

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **1.1 Rancangan Penelitian**

Penelitian ini merupakan ekplanasi (*eksplanatory research*), yaitu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antar variabel penelitian melalui pengujian hipotesis.

Jenis penelitian ini adalah verifikatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji secara matematis dugaan mengenai adanya hubungan antara variabel dan masalah yang diselidiki didalam hipotesis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Skala pengukuran menggunakan skala Likert, metode pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Dan metode analisis data yang digunakan adalah regresi berganda, asumsi klasik uji hipotesisi (uji t & uji  $R^2$ ) dan diolah dengan menggunakan SPSS versi 23.0.

#### **1.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

##### **1.2.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dalam penelitian ini berada di PT. Apikomindo Jombang yang berada di Jl. Soekarno Hatta. Ruko Cempaka Mas blok B2 Jombang.

##### **1.2.2 Waktu Penelitian**

Peneliti melaksanakan penelitian selama 3 bulan yakni pada tanggal 1 April 2017 sampai dengan 30 Juni 2017.

### 1.2.3 Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada pengaruh *Brand Image* dan Saluran Distribusi terhadap Keputusan Pembelian kartu perdana Telkomsel yang dilaksanakan di PT. Apikomindo Jombang.

### 1.2.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

#### a. Variabel Independen

Variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain, dalam penelitian ini Variabel Independennya adalah :

##### 1) Brand Image ( $X_1$ )

*Brand Image* adalah asosiasi yang muncul pada konsumen terhadap suatu produk atau jasa ketika konsumen mengingat merek produk atau jasa tersebut. Menurut Aaker dan Biel (1993 : 13), indikator yang digunakan untuk mengukur citra merek adalah sebagai berikut :

1. Citra pembuat, yaitu sekumpulan asosiasi yang membuat dipresepsikan konsumen terhadap perusahaan yang membuat suatu produk atau jasa.
2. Citra pemakai, yaitu sekumpulan asosiasi yang dipresepsikan konsumen terhadap pemakai yang menggunakan barang atau jasa.
3. Citra produk, yaitu sekumpulan asosiasi yang dipresepsikan konsumen terhadap suatu produk.

## 2) Saluran Distribusi ( $X_2$ )

Saluran Distribusi adalah kegiatan yang memperlancar penyaluran produk atau jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga produk atau jasa tersebut dapat dikonsumsi oleh konsumen. Menurut Kotler (2007 :122) untuk mengukur distribusi dapat menggunakan indikator-indikator sebagai berikut :

1. Sistem transportasi: berkaitan dengan cara pengiriman atau penyaluran produk.
2. Ketersediaan Produk : jumlah produk yang tersedia dari perusahaan bagi konsumen.
3. Penantian : lamanya penantian produk yang diinginkan konsumen.

### **b. Variabel Dependen**

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel independen. Dalam penelitian ini yang dijadikan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y). Keputusan pembelian adalah proses dimana seorang konsumen melakukan pembelian terhadap suatu produk. Indikator-indikator keputusan pembelian adalah :

1. pengenalan masalah
2. pencarian informasi
3. evaluasi alternatif
4. keputusan pembelian

### 1.3 Instrumen Penelitian

**Tabel 3.1**

Instrumen dalam penyusunan penelitian ini bisa dilihat melalui tabel berikut:

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan	Sumber
1	<i>Brand Image</i> (X <sub>1</sub> )	1. Citra pembuat	1. Telkomsel merupakan perusahaan dengan jaringan terluas	Aaker dan Biel (1993 : 13),
			2. Perusahaan Telkomsel mampu bersaing dengan provider lain	
		2. Citra pemakai	1. Kartu perdana Telkomsel memberikan kebanggaan	
			2. Produk Telkomsel sesuai dengan kebutuhan konsumen.	
		3. Citra Produk	1. Produk Telkomsel memiliki kemampuan yang memiliki perkembangan teknologi	
			2. Produk Telkomsel memberikan manfaat bagi konsumen.	
2	Saluran Distribusi (X <sub>2</sub> )	1. Sistem transportasi	1. Lokasi perusahaan Telkomsel mudah di jangkau	Kotler (2007 :122)
			2. Sistem transportasi terstruktur	
		2. Ketersediaan Produk	1. Perusahaan selalu menyediakan produk	
			2. Produk Telkomsel banyak varian	
		3. Penantian	1. Kartu perdana Telkomsel mudah di dapat.	
			2. Garansi produk Telkomsel terjamin	
3	Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan masalah	1. Perdana telkomsel dikenal banyak masyarakat	Kotler dan Keller (2009:235).
			2. Produk Telkomsel menunjang kebutuhan dalam segi teknologi berkomunikasi	
		1. pencarian informasi	1. Pencarian informasi Telkomselcepat.	
			2. Konsumen mudah mengakses informasi produk Telkomsel.	
		2. evaluasi alternatif	1. Desain produk Telkomsel lebih menarik	
			2. Konsumen mengevaluasi produk lain di pasaran	
		3. keputusan pembelian	1. Konsumen berminat membeli produk Telkomsel	
			2. Konsumen memilih Produk Telkomsel sesuai kebutuhan	

## 1.4 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah pernyataan yang dirancang untuk mengukur tingkat keputusan pembelian kartu perdana Telkomsel di PT. Apikomindo Jombang. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala likert yang ada pada angket.

Variable tersebut diberikan penilaian sebagai berikut :

1. Diberi skor 1, dengan kategori Sangat Tidak Baik (STB)
2. Diberi skor 2, dengan kategori Tidak Baik (TB)
3. Diberi skor 3, dengan kategori Netral (N)
4. Diberi skor 4, dengan kategori Baik (B)
5. Diberi skor 5, dengan kategori Sangat Baik (SB)

*Skala Likert* menggunakan ukuran data ordinal selanjutnya skor jawaban responden dijumlahkan dan dirata-ratakan menjadi skor rata-rata, skor inilah yang kemudian ditafsirkan sebagai posisi penilaian dalam *skala likert*. Alasan di gunakan skala *likert* karena memiliki beberapa kebaikan dibandingkan tipe yang lain yaitu selain relative mudah.

## 1.5 Populasi dan Sampel

### 1.5.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Jombang yang terdaftar sebagai pengguna Kartu Perdana Telkomsel lebih dari 3 bulan. Yang dapat dilihat melalui tabel data sebagai berikut :

**Tabel. 3.2**  
Data masyarakat pengguna kartu telkomsel di Jombang

NO	BOOTH	DATA
1	Apikomindo	21.467
2	Grapari	9.412
3	Plasa Telkom	6.703
Jumlah		37.582

Sumber : Data PT. APIKOMINDO 2017

### 1.5.2 Sampel

Sampel adalah pengumpulan data tidak dilakukan dari seluruh responden yang menjadi anggota populasi tetapi hanya sebagian saja. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari masyarakat Jombang. Karena populasi dapat di tentukan secara tepat maka untuk menentukannya menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

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

**Dimana :**

$n$  = Ukuran sampel

$N$  = Ukuran populasi

$e$  = kesalahan pengambilan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini adalah 95% maka nilai  $N$  adalah 37,582. Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel sebesar 10%, maka dari perhitungan rumus slovin tersebut dapat diperoleh sampel yang di butuhkan yaitu :

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

$$n = \frac{37,582}{1 + 37,582 (0,10)^2}$$

$$n = 99,77$$

jadi berdasarkan rumus di atas, besarnya nilai sampel sebesar 99,77 orang, untuk mempermudah perhitungan pengambilan sampel maka dibulatkan menjadi 100 orang yang bisa di jelaskan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.3**  
Rincian Jumlah Sampel yang digunakan.

NO	BOOTH	DATA	PROPORSI	JUMLAH SAMPEL
1	Apikomindo	21.467	57%	50
2	Grapari	9.412	25%	30
3	Plasa Telkom	6.703	18%	20
Jumlah		37.582	100%	100

Sumber :Data Perusahaan PT. Apikomindo, 2017

### 1.5.3 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam pengambilan sampel Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling*, yaitu semua elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Hal ini dilakukan karena mengingat keterbatasan waktu yang ada, maka metode pengambilan sampel menggunakan *Accidental sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang

kebetulan bertemu dengan peneliti, dapat digunakan sebagai sampel jika responden dipandang cocok sebagai sumber data.

Dalam penelitian ini masyarakat Jombang yang kebetulan menggunakan produk Telkomsel. Terlebih dahulu peneliti bertanya kepada masyarakat tersebut, jika masyarakat tersebut pengguna kartu perdana Telkomsel maka masyarakat tersebut memenuhi kriteria dalam pemilihan responden dan layak untuk di berikan daftar angket.

## **1.6 Jenis Data dan Sumber Data**

### **1.6.1 Jenis Data**

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*) yakni dilakukan dengan melakukan survey langsung ke obyek penelitian dalam penelitian ini yang dimaksudkan adalah PT. Apikomindo Jombang.

Penelitian ini bersifat *deskriptif-kuantitatif, deskriptif* yaitu menggambarkan dan menjelaskan pengaruh antara variabel independen yaitu *Brand Image* dan *Saluran Distribusi* terhadap variabel dependen keputusan Pembelian, Kuantitatif karena data penelitian berupa angka dan analisis menggunakan statistik dilakukan dengan bantuan aplikasi komputer Statistika SPSS For Windows.

### **1.6.2 Sumber Data**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data primer dan data skunder.

#### 1) Data Primer

Data primer digunakan dalam penelitian ini adalah angket yang disebarakan pada Masyarakat yang menggunakan produk PT. Apikomindo Jombang.

#### 2) Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara yang dipublikasikan misal : buku perusahaan, majalah, brosur dan reverensi lainnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

### **1.6.3 Metode Pengumpulan Data atau Teknik Pengambilan Data**

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan datanya adalah sebagai berikut :

#### **a. Observasi**

Pengamatan secara langsung pada obyek penelitian, guna memperoleh gambaran yang jelas terhadap permasalahan yang diteliti.

#### **b. Wawancara**

Penulis melakukan penelitian langsung di PT. Apikomindo Jombang dengan mewawancarai seluruh masyarakat yang menggunakan produk telkomsel untuk memperoleh keterangan dan data-data yang diperlukan yang berkaitan erat dengan penelitian. Data yang dikumpulkan ini nantinya akan diikutsertakan dalam analisis maupun sebagai dasar untuk menyusun angket.

### **c. Angket**

Teknik ini digunakan oleh peneliti sebagai pengumpulan data. Hal ini dilakukan dengan cara mengedarkan daftar pernyataan tertulis kepada responden yang telah ditetapkan.

### **d. Dokumentasi**

Metode dokumentasi merupakan teknik atau metode dalam pengumpulan data dengan memanfaatkan dokumen atau mendokumentasikan semua kegiatan yang dilakukan pada saat penelitian baik berupa foto, video dan juga catatan tertulis yang berhubungan dengan kejadian saat penelitian berlangsung.

## **1.7 Uji Instrumen**

### **1.7.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2001).

Menurut Sugiyono (2006) alat ukur yang digunakan adalah dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*, guna menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total. Pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor tiap item dengan skor total. Untuk menguji validitas item kuesioner digunakan metode *correlation pearson*. Item dikatakan valid jika nilai-nilai *correlation pearson* lebih dari nilai  $r$  kritis. Untuk memudahkan peneliti dalam

penelitian ini maka peneliti menyarankan jumlah responden untuk di uji maksimal 30 orang. Berdasarkan teori uji validitas, maka secara riil item yang dipakai dalam penelitian ini adalah yang memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0,361. nilai kritis yang ditetapkan adalah sebesar 0,361 dengan tingkat signifikansi 5% (Sugiono, 2007).

**Tabel 3.4**  
Validitas *Brand Image*, Saluran Distribusi dan Keputusan Pembelian

Variabel	No Pertanyaan / item	Validitas		Keterangan
		Korelasi (r)	R <sub>tabel</sub>	
X1	X1.1	0,691	0,361	Valid
	X1.2	0,869	0,361	Valid
	X1.3	0,859	0,361	Valid
X2	X2.1	0,813	0,361	Valid
	X2.2	0,826	0,361	Valid
	X2.3	0,834	0,361	Valid
Y	Y1	0,802	0,361	Valid
	Y2	0,773	0,361	Valid
	Y3	0,585	0,361	Valid
	Y4	0,760	0,361	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2017

### 1.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam pengujian reliabilitas menggunakan software SPSS (Statistical Product and Service Solutions), adapun uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha ( $\alpha$ ) dari cronbach (Umar, 2003:96).

Dalam penelitian ini misalnya variabel Keputusan Pembelian diukur dalam empat pertanyaan berupa satu pertanyaan tiap indikator.

Untuk mengukur variabel Keputusan Pembelian I jawaban responden dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten. Karena masing-masing pertanyaan mengukur hal yang sama, yaitu Keputusan Pembelian. Tingkat reliabilitas suatu konstruk dapat dilihat dari hasil uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$  (Ghozali, 2001). Setelah pengujian instrumen validitas dilakukan, maka dilanjutkan pengujian instrumen reliabilitas, reliabilitas berupa pengujian beberapa item pertanyaan dalam satu variabel yang dijawab secara konstan atau stabil. semua item pertanyaan variabel pada angket penelitian adalah reliabel artinya angket yang digunakan dalam penelitian merupakan angket yang baik selanjutnya semua indikator variabel bisa di uji dalam model regresi linear berganda.

**Tabel 3.5**  
Reliabilitas *Brand Image*, Saluran Distribusi dan keputusan pembelian

Variabel	Reliabilitas		Keterangan
	Coefisien Alpha	Angka Kritik	
X1	0,693	0,60	Reliabel
X2	0,760	0,60	Reliabel
Y	0,715	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah 2017

## 1.8 Teknik Analisis Data

### 1.8.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat

kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase. (Sugiyono, 2009: 207-208). Pada penelitian ini penyajian data menggunakan tabel.

Untuk menghitung presentase suatu jawaban dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Dimana :

P: Presentase

F: Frekuensi dari setiap jawaban responden.

N: Jumlah responden

Analisis data deskriptif ini menguraikan hasil analisis terhadap responden dengan menggambarkan data 100 responden. Berdasarkan data dari kuisioner di jelaskan mengenai masing-masing variabel yaitu variabel dependen dan independen. Untuk mempermudah penilaian maka dapat dibuat kategori penilaian. Pengukuran variabel diukur menggunakan skala Likert 1 sampai 5. Nilai rata-rata dapat dilihat berdasarkan interval kelas yang dicari dengan rumus Sudjana (2005) sebagai berikut :

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Jumlah kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dengan demikian diketahui interval kelasnya 0,8

Untuk mengetahui tingkat kriteria itu, selanjutnya skor yang diperoleh dalam bentuk presentase yang di analisis deskriptif presentase yang dipaparkan dalam bentuk tabel kriteria sebagai berikut :

**Tabel 3.6**  
kriteria analisis deskriptif

<b>Range Nilai</b>	<b>Kriteria</b>
4,20 – 5,00	Sangat Tinggi
3,40 – 4,20	Tinggi
2,60 – 3,40	Sedang
1,80 – 2,60	Rendah
1,00 – 1,80	Sangat Rendah

Sumber : Sudjana 2005

## **1.8.2 Analisis Inferensi**

### **1.8.2.1 Analisis Regresi Berganda**

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan dalam menganalisis data dengan menggunakan teknik analisis berganda, yaitu untuk mengidentifikasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan persamaan regresi linear berganda. Variabel terikat (*dependentvariabel*) yaitu Keputusan Pembelian dan sebagai variabel bebas (*independent variable*) yaitu *Brand Image* dan *Saluran Distribusi*.

$$\hat{y} = a + b_1X_1 + b_2X_2\varepsilon$$

Keterangan:

$\hat{y}$  = Variabel terikat/ Keputusan pembelian

a = Konstanta

$b_1$  = Koefisien regresi Brand Image

$b_2$  = Koefisien regresi Saluran Distribusi

$X_1$  = *Brand Image*

$X_2$  = *Saluran Distribusi*

$\varepsilon$  = *Error*

### 1.8.2.2 Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas Data

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Kita dapat melihatnya dari *Normal Probability Plot* yang membentuk suatu garis lurus diagonal, dan plotting data yang akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Jika data menyebar disekitar garis diagonalnya dan mengikuti arah garis diagonalnya/grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi normal. Apabila data jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonalnya/grafik histogram maka menunjukkan pola distribusi tidak normal.

## 2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel bebas. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen dan tidak orthogonal atau nilai korelasi antarsesama variabel independen sama dengan nol. Dapat juga dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), nilai *Tolerance* yang besarnya di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada multikolinieritas pada variabel independennya.

## 3) Uji Autokorelasi

Pengujian Autokorelasi merupakan uji asumsi dalam model regresi dimana variabel dependen tidak berkorelasi dengan dirinya. Maksudnya korelasi dengan diri sendiri adalah bahwa nilai dari variabel dependen tidak berhubungan dengan nilai variabel itu sendiri, baik nilai periode sebelumnya atau nilai periode sesudahnya. Regresi yang terdeteksi autokorelasi dapat berakibat pada biasanya interval kepercayaan dan ketidaktepatan penetapan uji F dan Uji t. Untuk mendeteksi autokorelasi digunakan uji Durbin-Watson (DW).

#### 4) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk menganalisis apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan *Variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Kita dapat melihatnya dari grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya. Dasar membentuk pola tertentu atau teratur maka mengidentifikasi telah terjadi heterokedastisitas. Sebaliknya apabila titik-titik yang ada menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

#### 1.8.2.3 Uji Hipotesis

##### 1) Uji t (Uji Parsial)

Tujuan dari uji parsial adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% ( $\alpha = 5\%$ ) atau tingkat keyakinan sebesar 0,95.

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

Untuk mengetahui arah dan kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) digunakan koefisien determinasi ( $R$ ). Besarnya koefisien determinasi adalah : 0 sampai dengan 1. Jika koefisien determinasi 0 berarti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat tidak ada hubungan. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati 1 maka

hubungan tersebut positif dan kuat. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui tingkat yang paling baik antara dua variabel atau digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi (share) dari variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam presentase.