

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian pada Merjoari sebagai obyek penelitian di karenakan Kelurahan Merjosari merupakan salah satu daerah di Kecamatan Lowokwaru yang memiliki jumlah penduduk yang cukup besar yaitu 4.375 KK sedangkan jumlah penduduk keseluruhannya 15.580 jiwa dan itu terbagi menjadi 12 RW, 45 RT. Di banding dengan desa Sumpersari dan Dinoyo di lihat dari Tabel 1.1.

3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yaitu karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2013: 7). Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Statistik Inferensial adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel, dan hasilnya akan digeneralisasikan (diinferensikan) untuk populasi dimana sampel diambil. Terdapat dua macam Statistic Inferensial yaitu Statistik Parametris dan Nonparametris. Statistik Parametris terutama digunakan untuk menganalisis data interval atau rasio, yang diambil dari populasi yang berdistribusi normal. Sedangkan Statistik Nonparametris terutama digunakan untuk menganalisis data nominal, dan ordinal dari populasi yang bebas terdistribusi. Jadi tidak harus normal. Dalam hal ini teknik korelasi dan regresi dapat berperan sebagai Statistik Inferensial..

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian korelasional yaitu penelitian yang memungkinkan untuk mengetahui adanya hubungan sebab akibat terhadap suatu objek penelitian. Dalam penelitian ini menunjukkan dua keadaan yaitu keadaan pertama dan keadaan kedua terdapat hubungan sebab akibat. Keadaan pertama diperkirakan menjadi sebab yang kedua dan berpengaruh terhadap keadaan kedua.

3.3 populasi dan sampel

Di dalam penelitian pasti terdapat subyek yang akan diteliti, Arikunto (2002:108) mendefinisikan “populasi adalah keseluruhan subyek penelitian”. Dari judul dan ruang lingkup penelitian yang telah dikemukakan, maka sebagai populasi dalam penelitian ini adalah jumlah penduduk 12.720 jiwa yang berusia minimal 17 tahun.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2004:54). Sampel merupakan perwakilan dari populasi. Dalam Sevilla (1993:161) menyatakan bahwa rumus yang dapat digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah rumus Slovin, yaitu:

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

Keterangan

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena pengambilan sampel yang dilakukan. Dalam penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan 10%.

Dengan rumus ini maka besar sampel yang dibutuhkan adalah:

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

$$n = \frac{12.720}{1 + 12.720 (0,10)^2} = 99.99$$

$$n = 99 \approx 100 \text{ Responden}$$

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sample dalam penelitian ini adalah *aksidental sampling*. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Accidental Sampling*. Pengambilan sampel dengan teknik aksidental atau *accidental sampling* ini adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel, dan bila orang yang ditemui tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2013:96). Dimana peneliti akan memberikan kuisisioner pada penduduk Merosari yang dianggap cocok dengan kriteria populasi yang menjadi target penelitian. Oleh karena itu,

Karena pengambilan metode *non-probability sampling*, maka untuk menentukan konsumen *Top Coffee* yang dijadikan responden yaitu dilakukan dengan memberikan kuisisioner pada setiap RW penduduk Merjosari yang ditemui.

3.5 Data Dan Jenis Data

Menurut Iqbal Hasan (2002:82) data merupakan keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu yang diketahui atau yang dianggap suatu fakta yang digambarkan lewat angka, symbol, kode dan lain-lain. Sumber data adalah asal atau darimana data itu diperoleh dan sumber data penelitian

merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari dua sumber yakni data primer dan data skunder yang dilakukan pengambilan dengan metode teknik wawancara dan angket atau kuesioner.

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer disebut juga data asli atau data baru. Data ini mempunyai 2 metode atau teknik dalam pengumpulan datanya, yaitu metode interview (wawancara) dan observasi (pengamatan) langsung pada objek selama kegiatan penelitian di lapangan (Iqbal Hasan 2002:82). Berupa data yang diperoleh langsung dari responden berupa jawaban dari pengisian kuesioner

2. Data Skunder

Data yang berasal dari tempat penelitian, yang berupa dokumen untuk keperluan penelitian dan merupakan langkah penting dalam penelitian ini. Data dalam penelitian ini bersifat kuantitatif, yaitu data yang berbentuk bilangan. Menurut Moleong (2002:113-114) bisa berasal dari sumber-sumber tertulis (buku dan majalah ilmiah, arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi).

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dengan jalan mencatat sebagian kecil dari populasi atau dengan perkataan lain mencatat sampel yang digunakan saja (Supranto, 2006:53). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Metode Kuesioner/Angket

Kuesioner/angket merupakan metode pengumpulan data yang utama. Jenis kuesioner/angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup, dimana pertanyaan atau pernyataannya tidak memberikan kebebasan kepada responden untuk memberikan jawaban dan pendapatnya sesuai keinginan mereka.

2. Metode Dokumentasi

Arikunto (2002:206) menyatakan metode dokumentasi sebagai cara mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, agenda, dan sebagainya. Metode dokumentasi digunakan untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan dalam penelitian biasanya berupa data sekunder seperti dari buku, penelitian sebelumnya serta data lain yang mendukung seperti dalam penelitian ini berupa data monografi penduduk.

3.7 Definisi Operasional Dan Skala Pengukuran

Agar penelitian ini lebih jelas, maka variabel-variabel operasional perlu di definisikan atau diidentifikasi terlebih dahulu. Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Definisi operasional variabel bertujuan untuk melihat sejauh mana variabel-variabel suatu faktor berkaitan dengan faktor lainnya.

1. Iklan

Merupakan salah satu kegiatan untuk menyampaikan informasi atau pesan tentang *Top Coffee* kepada konsumen

Variabel-variabel yang terkait dengan periklanan adalah

- a. **Perhatian (*attention*) X1** merupakan pesan yang disampaikan dalam iklan, frekuensi penayangan, visualisasi yang terdapat dalam iklan *Top Coffee*.
- b. **Minat (*Interest*) X2** yaitu menjelaskan Persepsi konsumen mengenai produk setelah iklan ditampilkan, Efektif iklan, Kejelasan pesan yang terdapat dalam iklan *Top Coffee*.
- c. **Keinginan (*desire*) X3** menjelaskan perolehan informasi dari iklan, minat konsumen atas iklan, kepercayaan akan produk dari iklan yang disampaikan *Top Coffee*.
- d. **Rasa Percaya (*Conviction*) X4** merupakan penyampaian pandangan positif iklan *Top Coffee* melalui selebritis, ahli pakar seta membagikan.
- e. **Tindakan (*Action*) X5** memilih kata, penggunaan bahasa, kesesuaian produk dalam iklan *Top Coffe* euntuk membujuk agar konsumen membeli *Top Coffee*.

2. Keputusan pembelian konsumen

Keputusan pembelian (Y) adalah keputusan untuk melakukan pembelian *Top Coffee* yang dilakukan oleh konsumen setelah mendapat informasi melalui iklan di televisi sehingga memilih produk *Top Coffee*.

Tabel 3.1
Definisi Operasional dan Variabel

KONSEP	VARIABEL	INDIKATOR
Periklanan X	Perhatian (<i>attention</i>) X1	X _{1.1} Pesan yang disampaikan dalam iklan X _{2.2} Frekuensi penayangan iklan X _{1.3} Visualisasi iklan
	Minat (<i>Interest</i>) X2	X _{2.1} Persepsi konsumen mengenai produk setelah iklan ditampilkan X _{2.2} Efektif iklan X _{2.3} Kejelasan pesan
	Keinginan (<i>desire</i>) X3	X _{3.1} perolehan informasi dari iklan X _{3.2} Minat konsumen atas iklan X _{3.3} Kepercayaan konsumen akan produk
	Rasa Percaya (<i>Conviction</i>) X4	X _{4.1} Selebritis X _{4.2} Ahli/pakar X _{4.3} Membagikan
	Tindakan (<i>Action</i>) X5	X _{5.1} penggunaan bahasa X _{5.2} kesesuaian produk berdasarkan iklan
Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	Keputusan membeli	Y _{1.1} keputusan pembelian karena <i>attention</i> Y _{1.2} keputusan pembelian karena <i>Interest</i> Y _{1.3} keputusan pembelian karena <i>desire</i> Y _{1.3} keputusan pembelian karena <i>Conviction</i> Y _{1.4} Kuantitas Y _{1.5} keputusan pembelian karena <i>Action</i>

Sumber : Data diolah

Dalam penelitian ini, peneliti membagikan kuisioner yang disusun dengan menggunakan lima alternatif jawaban atau tanggapan atas pernyataan-pernyataan

untuk mengukur keputusan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada di dalam alat ukur. Dengan menggunakan alat ukur tersebut pembelian mie sedapp. Skala pengukuran menurut Iqbal, Hasan (2002:70) adalah dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. dimana jawaban untuk pernyataan diberi skor sebagai berikut:

1. Jawaban “Sangat Setuju” diberi skor 5
2. Jawaban “Setuju” diberi skor 4
3. Jawaban “Netral” diberi skor 3
4. Jawaban “Tidak Setuju” diberi skor 2
5. Jawaban “Sangat Tidak Setuju” diberi skor 1

Skala likert digunakan karena mempunyai banyak kemudahan, seperti kemudahan dalam menyusun pertanyaan, memberi skor, serta skor yang lebih tinggi tarafnya mudah dibandingkan dengan skor yang lebih rendah. Disamping itu juga mempunyai reliabilitas tinggi dalam mengurutkan berdasarkan intensitas sikap tertentu.

3.8 Metode Analisis

Bedasarkan permasalahan makah metode analisis yang digunakan adalah

3.8.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Arikunto (2002:144) menyatakan bahwa “validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen”. Validitas instrumen diukur berdasarkan validitas isi (*content validity*) yaitu mengkaji kesesuaian pada item-item pertanyaan yang ada dengan indikator yang

dikembangkan. Validitas instrumen diukur dengan menggunakan korelasi *product moment Pearson*. Adapun rumus *product moment Pearson* adalah sebagai berikut (Arikunto, 2002:146):

Dimana :

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

Instrumen dikatakan valid dengan membandingkan taraf signifikansi 0,05 (5%) dan nilai probabilitas (p) pada masing-masing butir pertanyaan kurang dari 0,05. Selain itu menurut Hasan (2002:80) ”syarat minimum untuk dianggap suatu butir instrumen valid adalah nilai indeks validitas (r) positif dan $\geq 0,3$ ”. Sehingga apabila korelasi antara skor butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Dengan bantuan komputer SPSS seri 16.0 for Windows.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu pengujian ada kaitannya dengan pengujian validitas. “Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama” (Umar, 2003:86). Jadi reliabilitas menunjukkan pada tingkat keterhandalan sesuatu. Menurut (sulhan, 2001 :8) pada program spss, metode ini dilakukan dengan metode cronbach alpha lebih besar dari 0,60.

Reliabilitas dapat diukur dengan rumus alpha, sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

keterangan:

r_{11} : Reliabilitas instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\Sigma\sigma_b^2$: Jumlah varians butir

σ_i^2 : Varians total.

3.8.2 Statistik Deskriptif

Menurut Sugiono (2004:142) statistik deskriptif adalah Statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan obyek penelitian yang terdiri dari gambaran lokasi penelitian, keadaan responden yang diteliti, serta item-item yang didistribusikan dari masing-masing variabel. Setelah data telah terkumpul, selanjutnya mengolah data kemudian mentabulasikan ke dalam tabel, kemudian membahas data yang telah diolah tersebut secara deskriptif. Ukuran deskriptif adalah dengan pemberian angka naik jumlah

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, yang digunakan untuk mencari pengaruh secara sendiri-sendiri (parsial) maupun secara bersama-sama (simultan) antara variabel bebas (X) dan variabel

terikat (Y). Data regresi adalah data hasil penelitian pengaruh *Store Atmosphere* (*General Interior, Exterior, Store Layout, Interior (Point-Off- Purchase) Display*) terhadap minat beli. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi berganda dengan rumus umum:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Dimana:

Y	=	Keputusan Pembelian
X1	=	Perhatian (<i>attention</i>)
X2	=	Minat (<i>Interest</i>)
X3	=	Keinginan (<i>desire</i>)
X4	=	Rasa Percaya (<i>Conviction</i>)
X5	=	Tindakan (<i>Action</i>)

3.8.4 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas data

Digunakan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari populasi berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik atau layak adalah data yang memiliki distribusi normal, Sugiyono (2008). Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan test Kolmogorov Smirnov, dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asynnotic Significant*), yaitu :

H0: sampel diambil dari distribusi normal

H1: sampel diambil bukan dari distribusi normal

$\alpha : 0,05$

Kriteria Uji : jika nilai probabilitas (sig) $> \alpha$, maka H_0 diterima

jika nilai probabilitas (sig) maka H_0 ditolak.

2. Uji Multikolinieritas

Digunakan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari populasi berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik atau layak adalah data yang memiliki distribusi normal, Sugiyono (2008). Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan test Kolmogorov Smirnov, dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asynnotic Significanted*), yaitu :

H_0 : sampel diambil dari distribusi normal

H_1 : sampel diambil bukan dari distribusi normal

$\alpha : 0,05$

Kriteria Uji : jika nilai probabilitas (sig) $> \alpha$, maka H_0 diterima

jika nilai probabilitas (sig) maka H_0 ditolak.

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas dapat dideteksi dari besarnya VIF (*Variance Inflation Factor*). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual antara satu pengamatan

dengan pengamatan yang lain. Jika varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain berbeda disebut heteroskedastisitas, sedangkan model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas di uji dengan menggunakan koefisien korelasi *Rang Spearman* yaitu mengkorelasikan antara absolute residual hasil dengan semua variabel bebas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas dan sebaliknya berarti non heteroskedastisitas atau homoskedastisitas. (Sulhan, 2001:46)

4. Uji Autokorelasi

Uji asumsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Ada beberapa cara untuk melakukan pengujian terhadap asumsi autokorelasi, salah satunya adalah *Durbin-Watson d test*. (Sulhan, 2011:22)

Salah satu cara untuk mendeteksi adanya autokorelasi menggunakan besaran *Durbin-Watson*. (Sulhan, 2011:22) menjelaskan pedoman yang dapat dijadikan pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai $D-W < -2$, berarti ada hubungan autokorelasi positif
- 2) Nilai $-2 \leq D-W \leq +2$, berarti tidak ada hubungan autokorelasi
- 3) Nilai $D-W > +2$, berarti ada hubungan autokorelasi negatif

Atau untuk kriteria pengambilan keputusan bebas autokorelasi juga dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Durbin-Watson*, dimana jika nilai d dekat dengan 2, maka asumsi tidak terjadi autokorelasi terpenuhi.

3.8.3 Uji Hipotesis

Untuk menguji keabsahan dari persamaan regresi yang berkaitan dengan hipotesis yang diajukan maka dilakukan dengan menggunakan uji t dan uji F

1. Uji F

Digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat dengan rumus (Hasan, 2002:125):

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

Dimana:

F = Pendekatan distribusi probabilitas fisher

R = Koefisien regresi

n = Jumlah data (sampel)

k = Jumlah variabel bebas

Dengan kriteria pengujian:

- Signifikansi $F \leq 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima
- Signifikansi $F > 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak.

2. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus sebagai berikut (Hasan, 2002:126):

$$t = \frac{b_i - B_i}{S_{b_i}}$$

Dimana:

b_i = Koefisien regresi

B_i = Probabilitas internal

S_{b_i} = Standart error

Jika analisis data telah dilakukan dan hasil perhitungannya diketahui, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} (atau dengan taraf signifikansi 0,05) kemudian ditarik kesimpulan apakah hipotesis alternatif diterima atau ditolak dengan ketentuan sebagai berikut:

- Signifikansi $t \leq 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima
- Signifikansi $t > 0,05$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada taraf uji 5 % berarti hipotesa nol (H_0) ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian secara parsial penayangan iklan di televisi mempunyai pengaruh yang signifikan dengan keputusan pembelian konsumen

Top Coffee pada masyarakat Kelurahan Merjosari Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.

3. Uji Dominan (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain (Hasan, 2002:128):

Dalam bahasa sehari-hari adalah kemampuan variabel bebas untuk berkontribusi terhadap variabel tetapnya dalam satuan persentase. Nilai koefisien ini antara 0 dan 1, jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati angka 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk analisisnya dengan menggunakan output SPSS dapat dilihat pada tabel "Model Summary".