

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Subjek dan Objek penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan suatu data. Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2014) mendefinisikan objek penelitian sebagai berikut: “Objek penelitian adalah sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid dan reliabel tentang suatu hal (variabel tertentu)”. Objek dari penelitian ini adalah pada kaos Dagadu di Yogyakarta.

Subjek penelitian menurut Arikunto (2016) memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang di permasalahan. Subjek dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk kaos Dagadu di Yogyakarta.

B. Jenis dan Sumber Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan data primer. Data primer merupakan data yang langsung memberikan data dan dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah dan tujuan penelitian (Sugiyono, 2014). Sumber data primer pada penelitian ini adalah data yang dikumpulkan berdasarkan hasil pengisian daftar pertanyaan yang telah disiapkan terlebih dahulu. Data diperoleh dengan menyebarkan daftar pertanyaan (kuesioner) secara langsung kepada konsumen kaos Dagadu di Yogyakarta.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Arikunto (2016) berpendapat bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sedangkan menurut Sugiyono (2014) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Dalam penelitian ini menggunakan metode pengambilan sampel dengan menggunakan rumus sebagai berikut ini:

$$n = \frac{z^2}{4 (Moe)^2}$$

Keterangan:

n= Jumlah sampel

Z= *Z score* pada tingkat signifikansi tertentu (nilai 1,96) tingkat kepercayaan 95%

Moe = *Margin of Error Max* (tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi) (Widyanto, 2013).

Menggunakan *margin of error* maksimal 10%, maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil yaitu:

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2}{4 (0,10)^2} \\ &= 96,04 \text{ atau } 96 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil hitung tersebut, jumlah sampel yang akan digunakan sebanyak 100 responden. Pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan bagian dari pengambilan *non-*

probability sampling. *Purposive sampling* merupakan pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu, seseorang yang akan diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang dapat menjawab kebutuhan penelitian (Fatihudin, 2015). Kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Konsumen yang melakukan pembelian produk Dagadu Djokdja.
2. Konsumen Dagadu yang berusia minimal 17 tahun.

D. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data berupa *survey* dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada konsumen produk kaos Dagadu. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien, bila peneliti tahu variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert* 5 poin. Berikut ini adalah penjelasan 5 poin skala *likert* :

- a. Jawaban sangat setuju diberi skor 5
- b. Jawaban setuju diberi skor 4
- c. Jawaban netral diberi skor 3
- d. Jawaban tidak setuju diberi skor 2
- e. Jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi variabel	Indikator	Skala
1.	Citra Merek	Citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dimiliki oleh konsumen seperti yang tercermin dalam asosiasi yang terbentuk dalam sebuah memori konsumen (Kotler & Keller, 2012).	Indikator citra merek dilihat dari : a. Mengingat atribut-atribut merek b. Menerjemahkan manfaat menjadi fungsional dan Emosional c. Merek memiliki kualitas yang bagus d. Merek melambungkan status seseorang e. Merek mencerminkan keperibadian f. Merek mencerminkan jenis konsumen (Kotler & Keller, 2012)	1-5
2.	Persepsi Harga	Persepsi harga merupakan nilai yang terkandung dalam suatu harga yang berhubungan dengan manfaat dalam menggunakan suatu produk atau jasa tersebut (Kotler & Amstrong, 2014).	a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk c. Daya saing harga d. Kesesuaian harga dengan manfaat (Kotler dan Amstrong, 2014)	
3.	Persepsi Kualitas Produk	Persepsi kualitas merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh konsumen (Durianto dkk, 2011).	a. Kualitas dan mutu produk. b. Tingkat kenyamanan produk. c. Kualitas produk dibandingkan produk dari pesaing. (Astuti & Cahyadi, 2007)	
4.	Keputusan pembelian	Keputusan pembelian adalah proses kegiatan penentuan dan pemilihan produk atau jasa oleh konsumen (Kotler & Keller, 2012).	a. Kemantapan membeli b. Pertimbangan dalam membeli c. Prioritas dalam membeli. (Astuti & Cahyadi, 2007)	

F. Uji Kualitas Instrumen

Untuk menguji apakah konstruk yang telah dirumuskan reliabel dan valid, maka perlu dilakukan pengujian reliabilitas dan validitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Menurut Sugiyono (2014) suatu instrument dikatakan valid apabila instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Valid menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi *product moment* yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti lebih lanjut. Syarat tersebut menurut Ghozali (2013) apabila nilai sig $<0,05$, maka item pertanyaan dari kuisisioner adalah valid tetapi apabila nilai sig $>0,05$ maka item pertanyaan dari kuisisioner tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Realibilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengukuran data karena instrumen tersebut sudah baik.

Menurut Ghozali (2013) suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menguji reliabilitas sampel ini

digunakan testing kehandalan “*Croanbach Alpha*” yang akan menunjukkan ada tidaknya konsistensi antara pertanyaan dan sebagian kelompok pertanyaan. Konsistensi internal, ditujukan mengetahui konsistensi butir-butir pertanyaan yang digunakan untuk mengukur *construct*. Suatu *construct* atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2013).

G. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis data yang bertujuan untuk menggambarkan profil responden atau subjek penelitian dan atau karakteristik data yang disajikan dalam bentuk tabel statistik deskriptif (Umar, 2011).

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Model yang digunakan dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut: (Sugiyono, 2014).

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Keputusan pembeli
- a = Konstanta
- X₁ = Citra merek
- X₂ = Persepsi harga
- X₃ = Kualitas produk
- b₁, b₂, b₃ = Koefisiensi regresi
- e = Variabel pengganggu

1) Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara masing-masing variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

a) Jika nilai *p-value* (sig) $> \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b) Jika nilai *p-value* (sig) $\leq \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak berarti variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2) Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

a) Jika nilai *p-value* (sig) $> \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima berarti variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b) Jika nilai *p-value* (sig) $\leq \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak berarti variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur proporsi variasi variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai

koefisien determinasi (*Adj R square*) akan terletak antara 0 sampai dengan 1. Koefisien *Adj R square* akan bernilai 0 apabila tidak ada variasi variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Jika semua variasi variabel bebas dijelaskan oleh variabel terikat maka *R square* akan bernilai 1.