

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu suatu penelitian yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk deskriptif dengan menggunakan angka dan statistik.¹ Sedangkan jenis dari penelitian ini adalah analisis Regresi, dimana peneliti berusaha menghubungkan suatu variabel dengan variabel lain untuk memahami suatu fenomena dengan cara menentukan tingkat atau derajat pengaruh diantara variabel-variabel tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya pengaruh antara dua variabel atau lebih dalam penelitian ini yaitu pengaruh *Brand Image* (variabel x) dan keputusan pembelian (Variabel y).

1. Variabel bebas (x) adalah Citra merek
2. Variabel terikat (y) adalah keputusan pembelian

B. Lokasi Penelitian.

Penelitian ini dilakukan di pondok pesantren Al-Amin Jl.Ngasinan raya, Rejomulyo Kota Kediri.

C. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan gejala atau satuan yang ingin diteliti.² Populasi adalah wilayah yang terdiri atas objek /subjek yang mempunyai kualitas maupun karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi pondok pesantren

¹Ibnu Hajar, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Dalam Pendidikan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1999), 30.

² Bambang Prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 119

Al-Amin yang menggunakan *Handphone* Nokia tanpa kamera yaitu yang berjumlah 168 orang.

2. Sampel

Yang dimaksud dengan sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan di teliti. Berdasarkan pemahaman diatas, maka sampel dari penelitian ini adalah sebagian atau wakil yang sudah ditentukan dari populasi diatas. dalam penelitian ini ini survey responden disebarakan kepada 135 orang. Dengan 35 Orang untuk validasi dan 100 untuk penelitian.

D. Definisi Operasional

1. Merek

Merek atau cap ialah suatu tanda atau simbol yang memberikan identitas suatu barang/jasa tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar atau kombinasi keduanya.³

2. Citra Merek

Citra merek juga dapat dianggap sebagai jenis asosiasi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat sebuah merek tertentu. Asosiasi tersebut secara sederhana dapat muncul dalam bentuk pemikiran atau citra tertentu yang dikaitkan pada suatu merek, sama halnya ketika kita berpikir mengenai orang lain.⁴

3. Keputusan Pembelian

Dalam perilaku konsumen pengambilan keputusan konsumen adalah suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternative pilihan dan memilih salah satu atau lebih alternative yang di perlukan berdasarkan pertimbangan tertentu.⁵

³ Buchori Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2013), 147

⁴ Terence A. Shimp, *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Terj. 12

⁵ James F. Engel, *Perilaku Konsumen*, Terj, Budiayanto (Jakarta: Binaripa Aksara. 1994), 385

E. Instrumen Penelitian

Instrumen yaitu alat bantu yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data. instrumen penelitian sangat menentukan keberhasilan dari suatu penelitian. Oleh karena itu, dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah sebagai berikut:⁶

1. Metode Angket

Angket adalah daftar pertanyaan yang akan diberikan kepada responden baik secara langsung atau tidak langsung (melalui pos atau perantara).⁷ Adapun angket ini digunakan untuk memperoleh data pengguna Handphone Nokia tanpa kamera pada mahasiswi pondok pesantren Al-Amin. Indikator yang digunakan untuk pertanyaan angket adalah sebagai berikut:

a. *Brand image Handphone* nokia tanpa kamera

Tabel 3.1
Indikator Citra merek (Brand image)

Variabel	Indikator
Citra Merek (<i>Brand image</i>)	Keunggulan Asosiasi Merek
	Kekuatan Asosiasi Merek
	Keunikan Asosiasi Merek

b. keputusan pembelian mahasiswi pondok pesantren Al-Amin

Tabel 3.2
Indikator Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator
----------	-----------

⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, 134

⁷ Husaini Usman, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: Bumi Aksara, 1998), 60

Keputusan Pembelian Pengenalan kebutuhan

Pencarian informasi

Evaluasi alternatif

Keputusan pembelian

Perilaku pasca pembelian

Memberi skor digunakan untuk penilaian jawaban angket atau kuisioner yang disebar dalam penelitian ini pemberian skor adalah sebagai berikut:

- a. Untuk jawaban a, sangat setuju skor 5
- b. Untuk jawaban b, setuju skor 4
- c. Untuk jawaban c, Netral skor 3
- d. Untuk jawaban d, tidak setuju skor 2
- e. Untuk jawaban e, sangat tidak setuju skor 1

F. Analisis Data

Dalam analisis data, perlu adanya tahap-tahap yang akan dilakukan oleh peneliti, yang kemudian tahap-tahap ini akan dapat menjadi pedoman bagi peneliti dalam melakukan analisis data. Tahap-tahap analisis data seperti yang dikemukakan oleh Muhammad Idrus yaitu:

1. Persiapan

Kegiatan dalam persiapan ini adalah

- a. Mengecek nama dan kelengkapan identitas responden
- b. Mengecek kelengkapan data yang diterima
- c. Mengecek jawaban responden terhadap variabel-variabel utama, jika tidak lengkap maka item tersebut harus di *drop*.⁸

⁸ Hamzah B. Uno, *Teori Motivasi dan Pengukurannya Di Bidang Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 23.

2. Tabulasi data

Kegiatan tabulasi adalah kegiatan memasukkan data kedalam tabel-tabel yang telah dibuat. Tabulasi dalam penelitian ini menggunakan cara pemberian skor (scoring) terhadap jawaban atas item-item pertanyaan yang terdapat dalam angket sesuai dengan pedoman skoring yang telah dijelaskan sebelumnya.

3. Uji Validitas dan Reliabilitas data

a. Uji validitas

Suatu instrumen baru dapat digunakan dalam penelitian bilamana telah dinyatakan valid. Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan cara menguji validitas yaitu dengan mengukur korelasi antara butir-butir pertanyaan dengan skor pertanyaan secara keseluruhan.⁹

Pengambilan keputusan untuk menentukan item yang valid digunakan r hitung dibandingkan dengan r tabel dengan N jumlah sampel yang diambil. Jika r hitung $>$ r tabel, maka item dikatakan valid. Akan tetapi jika r hitung $<$ r tabel maka item dikatakan tidak valid dan harus dihapus.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan konsistensi dari alat ukur dalam mengukur gejala yang sama dilain kesempatan. Instrumen dikatakan reliabel apabila instrument tersebut konsisten dalam memberikan penilaian atas apa yang diukur.¹⁰

Untuk mengetahui Reliabelitas instrumen peneliti berpedoman pada hasil (*cronbach alpha*) yang mana uji reliabilitas ini hanya dilakukan pada data yang

⁹ Purbayu budi dan Ashari. *Analisis Dengan Microsoft dan SPSS* (Yogyakarta:Andi, 2005), 247-248

¹⁰ Ibid, 251

dinyatakan valid. Untuk menguji reliabilitas digunakan teknik *cronbach alpha* $\geq 0,60$, maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel dan jika *alpha (cronbach alpha)* $\leq 0,60$, maka instrumen tersebut tidak reliabel dan harus diperbaiki lagi.¹¹

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mendekati distribusi normal , yakni distribusi data dengan bentuk lonceng (*bell shaped*). Data yang baik adalah data yang mendekati distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak menceeng ke kiri atau kekanan. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, Skewness dan Kurtosis.¹²

a. Analisis Korelasi

Korelasi ialah merupakan istilah statistik yang menyatakan derajat hubungan linier antara dua variabel atau lebih. Yang dikemukakan oleh Karl Pearson pada awal 1900. oleh karena itu terkenal dengan sebutan *korelasi pearson product moment (PPM)*.¹³

Analisis ini menggunakan *pearson correlation* untuk mengetahui kuat lemahnya pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian *Handphone* Nokia tanpa kamera.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Pada umumnya terdapat tingkatan nilai dalam menentukan hubungan antara dua variabel atau lebih untuk menunjukkan suatu variabel memiliki

¹¹ Sunjoyo et. al, *Aplikasi Spss untuk Smart Risert* (Bandung: Alfabeta, 2013) 41

¹² Ibid, 59

¹³ Ibid.59

hubungan atau tidak dipergunakan pedoman dalam menentukan koefisien korelasi sebagai berikut:

Gambar 3.4
Interpretasi nilai r *Product Moment*

Rentang nilai korelasi	Keputusan
0,00- 0,199	Sangat rendah
0,20- 0,399	Rendah
0,40- 0,599	Sedang
0,60- 0,799	Kuat
0,80- 1,000	Sangat kuat

Pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Service Solution*) versi 16.

b. Analisis Regresi Sederhana

Setelah melakukan serangkaian uji instrumen diatas, maka data yang sudah dikumpulkan tersebut dianalisis dengan menggunakan metode regresi sederhana.

Persamaan regresi dalam penelitian adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y= Variabel kriterium (variabel keputusan pembelian konsumen)

x = Variabel predictor (variabel *brand image*)

a= konstanta

b= koefesien arah regresi linier.¹⁴

Untuk mencari a dan b, digunakan rumus:

¹⁴ Hussaini Usman dan purnomo setiady akbar, *Pengantar statistik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006) 219

$$a = \frac{(\Sigma y)(\Sigma x^2) - (\Sigma x)(\Sigma xy)}{n \cdot \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

$$b = \frac{n(\Sigma xy) - (\Sigma x)(\Sigma y)}{n \cdot \Sigma x^2 - (\Sigma x)^2}$$

c. Uji asumsi klasik

1. Outlier

Outlier adalah data observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim baik secara univariat maupun multivariat. data ekstrim tersebut muncul karena berbagai kemungkinan: 1) kesalahan prosedur dalam memasukan data atau mengkode, 2) karena keadaan yang benar-benar khusus, seperti pandangan responden terhadap suatu yang menyimpang, 3) karena ada sesuatu alasan yang tidak diketahui penyebabnya oleh peneliti, 4) muncul dalam reng nilai yang ada tetapi bila dikombinasi dengan variabel lain menjadi ekstrim (disebut *multivariate outliers*).¹⁵

pengujian *univariate outlier* dapat dilakukan dengan menentukan nilai ambang batas yang akan dijadikan outlier dengan cara mengkonversi nilai data penelitian kedalam *standart score* atau *Z-Score*.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, Maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu.

¹⁵ Sunjoyo et. al, *Aplikasi Spss untuk Smart Risert*, 55

Alat statistik yang sering dipergunakan untuk menguji gangguan multikolinearitas adalah dari aspek berikut ini:

- a). Jika nilai VIF tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang 0,1, maka model dapat dikatakan bebas dari multikolinearitas, $VIF = 1 / \text{Tolerance}$,. jika $VIF = 10$, maka $\text{tolerance} = 1/10 = 0,1$. semakin tinggi VIF maka semakin rendah tolerance.
- b). Jika nilai koefisien korelasi antara masing masing variabel independen kurang dari 0,70, maka model dapat dikatakan bebas dari multikolinearitas, jika nilai korelasi lebih dari 0,70, berarti terjadi korelasi yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolinearitas.
- c). Jika nilai koefisien determinan, baik R^2 ataupun adjusted R^2 diatas 0,60 namun tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen, maka diasumsikan model terkena multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain.¹⁶ Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas.

Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah menyempit kemudian melebar

¹⁶ Sunjoyo et. al, *Aplikasi Spss untuk Smart Risert*, 69

atau sebaliknya melebar kemudian menyempit. uji statistik yang dapat digunakan adalah uji Glejser, uji Park atau uji White.

4. Uji Autokolerasi

Uji Autokolerasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara periode t dengan periode sebelumnya ($t-1$). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jika tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Uji Autokolerasi hanya dilakukan pada data time series (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data cross section seperti ada kuesioner di mana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan.

d. Uji Signifikansi Regresi

Untuk menguji bisa tidaknya model regresi tersebut digunakan dan untuk menguji kebenaran hipotesis yang dilakukan maka diperlukan pengujian statistik sebagai berikut.

1. Uji t

Untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen dilakukan uji t atau t - statistik. jika t hitung lebih kecil dari t tabel maka H_0 di terima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen. Apabila t hitung lebih besar daripada t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.¹⁷

¹⁷ Ali Anwar, *Statistik Untuk Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya dengan SPSS dan Excel* (Kediri: IAIT Press, 2009) 146.

2. Uji F

Pengujian simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.¹⁸ penarikan kesimpulan dilakukan dengan berdasarkan probabilitas, jika tingkat signifikannya (α) > 0,05 maka semua variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan variabel dependen. jika tingkat signifikannya (α) < 0,05 maka semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap nilai perubahan nilai variabel dependen. Jika f hitung lebih kecil dari f tabel maka Ho diterima, artinya bahwa bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel dependen. Apabila f hitung lebih besar daripada f tabel maka Ho di tolak dan Ha diterima, artinya bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.¹⁹

¹⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis multivariatie dengan program SPSS Dengan* (Semarang: Badan Penerbit Undip Semarang, 2005), 84

¹⁹ Ali Anwar, *Statistik Untuk Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya dengan SPSS dan Excel*. 146