan suatu alat ukur. Instrumen yang realibel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Untuk mengukur variabel dalam Uji Reliabilitas dapat besarnya nilai Cronbach's Alfa.

3.8. Uji Asumsi Klasik

Evaluasi ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah penggunaan model Regresi Linier Berganda akan menganalisis telah memenuhi asumsi klasik. Model Regresi Linier Berganda akan lebih tepat digunakan jika memenuhi asumsi sebagai berikut:

3.8.1. Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah situasi adanya multikorelasi di antara variabel independen satu dengan yang lainya atau dengan kata lain di antara variabel-variabel independen tersebut dapat dibentuk hubungan antara variabel satu dengan yang lainnya.

Uji gejala multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang signifikan antara masing-masing variabel bebas yang diteliti. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala ini digunakan indikasi nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Uji gejala multikolinieritas dimaksudkan untuk lebih mengetahui adanya hubungan yang sempurna antara variabel dalam model regresi. Hakim (2005; 301) menyebutkan angka toleransi VIF untuk terhindar dari gejala multikolinieritas ini antara 1-5.

Usaha untuk mengatasi model regresi yang mengandung multikolinieritas pada penelitian dengan menggunakan data penelitian yang diperoleh dari kuesioner (daftar pertanyaan) dengan cara menambahkan data penelitian (Algifari, 2004; 85).

3.8.2. Heterokedastisitas

Penyimpangan asumsi model klasik adanya heterokedastisitas artinya varians variabel dalam model tidak sama (konstan). Konsekuensinya adalah heterokedastisitas dalam model regresi adalah penaksir (estimation) yang diperoleh tidak efisien, baik dalam sampel kecil maupun sampel besar, walaupun penaksir yang diperoleh menggambarkan populasinya (tidak bias) dan bertambahnya sampel yang digunakan akan mendekati nilai yang sebenarnya (konsisten). Ini disebabkan oleh variansnya yang tidak minimum (tidak efisien). Diagnosis adanya atau tidak adanya heterokedastisitas dapat melihat grafik Scatterplot yang dilakukan dengan bantuan spss, jika titik-titik menyebar secara acak serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3. Uji Autokorelasi

Untuk mendiagnosis ada tidaknya autokorelasi dalam suatu model regresi dapat dilakukan dengan cara melakukan pengujian terhadap nilai uji Durbin –Watson (DW) dengan bantuan program SPSS for Windows. Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut :

1. Bila nilai DW terletak diantara batas atas (du) dan ($4-du$), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah (dl), maka koefisien autokorelasi lebih besar dari pada nol, berarti ada autokorelasi positif .
3. Bila nilai DW lebih besar dari pada ($4-dl$), maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
4. Bila nilai DW terletak diantara baris atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara ($4-du$) dan ($4-dl$) maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.9. Teknik Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2009; 192), Regresi Linier Berganda digunakan oleh peneliti bila penelitian bermaksud bertujuan meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (naik turunnya nilai).

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel bebas/independent terhadap variabel terikat/dependent.

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad (\text{Sugiyono, 2009; 275})$$

Dimana : Y : Variabel terikat (*Keputusan membeli*)

a : Konstanta

$b_1, b_2,$: Koefisien regresi

X_1 : Variabel bebas (Persepsi terhadap leaflet)

X_2 : Variabel bebas (Citra merek Giant)

e : Standat error

3.10. Pengujian Hipotesis

3.10.1. Pengujian Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan variabel bebas yang terdiri dari Persepsi terhadap leaflet (X_1) dan Citra merek Giant (X_2) secara individu (parsial) terhadap variabel terikat yaitu Keputusan membeli (Y).

$$T_{hitung} : \frac{b}{S_b}$$

Dimana

b : Koefisien regresi

S_b : Standart Deviasi

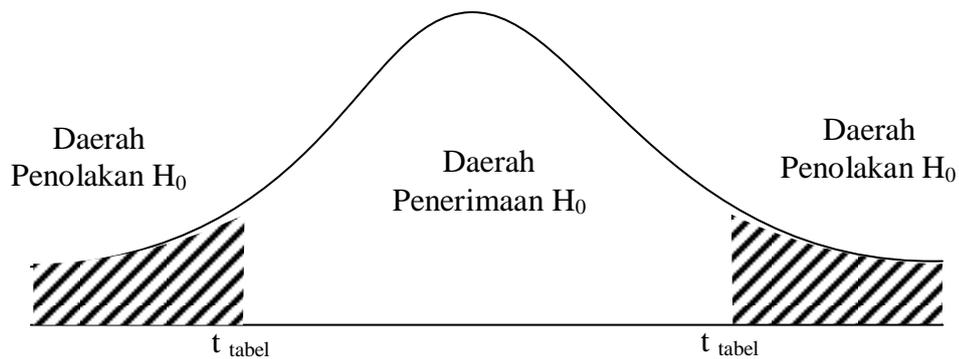
Dalam hal regresi diuji dengan taraf signifikan 95% ($\alpha = 0,05$) Hipotesis yang digunakan adalah :

$H_0 : b = 0$, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel yang terdiri dari *Persepsi terhadap leaflet* (X_1) dan *Citra merek Giant* (X_2) terhadap variabel terikat yaitu *Keputusan pembelian* (Y)

$H_1 : b \neq 0$, berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas yang terdiri dari *Persepsi terhadap leaflet* (X_1) dan *Citra merek Giant* (X_2) terhadap variabel terikat yaitu *Keputusan pembelian*(Y)

$t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima. Berarti ada pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat.



Gambar 3.1
Daerah Kritis Kurva Distribusi t

3.10.2. Pengujian Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan variabel bebas yang terdiri dari *Persepsi terhadap leaflet* (X_1) dan *Citra merek Giant* (X_2) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu *Keputusan pembelian* (Y). Rumus yang digunakan:

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

Dimana :

F : F_{hitung} , selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

R^2 : Koefisien determinan

k : Jumlah variabel

n : Jumlah responden .

Dalam hal regresi diuji dengan taraf signifikan 95% ($\alpha = 0,05$) Hipotesis yang digunakan adalah :

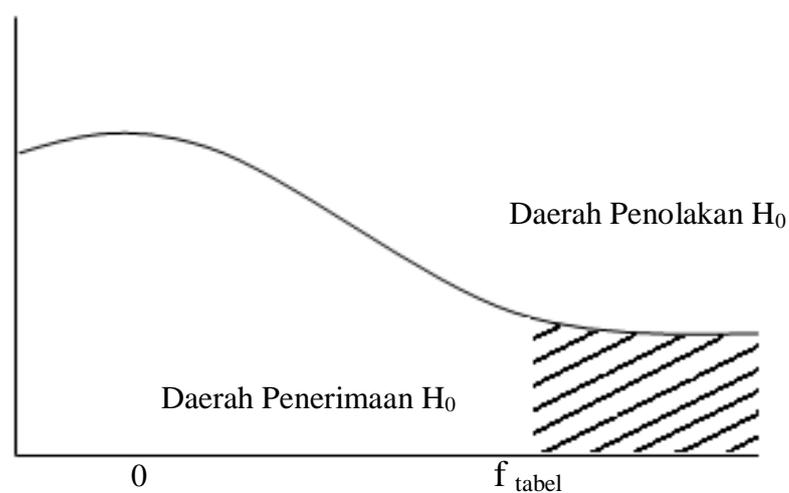
$H_0 : b = 0$, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel yang terdiri dari *Persepsi terhadap leaflet* (X_1) dan *Citra merek Giant* (X_2) terhadap variabel *Keputusan pembelian* (Y)

$H_1 : b \neq 0$, berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas yang terdiri dari *Persepsi terhadap leaflet* (X_1) dan *Citra merek Giant* (X_2) terhadap variabel *Keputusan pembelian* (Y)

Kriteria penolakan hipotesis sebagai berikut :

$F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas yang terdiri dari *Persepsi terhadap leaflet* (X_1) dan *Citra merek Giant* (X_2) terhadap variabel terikat yaitu *Keputusan pembelian* (Y).

$F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara *Persepsi terhadap leaflet* (X_1) dan *Citra merek Giant* (X_2) terhadap variabel terikat yaitu *Keputusan pembelian* (Y).



Gambar 3.2
Daerah Kritis Kurva Distribusi F

3.10.3. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2003; 65).