

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Adapun yang dijadikan objek dalam penelitian ini adalah diferensiasi produk, harga, *brand image* dan keputusan pembelian. Dan subjek penelitiannya adalah perusahaan brownies yang ada di Kota Bandung. Menurut data dari DISPERINDAG Kota Bandung ada sebanyak 3 perusahaan yang memproduksi brownies, yang terdaftar di Kota Bandung. Namun, dari hasil pengamatan dan observasi yang dilakukan penulis ternyata ada sebanyak 5 perusahaan yang memproduksi brownies di Kota Bandung. Maka yang dijadikan subjek dalam penelitian ini sebanyak 5 perusahaan. Dari 5 perusahaan tersebut, penulis meneliti / survey kepada konsumen yang melakukan pembelian pada saat tertentu.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih, yang bertujuan untuk memperoleh deskripsi atau gambaran mengenai diferensiasi produk, harga, dan *brand image* dari pembeli / konsumen brownies di Kota Bandung.

Dalam penelitian ini juga menggunakan metode *Cross Section* yaitu meneliti objek yang ada pada saat ini saja, tidak mempelajari darimasa-kemasa. . Dan menggunakan metode verifikatif, menurut Suharshimi Arikunto (2002 : 7) pada dasarnya metode ini ingin menguji kebenaran pengumpulan data di

lapangan. Dalam penelitian ini diuji mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Selain itu juga, metode yang digunakan adalah survey *explanatory*, yaitu metode yang menjelaskan pengaruh-pengaruh, hubungan-hubungan dan mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang utama (Masri, 1983 : 30) dalam Anisa (2003 : 69).

3.3 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Teknik dan alat pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Kuisisioner / Angket :

Menurut Suharsimi Arikunto (2006 : 151) : “Mengemukakan bahwa kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui”.

Dalam penelitian ini secara keseluruhan untuk tiap variabel menggunakan skala likert. Sebagai berikut :

Tabel 3.1
Pola Skoring Skala Lima

No.	Pilihan Jawaban	Skor
1.	Sangat setuju / Sangat sering / Sangat Tinggi / Sangat percaya.	5
2.	Setuju / Sering / Tinggi / Percaya.	4
3.	Kurang setuju / Cukup sering / Cukup / Kurang percaya.	3
4.	Tidak setuju / Tidak sering / Rendah / Tidak percaya.	2
5.	Sangat tidak setuju / Sangat tidak sering / Sangat rendah / Sangat tidak percaya.	1

Sumber : Sugoyono 2002 : 87

Dalam mengolah hasil angket untuk mengkatagorikan hasil perhitungan angket maka digunakan criteria penapsiran yang diambil dari 0% sampai 100% berdasarkan batas tertentu. Yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.2

Kriteria Penapsiran Hasil Perhitungan Responden

No.	Kriteria Penafsiran	Keterangan
1.	0%	Tidak Seorangepun
2.	1% - 25%	Sebagian Kecil
3.	26% - 49%	Hampir Setengahnya
4.	50%	Setengahnya
5.	51% - 75%	Sebagian Besar
6.	76% - 99%	Hampir Seluruhnya
7.	100%	Seluruhnya

Sumber : Moh Ali (1999 : 87)

3.4 Operasionalisasi Variabel

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Memilih alternative dari seluruh alternative yang ada.	Jumlah skor skala likert keputusan pembelian berdasarkan: 1.Pengenalan Kebutuhan. 2. Pencarian Informasi. 3. Evaluasi Alternatif. 4. Keputusan Pembelian 5.Prilaku Purnabeli.	Data diperoleh dari responden tentang keputusan pembelian brownies.	Ordinal

Diferensiasi Produk (X ₁)	Upaya dari perusahaan untuk membedakan produknya dari produk pesaing.	Banyaknya variasi rasa	Data diperoleh dari responden tentang variasi rasa brownies yang ditawarkan oleh masing-masing perusahaan.	Ordinal
Harga (X ₂)	Nilai jual terhadap suatu produk.	Jumlah skor responden tentang harga	Data diperoleh dari responden tentang harga	Ordinal
<i>Brand Image</i> (X ₃)	Nama, istilah, tanda, symbol / rancangan / kombinasi hal-hal tersebut untuk mengidentifikasi barang atau jasa untuk membedakannya dengan produk pesaing.	Persepsi konsumen terhadap merek suatu produk brownies.	Data diperoleh dari responden tentang <i>brand image</i> .	Ordinal

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut Sudjana (1993 : 15) populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung maupun pengukuran kuantitatif atau kualitatif, dari pada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap dan jelas.

Menurut Sugiyono (2002 : 72) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi penelitian yang digunakan adalah perusahaan brownies yang ada di Kota Bandung sebanyak 5 perusahaan. Yaitu Brownies Amanda, Brownies Prima Rasa, Brownies Nazwa, Brownies Bandung, dan Brownies vanisa.

Tabel 3.4

Data Jumlah Populasi

No.	Nama Perusahaan	Jumlah Populasi
1.	Brownies Amanda	300
2.	Brownies Prima Rasa	220
3.	Brownies Nazwa	65
4.	Brownies Bandung	50
5.	Brownies Vanisa	50
Total		685

Sumber : Data hasil penelitian diolah kembali.

Berdasarkan data tabel 3.4 diatas menggambarkan bahwa jumlah populasi dari perusahaan Amanda sebanyak 300 orang, jumlah populasi dari perusahaan Prima Rasa sebanyak 220 orang, jumlah populasi dari perusahaan Nazwa sebanyak 65 orang dan sisanya masing-masing 50 orang dari brownies Bandung dan Brownies vannisa.

3.5.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2003 : 61) bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 30 maka anggota populasinya harus digunakan sebagai sampel. Atau sering juga disebut sebagai sensus dumana semua anggota populasi dijadikan sampel.

Oleh karena itu yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah keseluruhan dari jumlah populasi yaitu 5 perusahaan. Dan yang dijadikan objek dalam penelitian ini yaitu sejumlah konsumen dari 5 perusahaan yang dijadikan sampel.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling *proportionate stratified random sampling* karena populasinya berstrata, maka sampelnya pun berstrata secara proporsional. Dan juga teknik sampling non random accidental, dimana objek (responden yang akan diteliti tidak ditentukan sebelumnya). Tetapi meneliti langsung dengan menyebarkan angket sebagai alat pengumpulan data terhadap konsumen yang datang pada saat tertentu.

Berdasarkan data tabel 3.4 diatas diketahui bahwa jumlah populasi adalah sebanyak 685. Sampel diambil 10% dari jumlah populasi. Karena populasi sebanyak 685, maka sampel = $68,5$ dibulatkan menjadi 69. Dan dibulatkan lagi menjadi 70. dengan menambahkan satu sampel pada perusahaan yang jumlah populasinya terbanyak. Selanjutnya mengenai pengambilan sampel dilakukan secara proporsional. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3.5 berikut ini :

Tabel 3.5
Data Jumlah Populasi Dan Sampel

No.	Nama Perusahaan	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel
1.	Brownies Amanda	300	31
2.	Brownies Prima Rasa	220	22
3.	Brownies Nazwa	65	7
4.	Brownies Bandung	50	5
5.	Brownies Vanisa	50	5
Jumlah		685	70

Sumber : Data hasil penelitian diolah kembali.

Dari tabel 3.5 diatas mendeskripsikan jumlah sampel dan populasi. Bahwa perusahaan Amanda memiliki jumlah populasi sebanyak 300 responden maka

jumlah sampelnya adalah sebanyak 31 responden. Perusahaan prima rasa mempunyai jumlah populasi sebanyak 220 responden maka diambil sampelnya 22 responden. Perusahaan nazwa mempunyai jumlah populasi sebanyak 65 responden maka diambil sampel sebanyak 7 responden. Dan perusahaan brownies Bandung dan Vannisa mempunyai jumlah populasi sebanyak 50 responden maka diambil sampel sebanyak 5 responden.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2002 : 142) : Mengemukakan bahwa teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif, yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Analisis data dalam penelitian kuantitatif dilakukan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Adapun kegiatan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta pengisian data yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

b. Tabulasi Data

Dalam penelitian ini kegiatan tabulasi data yang dilakukan yaitu :

a. Memberi skor pada setiap item.

- b. Menjumlahkan skor pada setiap item.
 - c. Menyusun ranking skor pada setiap variable penelitian.
- c. Menganalisis data

Menganalisis data merupakan suatu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistic, serta menginterpretasikan data agar diperoleh kesimpulan.

1. Metode Regresi Berganda

Menurut Suharsimi Arikunto (2006 : 296) analisis korelasi dan regresi berganda ini adalah analisis tentang hubungan antara satu variabel dependent dengan dua atau lebih independent variabel.

Untuk persamaan garis regresi yang mempunyai empat variabel independent adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

(Sugiyono 2002 : 217)

Tapi sebelumnya, data yang diperoleh dari hasil angket dengan menggunakan skala likert agar dapat diolah dengan menggunakan analisis faktor, yang mensyaratkan penggunaan data berskala minimal interval. Data yang diperoleh dari hasil angket ordinal dinaikan skala pengukurannya ke skala interval dengan menggunakan metode successive interval (MSI) agar syarat minimal data berskala interval dapat terpenuhi dalam menggunakan analisis berganda.

Langkah untuk melakukan transformasi data tersebut sebagai berikut :

- Menghitung frekuensi (f) pada setiap jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pertanyaan.
- Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pertanyaan, dilakukan perhitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi dengan jumlah responden.
- Berdasarkan proporsi tersebut, selanjutnya dilakukan perhitungan proporsi kumulatif untuk setiap jawaban.
- Menentukan nilai batas Z untuk setiap pertanyaan dan setiap pilihan jawaban.
- Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut :

$$\text{Scale Value} = \frac{(\text{Density at Lower Limit}) - (\text{Density at Upper Limit})}{(\text{Are Below Upper Limit}) - (\text{Are Below Lower Limit})}$$

- Data penelitian yang berskala interval selanjutnya ditentukan pasangan data variabel independent dengan variabel dependen dan ditentukan persaingan yang berlaku untuk pasangan tersebut.

2. Uji t hitung dan uji F

Untuk menguji hipotesis secara parsial maka rumus yang digunakan yaitu, sebagai berikut :

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

(Sugiyono, 2002 : 184)

Keterangan :

r = Koefisien korelasi product moment

$t =$ Distribusi student dengan derajat kebebasan ($dk = n - 2$)

$n =$ Banyaknya Sampel

Harga t hitung tersebut selanjutnya dibandingkan dengan harga t table.

Untuk kesalahan 5% uji dua pihak dan $dk = n - 2$.

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$$

$$H_a : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 \neq 0$$

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Kriteria :

H_0 diterima dan H_a ditolak jika t statistik $< t$ tabel, $df [k;(n-k)]$

H_0 ditolak dan H_a diterima jika t statistik $\geq t$ tabel, $df [k;(n-k)]$

Artinya : apabila t statistik $\geq t$ tabel maka koefisien korelasi parsial tersebut signifikan dan menunjukkan adanya pengaruh secara parsial antar variabel terikat (dependent) dengan variabel bebas (independent), atau sebaliknya. Jika t statistik $< t$ tabel maka koefisien korelasi parsial tersebut tidak signifikan dan menunjukkan tidak ada pengaruh secara parsial antara variabel terikat (dependent) dengan variabel bebas (independent). Dalam pengujian hipotesis melalui uji t derajat kesalahan yang digunakan adalah 5 % atau 0,05 pada taraf signifikansi 95 %.

Uji F

Selain uji t , uji F juga perlu karena untuk menguji homogenitas variannya.

Dan juga untuk menguji hipotesis secara keseluruhan dengan rumus :

$$\text{Uji F} = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - k - 1)} \quad (\text{Sudjana, 2001:380})$$

Setelah diperoleh F statistik, selanjutnya dibandingkan dengan F tabel.

Adapun cara mencari F tabel dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$F \text{ tabel} = \frac{K}{n - k - 1}$$

Kriteria:

H_0 diterima dan H_a ditolak jika F statistik < F tabel, df [k;(n-k)]

H_0 ditolak dan H_a diterima jika F statistik \geq F tabel, df [k;(n-k)]

Artinya : apabila F statistik < F tabel maka koefisien korelasi ganda yang diuji tidak signifikan, tetapi sebaliknya jika F statistik \geq F tabel maka koefisien korelasi ganda yang diuji adalah signifikan dan menunjukkan ada pengaruh secara simultan.

3. Menguji Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independent mempengaruhi variabel dependent maka dilakukan uji determinasi (simultan) dengan rumus :

$$R^2 = \frac{\sum (Y_1 - Y)^2}{\sum (Y_1 - Y)^2} \quad (\text{Gujarati, Damodar 1999 : 45})$$