

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan pada Mall Pekanbaru di Jalan Sudirman yang berada di Lantai 3.

#### 3.2. Jenis dan Sumber Data

Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan jenis dan data sebagai berikut:

a. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari sampel melalui penelitian lapangan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan secara langsung kepada responden yang dijadikan objek dalam penelitian. Penelitian ini meliputi data tentang citra merek, kualitas produk, dan keputusan pembelian.

b. Data Sekunder

Data primer yang diolah lebih lanjut dan disajikan, data sekunder ini digunakan oleh peneliti untuk proses lebih lanjut. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari Wardah tempat penelitian.

### 3.3. Operasional Variabel

**Tabel 3.1**  
**Operasional Variabel**

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1	Keputusan Pembelian (Y) adalah proses proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, dan memilih salah satu diantaranya menurut Setiawan (2003) dalam (Sangadji & Sopiah, 2013 :121)	1. Pengenalan kebutuhan	1. Merasa butuh dengan produk tersebut	Ordinal
		2. Pencarian Informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mencari informasi dari berbagai sumber akan suatu produk</li> </ul>	
		3. Evaluasi alternative	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengevaluasi pilihan produk yang ada</li> </ul>	
		4. Keputusan pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memilih produk tersebut diantara produk lainnya</li> </ul>	
		5. Hasil atau pasca Pembelian	<ul style="list-style-type: none"> <li>Merasa puas dengan produk yang dibeli</li> </ul>	

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
2.	Citra Merek (X1) adalah apa yang konsumen pikir atau rasakan ketika mereka mendengar atau rasakan ketika mereka mendengar atau melihat nama suatu merek atau pada intinya apa yang konsumen telah pelajari tentang merek ( Supranto & Limakrisna 2007:128)	1. Citra Pembuat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk tersebut diproduksi oleh perusahaan yang berteknologi canggih</li> <li>• Jaringan distribusi penjualan produk tersebut sangat luas</li> </ul>	Ordinal
		2. Citra Pemakai	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memakai produk tersebut membuat percaya diri</li> <li>• Merasa lebih aman memakai produk tersebut</li> <li>• Bangga menggunakan produk tersebut</li> </ul>	
		3. Citra Produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Percaya pada produk tersebut</li> <li>• Produk tersebut mudah diingat</li> </ul>	
3.	Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan	1. Performance	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk tersebut terasa cocok saat digunakan</li> </ul>	Ordinal

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
	pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan / tersirat (Kotler, 2005:49)			
		2. Keistimewaan tambahan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk tersebut terbuat dari bahan alami</li> <li>• Produk tersebut mempunyai jenis produk sesuai dengan kategori</li> </ul>	
		3. Kesesuaian dengan spesifikasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk tersebut memiliki tingkat kesesuaian produk sesuai dengan yang dijanjikan</li> </ul>	
		4. Daya tahan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produk tersebut mempunyai daya tahan saat dikonsumsi atau saat digunakan</li> </ul>	
		5. Estetika	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bentuk fisik produk tersebut menarik</li> <li>• Penampilan produk yang inovatif</li> </ul>	

### 3.4. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli bedak Wardah di Mall Pekanbaru.

#### b. Sampel

Metode pengambilan sampel adalah secara *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu dan penulis dalam hal ini pertimbangan yang digunakan adalah keterbatasan waktu, jenis kelamin, dan umur. Oleh karena itu, maka peneliti akan mengambil sampel sebanyak 59 orang. Dengan kriteria :

- Sudah membeli produk bedak Wardah minimal 2 kali
- Khususnya wanita yang berusia 20 – 50 tahun.

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penyelesaian penelitian ini adalah :

- a. Interview, yaitu pengumpulan data dengan cara memperoleh informasi langsung atau wawancara dari pegawai pada Wardah Mall Pekanbaru.
- b. Kuesioner, yaitu pengumpulan data dengan cara memberikan daftar – daftar pertanyaan yang relevan dengan masalah yang dan diajukan kepada para responden. Dalam penelitian ini jenis kuesioner yang akan digunakan adalah kuesioner tertutup di mana responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan

memilih jawaban yang telah disediakan dengan skala Likert yang berisi lima tingkatan pilihan jawaban yaitu :

- a. Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
- c. Skor 3 untuk jawaban Cukup Setuju (CS)
- d. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
- e. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

### 3.6. Analisis Data

#### 3.6.1. Uji Validitas dan Realibilitas

- Uji validitas dilakukan dengan cara mengorelasikan skor masing – masing butir pertanyaan pada tiap – tiap variabel dengan skor totalnya (Sanusi, 2011:242). Rumus yang digunakan adalah korelasi *product moment*, yaitu sebagai berikut:

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

r = koefisien korelasi;

n = jumlah sampel;

X = nilai butir skor pertanyaan;

Y = nilai skor total.

Kuesioner dinyatakan valid apabila nilai koefisien korelasi lebih besar daripada nilai korelasi yang tercantum dalam tabel pada  $\alpha = 5\%$

- Uji realibitas dimaksudkan untuk mengukur tingkat konsistensi instrument yang digunakan. Dalam pengukuran realibitas ini menggunakan uji statistic cronbach's alpha dengan menggunakan

indeks numeric yang disebut koefisien. Instrument yang digunakan dalam suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien alpha lebih dari 0,60 (Ghozali, 2005).

### 3.6.2. Analisis Deskriptif

Yaitu analisis data dilakukan dengan menjelaskan hasil objektif yang ada objek penelitian dan mengkaitkan dengan teori maupun penelitian terdahulu yang mendukung.

### 3.6.3. Analisis Kuantitatif

Selanjutnya untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka penulis menggunakan model statistic yaitu analisis regresi linier berganda.dengan rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Di mana:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

$b_1, b_2$  = Koefisien Regresi

$X_1$  = Citra Merek

$X_2$  = Kualitas Produk

$e$  = Epsilon

### 3.7. Koefisien Korelasi ( R ) dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien korelasi ( R ) bertujuan untuk melihat kuat atau lemahnya hubungan antara variabel indenpenden (X) dan variabel dependen (Y).

Tabel 3.2

**Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

**Sumber : Sugiyono, 2014, Metode Penelitian Manajemen, Cetakan Pertama, Penerbit PT Remaja Rosdakarya, Bandung**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar koefisien determinasinya, maka semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2006).

### 3.8. Uji Hipotesis

#### 3.8.2. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing – masing variabel

Kriteria uji t dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan t hitung dan t tabel
  - Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka citra merek dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
  - Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
2. Berdasarkan nilai sinifikansi hasil outpus SPSS :



- Jika nilai sig  $> 0,05$  maka citra merek dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
- Jika nilai sig  $< 0,05$  maka citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

### 3.8.3. Uji F

Uji F untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama – sama terhadap variabel terikatnya. Kriterianya yaitu :

1. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka tidak ada pengaruh yang signifikan yang berarti variabel independen secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka ada pengaruh yang signifikan yang berarti variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.