

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Dan Sumber Data**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan, karena data diperoleh dari hasil pengamatan di lapangan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data Primer yaitu data yang diperoleh peneliti dari sumber asli.<sup>29</sup> Data primer dalam penelitian ini adalah jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dari kuesioner yang dibagikan kepada responden. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.<sup>30</sup> Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari sumber lain diantaranya dari buku, skripsi terdahulu, dan instansi terkait atau yang erat hubungannya dengan penelitian ini.

#### **3.2 Populasi Dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.<sup>31</sup> Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Zoya Pamularsih dengan angka penjualan periode Januari 2014 sejumlah 6428 orang.<sup>32</sup>

---

<sup>29</sup> Muhamad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2008, hlm. 103.

<sup>30</sup> Ibid, hlm. 102.

<sup>31</sup> Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Jakarta: Rineka Cipta, cet. 14, 2010, hlm. 173.

<sup>32</sup> Wawancara

Sampel adalah sebagian atau sekelompok kecil individu yang dilibatkan langsung dalam penelitian. Sampel terdiri atas sekelompok individu yang dipilih dari kelompok yang lebih besar (populasi) di mana pemahaman dari hasil penelitian akan diberlakukan.<sup>33</sup> Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling. Yaitu, teknik sampling kebetulan yang dilakukan terhadap orang atau benda yang kebetulan ada atau dijumpai. Artinya siapa saja konsumen yang membeli produk Zoya Pamularsih secara kebetulan bertemu dengan peneliti akan dijadikan sebagai sampel, jika dipandang orang yang ditemui cocok sebagai sumber data. Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan rumus slovin. Karena jumlah respondennya sudah diketahui.<sup>34</sup> Untuk memenuhi standar error sampel, maka digunakan rumus Slovin. Rumus penghitungan besaran sampel:<sup>35</sup>

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah populasi

e : Persentase kelnggarran ketelitian

Perhitungan Sampel:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

---

<sup>33</sup> Ibnu Hadjar, Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, ed. 1, cet. 1, 1996, hlm. 133.

<sup>34</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, Metode Penelitian Kuantitatif, Jakarta: PT Grafindo Persada, 2007, hlm. 137.

<sup>35</sup> M. Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Surabaya: Kencana, 2004, hlm. 105.

$$n = \frac{6428}{1 + 6428(0,1)^2}$$

$$n = \frac{6428}{65,28}$$

= 98,4% Responden= 100 orang/responden

### 3.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data tentang pengaruh kualitas produk dan *brand equity* terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Zoya, maka metode yang digunakan adalah melalui : penyebaran angket (kuesioner), dokumentasi, dan wawancara.

#### 3.3.1 Kuesioner (angket)

Adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>36</sup> Kuesioner yang dipakai disini adalah model tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan lima alternatif jawaban dalam suatu daftar pertanyaan, responden diminta untuk memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan. Sebelum membuat daftar pertanyaan terlebih dahulu dibuat kisi-kisi instrumen dengan menjabarkan variabel menjadi sub variabel yang akan diukur, hal ini digunakan sebagai patokan untuk menyusun

---

<sup>36</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, cet. 10, 2010, hlm. 199.

instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat negatif sampai sangat positif dengan 4 (lima) alternatif jawaban, dengan jawaban masing-masing berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Dengan menggunakan skala likert masing-masing instrumen jawaban memiliki nilai sebagai berikut:

SS : 4

S : 3

TS : 2

STS : 1

### **3.3.2 Wawancara (*Interview*)**

Adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.<sup>37</sup>

### **3.3.3 Dokumentasi**

Metode dokumentasi adalah cara mengumpulkan beberapainformasi tentang data dan fakta yang berhubungan dengan

---

<sup>37</sup> Cholid Narbuko, et al, Metodologi Penelitian, Jakarta: Bumi Aksara, 2009, hlm.76.

masalah dan tujuan penelitian, baik dari sumber dokumen yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan, buku-buku, jurnal ilmiah, koran, majalah, website, dan lain-lain.

### **3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran**

Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau aspek dari orang maupun obyek yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.<sup>38</sup>

Berasarkan objek penelitian dan metode penelitian yang digunakan, maka di bawah ini diungkapkan operasionalisasi variabel penelitian sebagai berikut:

#### **3.4.1 Variabel Bebas atau X (Independen Variabel)**

Yaitu variabel yang dapat mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah variabel kualitas produk dan ekuitas produk (*brand equity*).

#### **3.4.2 Variabel terikat atau Y (Dependen Variabel)**

Yaitu variabel yang dapat dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang dimaksud adalah keputusan pembelian konsumen.

---

<sup>38</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D..., h. 60.

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

<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Kualitas Produk ( $X_1$ )	Merupakan persepsi responden mengenai kualitas produk adalah kemampuan produk hijab tersebut dalam memberikan keunggulan dan kepuasan bagi konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keindahan</li> <li>• Daya tahan (<i>Life Of Product</i>)</li> <li>• Kualitas yang dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>)</li> </ul>	Skala Likert
Ekuitas Merek ( $X_2$ )	Ekuitas merek adalah Seperangkat aktiva ( <i>assets</i> ) dan kewajiban ( <i>liabilities</i> ) merek yang terkait dengan sebuah merek, nama, dan simbol, yang dapat menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh sebuah produk atau jasa kepada sebuah perusahaan atau pelanggan perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)</li> <li>• Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>)</li> <li>• Persepsi Kualitas Merek (<i>Perceived Quality</i>)</li> <li>• Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)</li> </ul>	Skala Likert
keputusan pembelian (Y)	Merupakan persepsi responden mengenai Keputusan Pembelian adalah Seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih terhadap suatu produk tertentu untuk melakukan pembelian produk.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keyakinan</li> <li>• Kebiasaan</li> <li>• Pencarian Informasi</li> <li>• Perilaku Pasca Pembelian.</li> </ul>	Skala Likert

### 3.5 Teknis Analisis Data

Dalam penelitian, kemudian akan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas instrumen penelitian.

#### 3.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.<sup>39</sup> Untuk menghitung validitas menggunakan rumus korelasi product moment, rumusnya sebagai berikut :

$$R_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

R = Koefisien korelasi

N = Jumlah sampel

X = Indikator tiap variabel

Y = Variabel

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X_2$  = Jumlah skor masing-masing skor X

$\sum Y_2$  = Jumlah skor masing-masing skor Y

---

<sup>39</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek...*, h. 211.

Dalam penelitian ini saya akan menggunakan SPSS 16.

Kemudian  $R_{xy}$  yang dapat dari perhitungan dibandingkan dengan harga tabel  $R_{product\ moment}$ . Harga  $R_{tabel}$  dihitung dengan taraf signifikan 10% dan N sesuai dengan jumlah pelanggan, jika  $R_{xy} > R_{tabel}$  maka dapat dinyatakan butir soal tersebut valid.

### 3.5.2 Uji Reabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen sudah baik. Reliabilitas menyangkut ketepatan alat ukur.<sup>40</sup> Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga.<sup>41</sup> Cara menghitung tingkat reabilitas suatu data yaitu dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach. Adapun rumus perhitungannya adalah :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_6^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Jumlah kuesioner

$\sum \sigma_6^2$  = Jumlah varian butir

$\sigma_1^2$  = Varian total

<sup>40</sup> Moh. Nadzir, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, cet. 6, 2005. Hlm. 133

<sup>41</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek...*, h. 211

Untuk mencari varian butir dengan rumus :

$$\sigma^2 = \frac{\sum(x)^2 - \frac{\sum(x)^2}{N}}{N}$$

keterangan

$\sigma^2$  = Varian tiap butir

x = Jumlah skor butir

N = Jumlah responden.

Untuk menilai reliabel tidaknya suatu instrumen dilakukan dengan mengkonsultasi  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  , apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

### 3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian pada variabel penelitian dengan model regresi, apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan atau penyakit. Berikut ini macam-macam Uji asumsi klasik:

#### 3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Nilai residual terstandarisasi yang berdistribusi normal jika digambarkan dengan bentuk kurva akan membentuk gambar lonceng (*bell-shaped curve*) yang kedua sisinya melebar sampai tidak

terhingga. Berdasarkan pengertian uji normalitas tersebut maka uji normalitas disini tidak dilakukan per variabel (*univariate*) tetapi hanya terhadap nilai residual terstandarisasinya (*multivariate*). Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

### 3.5.3.2 Uji Multikolinieritas

Istilah multikolinieritas mula-mula ditemukan oleh Ragnar Frisch.<sup>42</sup> Pada mulanya multikolinieritas berarti adanya hubungan linear yang “sempurna” atau pasti, di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Untuk regresi  $k$ -variabel, meliputi variabel yang menjelaskan  $X_1, X_2, \dots, X_k$  (dimana  $X_1 = 1$  untuk semua pengamatan untuk memungkinkan unsur intersep) Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).<sup>43</sup>

### 3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut dengan homoskedastisitas. Yang

---

<sup>42</sup> Damodar Gujarati & Sumarno Zain, *Ekonometrika Dasar*, Jakarta: Penerbit Erlangga, 1993, hal. 157.

<sup>43</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011, hal. 105.

diharapkan pada model regresi adalah yang homoskedastisitas. Masalah heteroskedastisitas sering terjadi pada penelitian yang menggunakan data *cross-section*. Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

### 3.6 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pola perubahan nilai suatu variabel (variabel independen) yang disebabkan variabel lain. Analisis regresi berganda menggunakan suatu model matematis berupa persamaan garis lurus yang mampu mendefinisikan hubungan antar variabel sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan keputusan pembelian konsumen untuk membeli sebagai variabel dependen (terikat) dan kualitas produk dan ekuitas merek sebagai variabel independen (bebas) maka persamaan regresi berganda dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan pembelian konsumen

a = Konstanta

$b_1$   $b_2$  = Koefisien variabel  $X_1$ ,  $X_2$

$X_1$  = Kualitas Produk

$X_2$  = Ekuitas Merek

e = Kesalahan random

### 3.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk menguji hipotesis dalam satu sampel, apakah satu nilai yang merupakan hipotesis yang kita ajukan berbeda secara nyata dengan nilai rata-rata dalam sebuah sampel. Dalam merumuskan hipotesis nol untuk uji statistik t yaitu:

$H_0$  : tidak ada perbedaan antara nilai hipotesis dengan nilai rata-rata sampel.

$H_a$  : terdapat perbedaan antara nilai hipotesis dengan nilai rata-rata sampel.

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan kriteria pengujian signifikan, yaitu :

- a.  $H_0$  diterima jika :  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau signifikan  $> 0,1$ .
- b.  $H_a$  diterima jika :  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau signifikan  $\leq 0,1$

### 3.6.2 Uji Simultan (Uji F)

Untuk menguji hipotesis digunakan uji F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam persamaan atau model regresi secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam merumuskan hipotesis nol untuk uji nilai statistik F, yaitu  $H_0 : \beta = 0$ , artinya semua variabel independen bukan merupakan penjelasan variabel dependen.  $H_a : \beta \neq 0$ , artinya semua variabel

independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.<sup>44</sup>

### 3.6.3 Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi yang sering disimbolkan dengan  $R^2$  pada prinsipnya mengukur seberapa besar kemampuan model menjelaskan variasi variabel dependen. Jadi koefisien determinasi sebenarnya mengukur besarnya persentase pengaruh semua variabel independen dalam model regresi terhadap variabel dependennya. Besarnya nilai koefisien determinasi berupa persentase, yang menunjukkan persentase variasi nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model regresi. Jika nilai koefisien determinasi dalam model regresi semakin kecil (mendekati nol) berarti semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependennya. Atau dengan kata lain, nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaiknya apabila nilai  $R^2$  semakin mendekati 100% berarti semua variabel independen dalam model memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependennya atau semakin besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>45</sup> koefisien determinasi ini di mana:

---

<sup>44</sup> Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*, Yogyakarta: Gava Media, 2011, hal.194.

<sup>45</sup> Erwan Agus Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti, *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial.....*,h. 195.

$R^2$  : koefisien determinasi

$Y$  : Keputusan pembelian konsumen

$X_1$  : kualitas produk

$X_2$  : ekuitas merek