

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Fatihudin (2012:24) pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan pendekatan yang bersifat obyektif, mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik yaitu dengan menggunakan regresi berganda yang berfungsi untuk mengetahui hubungan fungsional antara *brand image* variabel (X_1) dan kualitas produk variabel (X_2) dengan minat beli konsumen variabel (Y).

B. Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel ini untuk menjelaskan variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini, maka dalam penelitian ini dibagi menjadi dua jenis variabel yaitu :

1. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah :

- a) Persepsi konsumen atas *brand image* (X_1)
- b) Persepsi konsumen atas kualitas produk (X_2)

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat beli konsumen (Y)

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional berisi pernyataan tentang pendefinisian konsep penelitian termasuk penetapan cara dan satuan variabelnya, sebagai berikut :

1. Persepsi konsumen atas *brand image* (X_1) menurut Mohammad (2010:61). Indikatornya antara lain :
 - 1) Corporate Image (citra pembuat)
 - 2) User Image (citra pemakai)
 - 3) Product Image (citra produk)
2. Persepsi konsumen atas kualitas produk (X_2) menurut David Garvin dalam Rachma (2014:27). Indikatornya yang digunakan :
 - 1) Kinerja (performance)
 - 2) Fitur Produk
 - 3) Keandalan (reability)
 - 4) Kesesuaian (conformance)
 - 5) Daya Tahan (durability)
 - 6) Kemampuan Memperbaiki (service ability)
 - 7) Keindahan (asthetics)
 - 8) Kualitas yang Dipersepsikan (perceived quality)
3. Minat Beli Konsumen (Y) menurut Ferdinand (2009:129) dalam Hariani (2013:54). Indikatornya yang digunakan :
 - 1) Minat Transaksional
 - 2) Minat Refrensial
 - 3) Minat Prefrensial

4) Minat Eksploratif

Dalam pengukuran variabel *brand image* (X_1), variabel *kualitas produk* (X_2), terhadap minat beli konsumen (Y), peneliti menggunakan koesioner empat kategori, yaitu :

Sangat setuju skor	= 5
Setuju skor	= 4
Ragu-ragu skor	= 3
Tidak setuju skor	= 2
Sangat tidak setuju skor	= 1

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif berupa kuesioner atau daftar pertanyaan, sedangkan sumber data yang digunakan adalah

1. Data primer yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari objek penelitian, (Fatihudin 2012:98). Sumber data primer berupa hasil observasi lapangan dan jawaban responden yang akan diukur dengan menggunakan instrumen penelitian (kuesioner) tujuannya adalah untuk mengetahui jawaban responden atas pertanyaan yang diberikan mengenai pengaruh persepsi brand image dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen *simcard* Prabayar IM3 Ooredoo di Surabaya.
2. Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2014). Sumber data sekunder yang

digunakan dalam penelitian ini berupa buku literatur, jurnal dan artikel, serta data-data yang dibutuhkan peneliti dari perusahaan Indosat Ooredoo di Surabaya.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan mengadakan riset langsung ke obyek penelitian dengan cara berikut :

a. Kuesioner

Pada teknik ini peneliti memberikan daftar pertanyaan kepada para konsumen *simcard* prabayar IM3 Ooredoo di Surabaya.

b. Dokumentasi

Merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui catatan atau dokumen (Fatihuddin, 2012:109). Dokumen tersebut diperoleh Indosat Ooredoo berupa sejarah singkat berdirinya perusahaan, struktur organisasi perusahaan, serta visi dan misi perusahaan.

F. Populasi dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:115). Populasi merupakan semua nilai yang mungkin, hasil menghitung atau pengukuran, kuantitatif atau kualitatif daripada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang lengkap dan jelas yang ingin dipelajari (Fatihudin,

2012:54-55). Target populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk *simcard* prabyar IM3 Ooredoo di Surabaya sebanyak 150 orang.

2. Sampel

Fatihudin (2015) menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi. Penelitian sampel (*sampling study*) dilakukan karena pertimbangan efisiensi biaya, waktu dan tenaga disamping bermaksud mereduksi obyek penelitiannya serta melakukan generalisasi. Sampel harus mewakili seluruh karakteristik populasi.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama pada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Kemudian teknik yang digunakan untuk mengambil sampel dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* atau juga bisa disebut dengan *accidental sampling*. *Convenience/accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan saja, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah konsumen *simcard* prabyar IM3 Ooredoo. Untuk menentukan besar sampel menggunakan rumus Taro Yamane atau Slovin dalam Riduwan (2009) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{150}{1 + 150 (0,1)^2} = \frac{150}{2,5} = 60$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi (150 orang)

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

G. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam suatu penelitian adalah langkah berikutnya setelah pengumpulan data dilakukan. Tentu saja data yang dihimpun tersebut adalah data yang sudah matang, siap diolah, hasil seleksi yang ketat dari peneliti tentang kebenaran, ketepatan dan kesahihannya, apakah sudah sesuai dengan yang dikehendaki dalam penelitian tersebut (Fatihudin, 2012).

Pengolahan data merupakan proses penerimaan data sebagai masukan (input) kemudian diproses oleh suatu program tertentu dan mengeluarkan hasil proses data dengan komputer yang dikenal dengan EDP (*Electric Data Processing*). Teknik analisa yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear berganda. Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25, sehingga pemrosesan data berjalan secara otomatis dan kemudian diinterpretasikan hasilnya.

H. Uji Instrumen

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam melakukan kegiatannya guna mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan menjadi lebih mudah. Uji instrumen

dilakukan kepada para konsumen dengan penyebaran kuesioner sebanyak 60 responden, dilakukan penyebaran untuk mengetahui apakah pernyataan pada kuisisioner tersebut mudah untuk dipahami atau tidak, apabila mudah untuk dipahami barulah dimulai penyebaran sebanyak responden yang dituju. Uji instrumen terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Berikut penjelasan dari uji validitas dan uji reliabilitas :

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Fatihudin 2012:126). Uji validitas instrument ini dilakukan dengan membandingkan *Correlated item-total correlation* pada setiap butir pertanyaan dengan nilai r_{tabel} . Hasil r_{hitung} dibandingkan dengan r_{tabel} dimana $df = n-2$ dengan signifikan 5% jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka valid.

Analisis validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap butir pertanyaan benar-benar sudah shahih, paling tidak kita dapat menetapkan derajat yang tinggi dari kedekatan data yang diperoleh dengan apa yang diyakini dalam pengukuran. Sebagai alat ukur yang digunakan, analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan antar skor item dengan skor total item.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tingkat ketetapan atau konsistensi data, walaupun data tersebut diolah berulang-ulang hasilnya akan tetap seperti semula (Fatihudin 2012:118). Dalam penelitian ini reliabilitas kuesioner diukur melalui teknik pengukuran reliabilitas konsistensi internal dengan menghitung *Alpha Cronbach*

(α). Pengujian reliabilitas dilakukan dengan membandingkan *Alpha cronbach* dengan nilai 0,7. Dimana jika *Alpha Cronbach* (α) lebih besar dari 0,7 maka butir-butir pertanyaan dalam kuesioner adalah reliabel.

I. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang ada agar dapat menentukan model analisis yang tepat. Data yang digunakan sebagai model regresi berganda dalam menguji hipotesis haruslah menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan. Ghozali (2007:110).

Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi yaitu data berasal dari distribusi yang normal. Jika data tidak berdistribusi normal, atau jumlah sampel sedikit dan jenis data adalah nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistik non parametrik. Dalam pembahasan ini akan digunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen variabel). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam regresi dapat dilihat dari (1) Nilai *Tolerance* dan (2) *Variance Inflation Faktor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi *Tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1 / Tolerance$). Nilai *Cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$ (Ghozali, 2006). Dan jika nilainya *tolerance* $> 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2013) uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residu suatu pengamatan ke pengamatan lain. Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya).

J. Uji Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda yaitu dengan melihat pengaruh antara variabel bebas yaitu *Brand Image* (X_1), Kualitas Produk (X_2), terhadap variabel terikat/respon yaitu Minat Beli Konsumen (Y) dengan model persamaan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 \dots$$

Keterangan :

a = Konstanta

Y = Minat Beli Konsumen

X_1 = *Brand Image*

X_2 = Kualitas Produk

b_1b_2 = Koefisien regresi

Regresi bertujuan untuk menguji pengaruh antara satu variabel terhadap variabel lain. Variabel yang dipengaruhi disebut variabel terikat atau respon, sedangkan variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas.

K. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2012:97) koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai R^2 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.

L. Uji Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

Uji F atau yang sering disebut dengan uji hipotesis simultan adalah metode statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Langkah-langkah melakukan uji F adalah sebagai berikut :

- 1) Merumuskan hipotesa statistik.

$H_0 : b_1, b_2 = 0$, berarti variabel bebas (X_1, X_2) secara berganda tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

$H_a : b_1, b_2 \neq 0$, berarti variabel bebas (X_1, X_2) secara berganda berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y)

- 2) Menentukan nilai kritis (F_{tabel})

Dipilih *level of significant* (α) = 5% (0,05)

Derajat bebas pembilang (df1) = k

Derajat bebas pembagi (df) = n – k – 1

- 3) Menghitung nilai statistik (F_{hitung}) dapat dicari dengan

menggunakan rumus: $F_{hitung} = \frac{SS_{reg}/df1}{SS_{res}/df2}$

Dimana: $SS_{reg} = \text{sum square regression}$

$SS_{res} = \text{sum square residual}$

df = *degrees of freedom*

- 4) Kriteria penghitungan

H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$

H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$

b. Uji T (Uji Parsial)

Uji t merupakan metode pengujian dalam statistik yang digunakan untuk menguji besarnya pengaruh semua variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Kegunaan dari Uji t ini adalah untuk menguji apakah variable *brand image* (X_1), kualitas produk (X_2), secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y).

Langkah-langkah melakukan Uji t adalah sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesa statistik

$H_0 : b_i = 0$, berarti variabel bebas (X_i) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

$H_a : b_i \neq 0$, berarti variabel bebas (X_i) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y).

2) Menentukan nilai kritis (t_{tabel})

Dipilih *level of significant* ($\alpha/2$) = 5% (0,05)

Derajat bebas pembilang (df1) = k

Derajat bebas pembagi (df) = n – k – 1

3) Menghitung nilai statistik t (t_{hitung})

dapat dicari dengan menggunakan rumus:

$$t = \frac{b_i}{SE(b_i)}$$

Dimana: b_i = koefisien regresi

$SE(b_i)$ = *standard error* koefisien regresi

4) Kriteria penghitungan

H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$

H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$

M. Uji Variabel Dominan

Dalam penelitian ini juga menguji variabel bebas manakah yang berpengaruh secara dominan terhadap variabel terikat, dibandingkan dengan beberapa variabel bebas lainnya. Untuk dapat mengetahui variabel ini dapat diketahui dengan melihat nilai koefisien beta serta dari nilai t hitung yang paling besa