

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang di lakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif yang dapat di ukur dengan angka atau numerik (Ginting & Situmorang, 2009). Adapun deskripsi penelitian dalam penelitian ini yaitu, mendeskripsikan fenomena mengenai konsumen yang membeli dan mengkonsumsi minuman bersoda merek coca-cola pada mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Medan Area, yang berkaitan dengan citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

##### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa khususnya Stambuk 2015 di Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, yang berlokasi di Jalan Sei Serayu No. 70 A / Jalan Setia Budi No. 79 B Medan.

##### **3. Waktu Penelitian**

Adapun waktu penelitian ini dimulai dari bulan Mei 2016 sampai dengan Nopember 2016. Untuk lebih jelasnya berikut ini disajikan tabel waktu penelitian.

**Tabel 3.1**  
**Rincian Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	Mei	Jun	Jul	Agt	Sep	Okt	Nop
1	Pembuatan dan seminar proposal	■	■					
2	Pengumpulan data			■	■	■		
3	Analisa data						■	
4	Penyusunan skripsi							■
5	Seminar hasil							
6	Pengajuan sidang meja hijau							■

## **B. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi Penelitian**

Populasi menurut Sugiyono (2009) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area stambuk 2015 yang berjumlah 403 Mahasiswa.

### **2. Sampel Penelitian**

Sugiyono (2009) “Sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti ini 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”.

Adapun teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *random sampling*, Menurut Sugiyono (2008) *random sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang di lakukan secara acak. Sehingga data yang diperoleh lebih representatif dengan melakukan proses

penelitian yang kompeten dibidangnya. Pelaksanaan *random sampling* dalam penelitian ini diberikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area stambuk 2015 yang pernah mengonsumsi minuman bersoda merek coca-cola.

Berdasarkan pendapat di atas dan mengingat keterbatasan waktu, biaya dan tenaga, maka metode penentuan subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini 25% dari jumlah populasi. Oleh karena itu yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Stambuk 2015 dengan total jumlahnya yaitu 100 orang.

### C. Definisi Operasional

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Ukur
Kualitas produk (X1)	Menurut bahwa “Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan barang, jasa, manusia, produk, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.	1. Kinerja 2. Keistimewaan tambahan 3. Keandalan 4. Kesesuaian dengan spesifikasi 5. Estetika	Likert
Citra Merek (X2)	Citra merek dapat direfleksikan oleh sekumpulan asosiasi yang menghubungkan pelanggan dengan merek dalam ingatannya	1. Jenis asosiasi yang digunakan 2. Sebagai pengenalan antara produk satu dengan yang 3. Memiliki fitur dan spesifikasi yang menarik 4. Citra merek yang terpercaya 5. Citra merek sebagai pengenalan antara produk satu dengan yang lainnya.	Likert
Keputusan pembelian	Menurut keputusan pembelian adalah	1. Tujuan dalam membeli sebuah produk	Likert

(Y)	pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilihan merek</li> <li>3. Kemantapan pada sebuah produk</li> <li>4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain</li> <li>5. Melakukan pembelian ulang</li> </ol>	
-----	---	--	--

Sumber : Sitinjak dan Tumpal (2005:56), Goetsch dan Davis (2004:4), Schiffman, Kanuk (2006)

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif. Sumber data yang digunakan penulis adalah menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh dari seluruh responden pada lokasi penelitian, melalui pengamatan, wawancara dan pengisian kuesioner.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan daftar pertanyaan (*Questioner*), yaitu untuk proses wawancara, penulis membagikan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya untuk diisi jawaban oleh pelanggan selama masa penelitian.

Pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2009:86) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial. Untuk keperluan analisa kuantitatif penelitian ini maka peneliti memberikan 5 (lima)

alternative jawaban kepada responden untuk masing-masing variabel dengan menggunakan skala 1 sampai 5, yang dapat dari tabel berikut :

**Tabel 3.3**  
**Instrumen Skala Likert**

No.	Item Instrumen	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu-ragu/kurang setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2009)

## **F. Teknik Analisa Data**

### **1. Uji Validitas**

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 17.00, dengan kriteria sebagai berikut :

Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  , maka pertanyaan dinyatakan valid.

Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  , maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

### **2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha* .Metode ini diukur berdasarkan skala *alpha Cronbach* 0 sampai 1.

### 3. Linear Berganda

Uji statistik menggunakan model analisis regresi berganda dengan memakai program *software SPSS 17.00 for windows* yaitu:

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

Dimana :

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian konsumen)

X<sub>1</sub> = Variabel bebas (Kualitas Produk)

X<sub>2</sub> = Variabel bebas (Citra Merek)

a = Konstanta

b<sub>1,2</sub> = Koefisien Regresi

### G. Uji Hipotesis

#### 1. Uji Simultan (Uji F)

Uji F, dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) Uji Simultan (Uji F), Kriteria pengujian :

$F_{hitung} > F_{tabel}$  = H<sub>0</sub> ditolak, jika variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

$F_{hitung} < F_{tabel}$  = H<sub>a</sub> diterima, jika variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

## 2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ), Kriteria pengujian:

$t_{hitung} > t_{tabel}$  =  $H_0$  ditolak, jika variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

$t_{hitung} < t_{tabel}$  =  $H_a$  diterima, jika variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

## 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (Kualitas Produk dan Harga) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) ditentukan dengan koefisien determinasi  $D = r^2 \times 100\%$ . Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien determinasi (*Adjusted*  $R^2$ ) yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besar variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ( $0 < \textit{Adjusted} R^2 < 1$ ), dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.

## H. Uji Asumsi Klasik

Syarat asumsi klasik yang harus dipenuhi model regresi berganda sebelum data tersebut dianalisis adalah sebagai berikut :

### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng dan distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan kurva *PP-Plots*, untuk memastikan apakah data di sepanjang garis diagonal normal maka di lakukan uji Kolmogorov Smirnov.

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut. Artinya, jika *varians* variabel *independent* adalah konstan (sama) untuk setiap nilai tertentu variabel independen disebut homokedastisitas.

### 3. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas berarti adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan membandingkan sebagai berikut :

- a.  $VIF < 5$  maka tidak terdapat multikolinearitas
- b.  $Tolerance > 0,1$  maka tidak terdapat multikoliniearitas