**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

* 1. **Rancangan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan membandingkan dua kelompok data mengenai pengaruh faktor perilaku konsumen terhadap proses keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan jawaban hubungan yang positif atau negatif dengan menggunakan pengujian secara statistik. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif - kausal.

Asosiatif - kausal adalah penelitian yang mencari hubungan antara dua variabel atau lebih. Tujuan dari penelitian asosiatif adalah untuk mencari hubungan antara satu variabel dengan variabel lain.Sedangkan tujuan dari penelitian kausal adalah untuk mengidentifikasi hubungan sebab akibat antara variabel-variabel yang berfungsi sebagai penyebab, dan variabel mana yang berfungsi sebagai variabel akibat (Sugiyono (2005).

Teknik pengambilan sampel diambil secara random, data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Teknik skala yang digunakan dalam penelitian adalah skala likert, dimana responden menyatakan tingkat setuju atau tidak setuju mengenai perilaku, objek, orang, atau kejadian. Metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket dan teknik analisis data menggunakan progam SPSS.

* 1. **Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**
     1. **Definisi Operasional**

1. Variabel bebas (X)

Citra merek ialah pandangan atau anggapan dari konsumen terhadap produk dari suatu perusahaan.

Desain produk ialah totalitas kesempurnaan yang mempengaruhi rasa, bentuk dan manfaat produk berdasarkan keperluan pelanggan.

Kualitas produk ialah kelebihan dari sebuah produk untuk melakukan fungsinya yang diantaranya daya tahan, kemudahan dan keandalan.

**Tabel 3.1 Definisi Operasional**

| **Variabel** | **Indikator** | **Item** | **Sumber** |
| --- | --- | --- | --- |
| Citra Merek  (X1) | Atribut | 1. Sepatu Bata mempunyai berbagai macam model yang beragam dan variasi warna yang menarik. | (Kotler (2012) |
| Manfaat | 1. Sepatu Bata nyaman dipakai bisa menunjang penampilan. |
| Nilai | 1. Memakai Sepatu Bata memiliki kesan yang mewah. |
| Budaya | 1. Sepatu Bata sangat cocok dipakai oleh semua lapisan masyarakat. |
| Kepribadian | 1. Saya memilih Sepatu Bata dikarenakan sudah mengetahui keunggulan merek tersebut. |
| Pemakai | 1. Menggunakan Sepatu Bata akan menimbulkan rasa percaya diri saat memakainya. |
| Desain Produk  (X2) | Ciri-ciri | 1. Sepatu Bata mempunyai desain yang mewah dan menarik | (Kotler (2011) |
| Kinerja | 1. Sepatu Bata sangat cocok digunakan sehari hari |
| Mutu kesesuaian | 1. Sepatu Bata adalah sepatu yang mempunyai kualitas yang baik |
| Tahan lama | 1. Sepatu Bata merupakan Sepatu yang kuat dan awet |  |
| Tahan uji | 1. Sepatu Bata mempunyai kualitas yang baik tidak mudah rusak |
| Model | 1. Model Sepatu Bata sanggat bervariasi. |
| Kualitas Produk  (X3) | Kualitas | 1. Bata mempunyai keunggulan kualitas dari produk lain | (Kotler dan Armstrong(2008) |
| Fitur produk | 1. Sepatu Bata memiliki beban ringan dan nyaman dipakai |
| Rancangan produk | 1. Sepatu Bata mempunyai Tampilan yang bagus dan elegan |

1. Variabel terikat (Y)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan pembelian Sepatu Bata.

Setelah menilai beberapa pilihan produk yang sesuai konsumen akan memutuskan produk mana yang sesuai dengan keinginan mereka dan yang menurut mereka akses untuk mendapatkan produk tersebut mudah bagi mereka. Konsumen akan mempertimbangkan dari beberapa faktor antara lain: Saya membeli sepatu Bata dikarenakan mempertimbangkan banyaknya pilihan model sepatu yang bagus dan berkualitas dan juga kemudahan dalam membeli produknya.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Indikator** | **Item** | **Sumber** |
| Keputusan pembelian  (Y) | Pengenalan  masalah | 1. Saya membeli sepatu Bata karena strategi pemasaran yang tepat untuk memicu minat beli konsumen | (Kotler (2011) |
| Pencarian informasi | 1. Saya membeli sepatu Bata karena bisa mencari tau model sepatu terbaru |
| Evaluasi alternative | 1. Saya membeli sepatu Bata dikarenakan sudah mempertimbangkan kualitas produk dan memenuhi kebutuhan saya dalam bekerja ataupun saat kuliah |
| Keputusan pembelian | 1. Saya membeli sepatu Bata karena mempertimbangkan banyaknya pilihan model sepatu yang bagus dan berkualitas dan juga kemudahan dalam membeli produknya |
| Perilaku Pasca Pembelian | 1. Saya merasa puas setelah menggunakan sepatu Bata karena kualitas dan modelnya bagus |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |

* + 1. **Skala Pengukuran**

Skala pengukuran yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah Skala likert. Variabel di dalam angket ini menggunakan skala likert, yaitu dengan menjabarkan variabel yang akan diukur menjadi indikator variabel. Jawaban setiap instrumen mempunyai gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif. Gradasi yang digunakan adalah.

**Tabel 3.2** Skala Likert

|  |  |
| --- | --- |
| **Pilihan Jawaban** | **Skor** |
| Sangat setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Netral | 3 |
| Setuju | 2 |
| Sangat tidak setuju | 1 |

Sumber : (Sugiyono (2011)

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.

* 1. **Populasi dan Sampel**
     1. **Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek/objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono (2012). Populasi dalam penelitian ini adalah semua pembeli Sepatu Bata di Ruko Citra Niaga Jombang

* + 1. **Sampel**

Menurut (Sugiyono (2012) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Mengingat identitas populasi sudah diketahui maka, prosedur pencarian responden dilakukan berdasar *total sampling* yaitu semua anggota populasi dijadikan sampel (Sugiyono (2012)..

n = (Zα/2σ)2

e

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

Zα : Nilai yang didapat dari table normalitas tingkat keyakinan

e : Kesalahan penarikan sampel

Tingkat Keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95% maka nilai Z 0.05 adalah 1,96 , dan standart deviasi (α) = 0,25. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5%/0,05 maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

n = (1,96 / 0,25).2

0.05

= 96,04

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel adalah sebesar 96,04 orang, yang dibulatkan menjadi 100 orang.

* 1. **Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data** 
     1. **Jenis Data**

Data adalah hasil pencatatan peneliti, baik yang berupa fakta ataupun angka. (Arikunto (2010) menyebutkan bahwa data adalah segala fakta dan angka yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi. Dalam penelitian umumnya dikenal ada dua jenis data, yaitu data kuantitatif dan data kualitatif (Sugiyono (2012). Data kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, atau gambar yang berupa (1) dokumen. Sedangkan data kuantitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka yakni berupa jawaban dari responden yang akan diolah dengan menggunakan SPSS. Versi 20 *For* *Windows* sebagai alat bantu dalam menganalisis data.

* + 1. **Sumber Data**

Merupakan asal mula pengambilan suatu data, dalam penelitian ini data yang diambil dari lembar observasi yang diisi oleh peneliti.

1. Data Primer

Yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden, dalam hal ini data didapatkan melalui lembar observasi atau check list yang diambil peneliti dari responden.

1. Data Sekunder

Yaitu data yang diperoleh dari beberapa referensi selain dari responden, seperti buku-buku, literatur dan sumber lain yang berhubungan dengan penelitian ini.

* + 1. **Pengumpulan Data**

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket dalam penelitian diartikan sebagai daftar pernyataan yang sudah tersusun dengan baik dan responden memberikan jawaban sesuai pemahaman. Angket ini digunakan untuk mendapatkan jawaban dari responden yang berkaitan dengan penelitian.

* 1. **Uji Instrumen**

Sebelum peneliti melakukan penelitian, terlebih dahulu peneliti melakukan pengujian terhadap instrumen yang digunakan untuk menguji yang meliputi Uji Validitas dan Reliabilitas.

* + 1. **Uji Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat validitas atau kesalahan suatu instrumen. Sebuah instrumen dikatakan valid jika instrumen itu mampu mengukur apa yang seharusnya diukur menurut situasi dan kondisi tertentu. Dengan kata lain, secara sederhana dapat dikatakan bahwa sebuah instrumen dianggap valid jika instrumen itu benar-benar dapat dijadikan alat untuk mengukur apa yang diukur.

Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan mengukur sebuah korelasi antar variabel/item dengan skor total variabel. Cara mengukur validitas konstruk yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*.



Keterangan : r : koefisien korelasi *product moment*

X : skor tiap pertanyaan/ item

Y : skor total

N : jumlah responden

Suatu instrumen valid jika r hitung lebih besar dari r tabel.(Arikunto (2010).

**Tabel 3.3** Hasil Uji Validitas

| **Variabel** | **Nomor Pernyataan** | **Validitas** | | **Keterangan** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **r hitung** | **r Tabel** |
| Citra Merek  (X1) | X1.1 | 0,567 | 0,197 | Valid |
| X1.2 | 0,702 | 0,197 | Valid |
| X1.3 | 0,700 | 0,197 | Valid |
| X1.4 | 0,725 | 0,197 | Valid |
| X1.5 | 0,699 | 0,197 | Valid |
| X1.6 | 0,606 | 0,197 | Valid |
| Desain Produk  (X2) | X2.1 | 0,695 | 0,197 | Valid |
| X2.2 | 0,794 | 0,197 | Valid |
| X2.3 | 0,778 | 0,197 | Valid |
| X2.4 | 0,746 | 0,197 | Valid |
| X2.5 | 0,717 | 0,197 | Valid |
| X2.6 | 0,713 | 0,197 | Valid |
| Kualitas Produk (X3) | X3.1 | 0,849 | 0,197 | Valid |
| X3.2 | 0,856 | 0,197 | Valid |
| X3.3 | 0,818 | 0,197 | Valid |
| Keputusan Pembelian (Y) | Y1 | 0,729 | 0,197 | Valid |
| Y2 | 0,826 | 0,197 | Valid |
| Y3 | 0,758 | 0,197 | Valid |
| Y4 | 0,744 | 0,197 | Valid |
| Y5 | 0,695 | 0,197 | Valid |

Sumber *: Data Primer Diolah, 2018*

Berdasarkan dari data tabel diatas menunjukkan semua item pernyataan Citra Merek (X1), Desain Produk (X2), Kualitas produk (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) mempunyai nilai r hitung lebih dari 0,197. Dengan demikian bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

* + 1. **Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan (konsisten). Ukuran yang dipakai untuk menunjukkan pernyataan reliable atau tidak dengan metode Cronbach Alpha di atas 0,6 (Arikunto (1998 ).

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.

Meurut (Arikunto (2006), Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Cronbach Alpha:

r11 = 

Keterangan :

r11 : Koefisien reliabilitas instrumen yang dicari

k : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

 : Jumlah variansi skor butir soal ke-i

i : 1, 2, 3, 4, …n

 : Varians total

Apabila koefisien cornbach alpa (r11) > 0,6, maka dapat dikatakan instrumen tersebut reliable.

**Tabel 3.4** Hasil Uji Reliabilitas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | *Cronbach Alpha* | *Standart Cronbach’s Alpha* | Keterangan |
| Citra Merek | 0,750 | 0,6 | Reliabel |
| Desain Produk | 0,835 | 0,6 | Reliabel |
| Kualitas Produk | 0,787 | 0,6 | Reliabel |
| Keputusan Pembelian | 0,799 | 0,6 | Reliabel |

Sumber *: Data Primer Diolah, 2018*

Berdasarkan dari data tabel diatas menunjukkan semua variabel Citra Merek (X1), Desain Produk (X2), Kualitas produk (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) mempunyai nilai *cronbach alpha* > 0,6. Dengan demikian bahwa semua item pernyataan dinyatakan Reliabel.

* 1. **Teknik Analisis Data**

Di dalam teknik analisis data, penulis menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif. Yaitu pembahasan melalui penyebaran daftar pertanyaan kepada responden yang ingin di teliti kemudian dari jawaban responden akan di deskripsikan yang kemudian dapat diperoleh kesimpulan tentang apakah ada pengaruh Pengaruh citra merek, desain produk dan desain produk secara simultan terhadap keputusan pembelian sepatu Bata.

* + 1. **Analisis Deskriptif**

Menurut (Sugiyono (2014) metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisai. Analisis deskriptif dipergunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban terhadap item atau butir pernyataan dalam angket, untuk mengetahui kategori rata-rata skor menggunakan perhitungan sebagai berikut:

Rentan Skor =

= 

= 0,8

Sehingga interprestasi skor sebagai berikut :

1. 1,0 – 1.8 = Sangat Buruk
2. 1.9 – 2,6 = Buruk
3. 2,7 – 3,4 = Cukup
4. 3,5 – 4,2 = Baik
5. 4,3 – 5,0 = Sangat Baik (Sudjana (2005)
   * 1. **Uji Asumsi Klasik p**

Untuk memperoleh nilai pengukuran yang tidak bisa dari persamaan regresi linear berganda, maka perlu diadakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi (Triton (2006).

Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi layak dipakai atas variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Berikut ini akan dijelaskan lebih lanjut mengenai uji asumsi klasik.

* + 1. **Uji Normalitas**

(Santoso (2001) menyatakan uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam regresi variabel bebas dan varibel terikat atau keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Lebih lanjut (Santoso (2001) menyatakan bahwa uji kenormalan bisa dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Berdasarkan pengujian ini data dikatakan normal apabila nilai p lebih besar dari 0,05. apabila data yang dihasilkan tidak berdistribusi normal maka akan menambah data atau mentranformasi data agar menjadi normal.

* + 1. **Uji Multikolinieritas**

(Triton (2006) mengartikan multikolinieritas adalah hubungan antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain dalam model regresi tidak terjadi hubungan yang mendekati sempurna ataupun hubungan yang sempurna. Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi di temukan adanya korelasi antar varibel independen. Syarat regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

(Santoso (2001) menyatakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas pedoman yang digunakan ada 2, yaitu pertama mempunyai nilai VIF disekitar angka 1 dan mempunyai angka *tolerence* mendekati 1. Kedua koefisien korelasi antar variabel independen haruslah lemah (di bawah 0,5).

* + 1. **Uji Heteroskedastisitas.**

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas terjadi apabila ada pola tertentu seperti titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit).

(Santoso (2001) menyatakan bahwa jika model regresi layak dipakai untuk prediksi, maka data akan berpencar sekitar angka nol pada sumbu Y dan tidak tampak adanya suatu pola tertentu pada sebaran data tersebut.

* + 1. **Uji Autokorelasi**

Autokorelasi sering dikenal dengan nama korelasi serial, dan sering ditemukan pada data serial waktu. Regresi yang terdeteksi autokorelasi dapat berakibat pada biasnya interval kepercayaan dan ketidaktepatan penerapan uji F dan uji t.

Penentuan pengambilan keputusan :

Jika D-W > dU, maka tidak ada otokorelasi.

Jika D-W < dL, maka terjadi otokorelasi.

Jika DW > dU > dL, dengan demikian dapat diputuskan tidak terjadi otokorelasi, atau model regresi memenuhi persyaratan asumsi klasik tentang otokorelasi. (Triton (2006)

* + 1. **Regresi Berganda**

Untuk mengetahui pengaruh secara simultan maupun parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat, maka digunakan analisis regresi berganda. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS for windows versi 20. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut.

Y = a + bX1 + bX2 + e

a = konstanta

b = koefisien regresi

*X1 = Citra Merek*

X2 = *Desain Produk*

X3 = Kualitas Produk

Y = Keputusan pembelian

e = standart error

Peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

* + 1. **Uji Hipotesis** 
       1. **Uji t**

Uji t digunakan untuk menguji secara partial pengaruh tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun untuk menarik kesimpulan apakah hasil hipotesis dapat diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan signifikansi t dengan taraf signifikansi 0,05 pada probabilitas dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Siqnifikansi t < 0,05 maka hipotesis nol ditolak sedangkan hipotesis alternatif di terima.
2. Siqnifikansi t > 0,05 maka hipotesis nol diterima sedangkan hipotesis alternatif ditolak.

(Triton (2006).

* + - 1. **Uji F**

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Adapun untuk menarik kesimpulan apakah hasil hipotesis dapat diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan signifikansi F dengan taraf signifikansi 0,05 pada probabilitas dengan ketentuan sebagai berikut.

1. Signifikansi F < 0,05 maka hipotesis nol ditolak sedangkan hipotesis alternatif diterima.
2. Signifikansi F > 0,05 maka hipotesis nol diterima sedangkan hipotesis alternatif ditolak.

Secara simultan kontribusi efektif diukur dengan besarnya koefisien determinasi (R2). Sedangkan secara parsial dihitung dengan cara mengalikan koefisien regresi terstandar (koefisien B) dengan koefisien korelasi variabel yang bersangkautan.

* 1. **Koefisien Determinasi**

Analisis koefisien determinasi (KD) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen (X1, X2,X3) memiliki dampak terhadap variabel dependen (Y) yang dinyatakan dalam persentase. Menurut (Ghozali (2013) koefisien determinasi merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol atau satu. Nilai (R2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen