

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi / Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di jalan KH. Nasution yaitu Planet Swalayan Marpoyan Pekanbaru. Alasan pemilihan lokasi penelitian karena hal tersebut sebagai lokasi penelitian karena di Marpoyan Pekanbaru terdapat masyarakat yang lebih memilih untuk berbelanja di Swalayan dan paling banyak dikenal oleh masyarakat. Penelitian tentang Persepsi masyarakat di Marpoyan Pekanbaru ini dilakukan selama Februari 2017- April 2017 sejak penyusunan proposal penelitian, input data, pengolahan data, analisis data, hingga penulisan laporan penelitian ini.

3.2 Operasional Variabel

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Skala
Positioning adalah cara produk didefinisikan oleh konsumen berdasarkan beberapa atribut penting, tempat yang diduduki produk dalam benak konsumen dibandingkan dengan produk-produk pesaing. (Kotler dan Amstrong, 2003:311)	1. Target pasar	a. Evaluasi daya tarik segmen pasar b. Menargetkan daya tarik c. Dekat dengan tempat tinggal	Ordinal
	2. Manfaat produk	a. Kebutuhan b. Keinginan c. Selera	
	3. Nilai yang ditawarkan	a. Mengenali perbedaan nilai pelanggan b. Menyediakan keunggulan kompetitif untuk membangun posisi c. Menetapkan harga yang lebih murah d. Menawarkan keuntungan yang lebih banyak	

Persepsi konsumen merupakan persepsi adalah proses individu memilih, merumuskan, dan menafsirkan sesuatu masukan atau input mengenai informasi untuk menciptakan sesuatu gambaran yang berarti mengenai dunia. (Kotler, 2004:197)	Persepsi konsumen	<ul style="list-style-type: none"> a. Pengalaman konsumen sebelumnya b. Kelengkapan produk c. Diklasifikasi d. Harga produk lebih murah e. Lokasi yang strategis f. Produk yang bervariasi g. Promosi 	Ordinal
---	-------------------	--	---------

Sumber: Hasil Data Olahan, 2018

3.3 Populasi Dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek yang akan diteliti (Sugiyono, 2001:45) dan dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen yang *berbelanja di Planet Swalayan Marpoyan Pekanbaru*.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di Planet Swalayan Marpoyan Pekanbaru periode bulan Januari sampai dengan Desember 2017 yaitu sebanyak 100.901 konsumen. Untuk menentukan besaran sampel dalam penelitian ini digunakan rumus dari Slovin.

Teknik sampling menurut Sugiyono (2012:116) merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Melihat besarnya populasi maka, jumlah sampel penelitian ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin (Umar, 2008:78) yaitu:

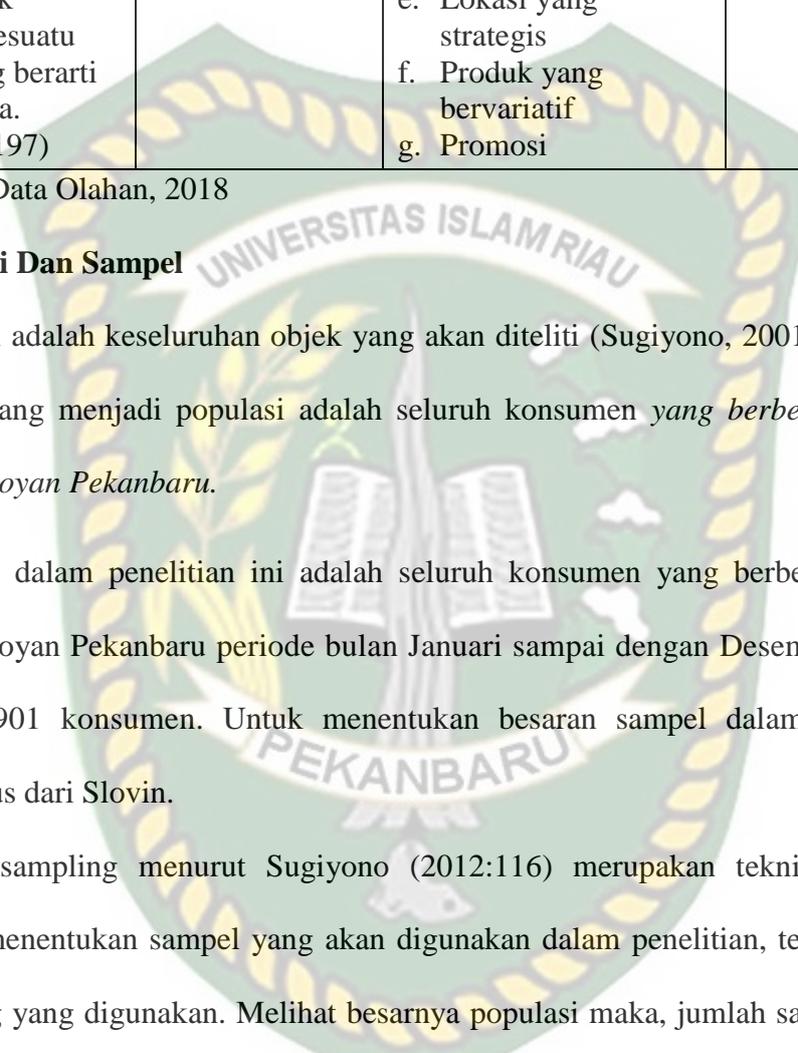
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Besarnya ukuran sampel

N = Jumlah populasi

e = Presisi yang diinginkan untuk diambil (10%)



Diketahui jumlah populasi sebanyak 100.901 mahasiswa, maka perhitungan jumlah sampelnya adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{100.901}{1 + 100.901 (0,1)^2}$$

$$n = 99,90 = 100$$

Sehingga berdasar rumus Slovin jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 100 orang konsumen yang berbelanja di Planet Swalayan marpoyan Pekanbaru.

Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008:122), dengan kriteria sampel sebagai:

- a. Responden berusia 17 tahun keatas, karena dengan pertimbangan kondisi umur tersebut diharapkan responden bisa lebih memahami terhadap maksud dari kuesioner yang diberikan.
- b. Saat ditemui, responden sedang menggunakan produk yang ada di Planet Swalayan Marpoyan Pekanbaru dan mengetahui atribut-atribut yang ditawarkan produk-produk pesaing yaitu:
- c. Responden telah menggunakan produk pada Planet Swalayan Pekanbaru di atas waktu 1 bulan sejak pembelian.

3.4 Jenis Dan Sumber Data

Dalam setiap penelitian, peneliti dituntut untuk menguasai teknik pengumpulan data sehingga menghasilkan data yang relevan dengan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis data kuantitatif dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012:225). Data primer ini berupa catatan hasil wawancara yang diperoleh melalui wawancara yang penulis lakukan. Selain itu, penulis juga melakukan observasi lapangan dan mengumpulkan data dalam bentuk catatan tentang situasi dan kejadian di perpustakaan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data. Sumber data sekunder ini dapat berupa hasil pengolahan lebih lanjut dari data primer yang disajikan dalam bentuk lain atau dari orang lain (Sugiyono, 2012:225). Data ini digunakan untuk mendukung informasi dari data primer yang diperoleh baik dari wawancara, maupun dari observasi langsung ke lapangan. Penulis juga menggunakan data sekunder hasil dari studi pustaka. Dalam studi pustaka, penulis membaca literatur-literatur yang dapat menunjang penelitian, yaitu literatur-literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. “Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, sumber dan cara” (Sugiyono, 2010:193). Dilihat dari segi cara pengumpulan data, teknik pengumpulan data dilakukan dengan *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan) dan gabungan ketiganya.

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2010:199) “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.” Kuesioner ini dibuat dengan menggunakan format skala Likert dengan

kategori jawaban terdiri dari 5 tingkatan. Kuesioner tersebut akan disebar kepada responden dengan cara diberikan langsung oleh peneliti kepada setiap anggota populasi yang peneliti temui.

Selain data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner, data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan yang bersumber dari buku, peraturan, website, artikel, jurnal dan juga laporan-laporan. Data sekunder diperlukan untuk memahami sejumlah teori yang terkait dengan variabel penelitian yakni brand image, country of origin dan minat beli konsumen.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data, terhadap data yang diperoleh penulis menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif. Metode deskriptif dimaksud untuk menjelaskan secara terperinci mengenai variabel penelitian yang diteliti berdasarkan data-data yang diperoleh dan menghubungkan dengan teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang kemudian dapat diambil suatu kesimpulan. Untuk mengubah data hasil kuesioner menjadi data kuantitatif maka dilakukan penskoran menggunakan skala ordinal dari likert.

Skala pengukuran variabel menggunakan Skala Likert. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012:132). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert merupakan skala yang dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012:86). Peneliti memberikan 5 (lima) alternatif jawaban kepada responden, maka skala yang digunakan 1 sampai 5, bobot pemetaan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Instrumen Skala Likert

No	Pertanyaan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2012:86)

Skala ini mudah dipakai untuk penelitian yang terfokus pada responden dan objek. Jadi peneliti dapat mempelajari bagaimana respon yang berbeda dari tiap-tiap responden. Bentuk penilaian jawaban kuesioner menggunakan pembobotan dengan lima buah skala ordinal. Bobot dan kategori pengukuran atas tanggapan responden.

Peneliti menghitung kualitas data pernyataan kuesioner dengan menggunakan tehnik pengujiannya adalah sebagai berikut:

a. 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. (Imam Ghazali, 2007:45). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa valid itu mengukur apa yang hendak diukur (ketepatan). Sebelum data digunakan sebagai alat pengumpulan data maka uji coba dilakukan terlebih dahulu kepada responden yang diambil secara acak.

Adapun rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji korelasi Product Moment, yang kemudian hasil r hitung dibandingkan dengan dengan r tabel v dengan taraf signifikansi 5%. Jika didapat r hitung $>$ r tabel maka data dikatakan valid, akan tetapi jika r hitung $<$ r tabel maka dikatakan bahwa data tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya atau reliable hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, selam aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau konstan dari waktu ke waktu (Imam Ghazali, 2005:41). Pada penelitian ini mencari reliabilitas menggunakan teknik *Alpha dari Crombach*. Suatu variabel atau kosntruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

Jika r alpha $>$ r tabel maka instrumen dikatakan reliabel dan sebaliknya jika r alpha $<$ r tabel maka dikatakan instrumen tersebut tidak reliabel.

