

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Rancangan Penelitian**

Desain penelitian ini menggunakan penelitian verifikatif. Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran melalui pengumpulan data di lapangan (Arikunto, 2012). Sedangkan metode yang akan digunakan adalah *explanatory survey*. Penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis (Singarimbun & Effendi, 2012). pada penelitian ini terdapat 2 variabel yaitu Keputusan Pembelian sebagai variabel dependen, citra merek sebagai variabel independen. Populasi dan sampelnya adalah mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2016, 2017, 2018, skala pengukuran menggunakan skala likert, metode pengumpulan data dilakukan dengan cara angket dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan metode regresi linier sederhana dan uji hipotesis dengan bantuan program SPSS.

#### **3.2. Lokasi dan Obyek Penelitian**

Lokasi penelitian ini pada STIE PGRI Dewantara Jombang Jln. Prof. Muh. Yamin No.77, Pandanwangi, Kec. Diwek, Jombang. Obyek penelitian ini yaitu citra merek dan keputusan mahasiswa dalam memilih melanjutkan studi di STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG.

### 3.3. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini meliputi antara lain :

1. Variabel Bebas (X) :

a. Citra merek (X)

Adalah kumpulan kesan yang ada di benak mahasiswa mengenai citra kampus STIE PGRI DEWANTARA Jombang yang dirangkai dari ingatan-ingatan mahasiswa terhadap citra kampus STIE PGRI DEWANTARA Jombang tersebut. Berikut merupakan poin dimensi dari citra merek :

1) Kekuatan asosiasi merek, bagaimana informasi tentang STIE PGRI DEWANTARA Jombang dapat diingat oleh mahasiswa sebagai :

- a) Kampusya calon bos – bos.
- b) Kampus wirausahawan.
- c) Kampus yang telah terakreditasi B.
- d) Dan kampus yang populer.

Serta bagaimana informasi yang ada tersebut dapat bertahan dan melekat diingatan mahasiswa.

2) Keuntungan asosiasi merek, mahasiswa percaya pada :

- a) Fasilitas kampus yang memadai.
- b) Kualitas yang telah terakreditasi B.
- c) Serta keterjangkauan yang terletak strategis di kota Jombang  
Sehingga dapat menjawab kebutuhan dan keinginan mahasiswa.

- 3) Keunikan asosiasi merek, STIE PGRI DEWANTARA Jombang memiliki keunggulan bersaing berdasarkan :
- a) Atribut jasa yang berfungsi sebagai lembaga pendidikan ekonomi.
  - b) Memiliki citra sebagai kampus ekonomi yang terbaik, yang dirasakan oleh mahasiswa STIE PGRI DEWANTARA Jombang .

2. Variabel terikat (Y) : Keputusan Mahasiswa (Y)

Yaitu keputusan yang diambil oleh mahasiswa dalam memilih, dengan indikator sebagai berikut :

- 1) Pengenalan Masalah yaitu tingkat kebutuhan mahasiswa.
- 2) Pencarian Informasi yaitu tingkat pencarian informasi yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.
- 3) Evaluasi Alternatif yaitu tingkat respon menentukan pilihan dari berbagai alternatif / pilihan kampus.
- 4) Keputusan Pembelian, yaitu tingkat keputusan pembelian
- 5) Perilaku Pasca Pembelian yaitu adanya merekomendasikan kepada orang lain.

Tabel 3.1

Operasionalisasi variabel

Variabel	Indikator	Item
	Kekuatan asosiasi merek	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informasi yang diingat dan bertahan dalam benak mahasiswa</li> <li>2. Kampus wirausahawan.</li> <li>3. Kampus yang telah terakreditasi B.</li> <li>4. kampus yang populer.</li> </ol>

Variabel	Indikator	Indikator
Citra merek (X)	Keuntungan asosiasi merek	1. Fasilitas kampus yang memadai. 2. Kualitas yang telah terakreditasi B. 3. Keterjangkauan, terletak strategis di kota Jombang
	Keunikan asosiasi merek	1. Atribut jasa yang berfungsi sebagai lembaga pendidikan ekonomi. 2. Memiliki citra sebagai kampus ekonomi yang terbaik
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Masalah	1. STIE PGRI Dewantara Jombang sesuai dengan kebutuhan Mahasiswa. 2. STIE PGRI Dewantara sesuai dengan keinginan mahasiswa.
	Pencarian Informasi	3. Mahasiswa mengetahui STIE PGRI Dewantara dari media masa. 4. Mahasiswa mengetahui STIE PGRI Dewantara dari temannya.
	Evaluasi Alternatif	5. melakukan evaluasi terlebih dulu dari berbagai pilihan Universitas di Jombang.
	Keputusan Pembelian	6. Mahasiswa memutuskan memilih STIE PGRI Dewantara
	Perilaku Pasca Pembelian	7. merekomendasikan kepada orang lain.

### 3.4. Skala Pengukuran

Pengukuran nilai dari angket ini menggunakan skala likert. Skala likert ini digunakan karena memiliki kemudahan dalam menyusun pertanyaan, memberi skor, serta skor yang lebih tarafnya mudah dibandingkan dengan skor yang lebih rendah. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel-variabel yang akan diuji,

pada setiap jawaban akan diberikan skor (Sugiyono, 2010) Skala likert menggunakan lima tingkatan jawaban yang dapat dilihat pada Tabel berikut ini :

Tabel 3.2  
Instrument Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2010)

Pada penelitian ini responden diharapkan memilih salah satu dari kelima alternatif jawaban yang tersedia, kemudian setiap jawaban yang diberikan akan diberikan nilai tertentu (1, 2, 3, 4, dan 5). Nilai yang diperoleh akan dijumlahkan dan jumlah tersebut menjadi nilai total. Nilai total inilah yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala likert.

### 3.5. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari obyek penelitian (Arikunto, 2012). Populasi yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE PGRI Dewantara angkatan tahun 2016 berjumlah 463, angkatan tahun 2017 berjumlah 439, angkatan tahun 2018 berjumlah 553 dengan total mahasiswa sebanyak 1455 orang.

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti (Arikunto, 2012). Sampel menurut Arikunto (2012), adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin,

Umar (2012) menyatakan bahwa untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui dapat dilakukan dengan rumus slovin yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N.e^2} \qquad n \frac{1455}{1 + (1455 \times (0.1)^2)} = 93.5$$

Dimana

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran karena ketidaktelitian karena kesalahan yang dapat ditoleransi 10% atau 0,1

Dengan menggunakan rumus diatas diperoleh nilai sampel sebesar 93.5

Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebesar 94 responden.

Pengambilan sampel *proportionate stratified random sampling* yakni mengambil sampel secara acak dengan strata secara proposional (Sugiyono, 2012). Pengambilan sampel terbagi dalam 3 angkatan dengan perincian sebagai berikut :

Tabel 3.3  
Pembagian jumlah sampel

No	Angkatan	Jumlah Mahasiswa	Jumlah sampel
1	Tahun 2016/2017	463	463/1455*94=30
2	Tahun 2017/2018	439	439/1455*94 =28
3	Tahun 2018/2019	553	553/1455*94 =36
Jumlah		1455	94

Sumber data: STIE PGRI Dewantara Jombang 2019

### **3.6. Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer, yaitu data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan. (Umar, 2008). Data primer berupa penyebaran angket kepada responden.
2. Data Sekunder, yaitu data primer yang telah diolah lebih lanjut baik oleh pengumpul data atau pihak lain. (Umar, 2008)

### **3.7. Pengumpulan Data**

1. Angket

Angket ini disusun secara terstruktur untuk menjangkau data, sehingga diperoleh data yang akurat berupa tanggapan langsung dari konsumen sebagai data primer.

2. Dokumentasi

Pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah dokumen sebagai data sekunder, data deskriptif dan justifikasi hasil penelitian.

### **3.8. Uji Validitas Dan Reliabilitas**

1. Uji validitas

Validitas merupakan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuisisioner dalam pengumpulan data penelitian, maka kuisisioner yang disusun harus mengukur apa yang ingin diukur (Umar,

2008). Uji validitas pada penelitian ini menggunakan rumus *Pearson Product Moment*. Perhitungan uji validitas tersebut menggunakan bantuan SPSS versi 20.0. Bila hasil uji kemaknaan untuk  $r$  menunjukkan  $r$ -hitung > 0,3 dinyatakan valid (Sugiyono, 2010). Teknik korelasi product moment, rumus sebagai berikut :

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

Dimana :  $r$  = korelasi

$X$  = skor item  $X$

$Y$  = total item  $Y$

$n$  = banyaknya sampel dalam penelitian

Pada penelitian ini digunakan sampel untuk pengujian validitas dan reliabilitas sebanyak 30 konsumen.

Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas

No item	Variabel	r hitung	r kritis	Keterangan
1	<i>Brand Image (X)</i>	0,595	0,3	valid
2		0,595	0,3	valid
3		0,612	0,3	valid
4		0,770	0,3	valid
5		0,669	0,3	valid
6		0,696	0,3	valid
7		0,763	0,3	valid
8		0,706	0,3	valid
9		0,774	0,3	valid
1	Keputusan Pembelian (Y)	0,856	0,3	valid
2		0,703	0,3	valid

3		0,727	0,3	valid
4		0,789	0,3	valid
5		0,639	0,3	valid
6		0,781	0,3	valid
7		0,711	0,3	valid
8		0,684	0,3	valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Tabel 3.3 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing item pernyataan terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan, dan menunjukkan bahwa  $r$  hitung  $> 0,3$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dinyatakan valid

## 2. Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi hasil pengukuran bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan alat ukur yang sama. Hasilnya ditunjukkan oleh sebuah indeks yang menunjukkan seberapa jauh suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji ini diterapkan untuk mengetahui responden telah menjawab pertanyaan – pertanyaan secara konsisten atau tidak, sehingga kesungguhan jawabannya dapat dipercaya. Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian ini digunakan formula *Cronbach Alpha*. Dalam hal ini apabila nilai koefisien  $\alpha \geq 0,6$  (Arikunto, 2012), maka dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan tersebut reliabel.

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 3.5 berikut ini:

Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Koefisien $\alpha$	Keterangan
<i>Brand Image (X)</i>	0,859	0,6	Reliabel
Keputusan pembelian (Y)	0,878	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

### 3.9. Analisis Data

#### 3.9.1. Analisa Deskriptif

Analisa deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing masing item variabel dengan skala pengukuran satu sampai lima, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} & \frac{\text{Nilai Skor tertinggi} - \text{nilai skor terendah}}{\text{Jumlah kategori}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Sehingga interpretasi skor sebagai berikut :

- 1) 1,0 – 1,8 = Buruk sekali
- 2) 1,81 - 2,6 = Buruk

- 3) 2,61 - 3,4 = Cukup
- 4) 3,41 - 4,2 = Baik
- 5) 4,21 - 5,0 = Sangat Baik      Sumber : (Sudjana, 2005)

### 3.9.2. Regresi Linier Sederhana

Regresi berganda didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal variabel independen dengan variabel dependen (Sugiyono, 2010). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui Citra Merek (X) terhadap keputusan Mahasiswa (Y).

Persamaan Regresi linier sederhana menggunakan rumus :

$$Y = a + bX + \epsilon$$

Keterangan :

- Y = Keputusan Mahasiswa
- a = konstanta
- b = Koefisien regresi Citra Merek
- X = Citra Merek

### 3.9.3. Pengujian Hipotesis dengan Uji -t

Untuk menguji apakah hasil dari koefisien regresi ini berpengaruh atau tidak, maka digunakan alat analisis uji-t dengan rumus (Sugiyono, 2010):

$$t = \frac{r\sqrt{n} - 2}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan :

- r : Koefisien korelasi

n : jumlah sampel

Kaidah keputusan sebagai berikut :

- a) Jika  $t_{sig} \leq \alpha = 5\%$  , maka Hipotesis diterima
- b) Jika  $t_{sig} > \alpha = 5\%$  , maka Hipotesis ditolak.

#### 3.9.4. Koefisien Diterminasi ( $R^2$ )

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  terletak antara 0 sampai dengan 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Tujuan menghitung koefisien determinasi adalah untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Perhitungan nilai koefisien deteminasi ini diformulasikan sebagai berikut:

$$R^2 = 1 - \frac{SSe}{SSt} \text{ (Ghozali, 2011)}$$