

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di tiga gerai Pizza Hut yang beradadi Kota Malang, yakni di Pizza Hut Soekarno Hatta, Pizza HutSemeru, dan Pizza Hut Ciliwung. Hal ini dikarenakan subjek dari penelitian ini adalah konsumen Pizza Hut di Kota Malang.

#### B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. *Explanatory research* merupakan penelitian yang menguji teori dan hipotesis dari penelitian sebelumnya tentang hubungan sebab akibatdalam pelaksanaannya (Sugiyono, 2016). Penelitian ini akan meneliti hubungan citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di Kota Malang.

#### C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012). Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli produk Pizza Hut di Kota Malang.

##### 2. Sampel

Sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi dalam penelitian ini besar, sehingga peneliti melakukan pengambilan sampel dari populasi tersebut dengan benar-benar representatif (mewakili) (Sugiyono, 2012). Penetapan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan rumusFerdinand (2011), yaitu:

$$n = \text{Jumlah Indikator} \times (5 \text{ sampai } 10)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Pada penelitian ini terdapat 15 indikator dan dipilih angka 8 sebagai angka pengalinya, maka dapat ditentukan sampel penelitian yang berjumlah:

$$n = \text{Jumlah Indikator} \times (5 \text{ sampai } 10)$$

$$n = 15 \times 8$$

$$n = 120$$

Berdasarkan perhitungan didapatkan jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 120 responden.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Adapun teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2018) *Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang membatasi peluang seseorang untuk memberikan informasi yang dibutuhkan karena adanya kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti. Karakteristik responden dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Responden yang berusia 18 tahun keatas.
- b. Responden yang pertama kali melakukan pembelian di restoran Pizza Hut Kota Malang selama satu tahun terakhir.

#### D. Definisi Operasional Variabel

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

Definisi Operasional	Indikator Variabel	Peneliti
Keputusan pembelian merupakan tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli produk Pizza Hut.	1. Prioritas dalam pembelian.	(Suprapti, 2010)
	2. Pertimbangan dalam membeli.	(Kotler, 2008)
	3. Kemantapan dalam membeli.	
	4. Kecepatan memutuskan memilih	

Definisi Operasional	Indikator Variabel	Peneliti
	merek. 5. Membeli sesuai dengan kebutuhan dan keinginan	
Citra merek ( <i>brand image</i> ) dapat dikatakan sebagai suatu alat yang digunakan konsumen untuk menggambarkan apa yang konsumen rasakan dan pikirkan saat konsumen mendengar atau bahkan menggunakan produk Pizza Hut.	1. Kekuatan merek. 2. Keunggulan merek. 3. Keunikan merek. 4. Mudah dikenali. 5. Reputasi yang baik. 6. Selalu diingat.	(Kotler & Keller, 2016)  (Keller, 2012)
Harga merupakan sejumlah uang atau nilai yang dapat ditukar suatu produk atau jasa.	1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengankualitas. 3. Daya saing harga. 4. Potongan harga.	(Rondonuwu (2013) & Weenas (2013))

### E. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2013) sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang akan digunakan berupa kuesioner yang disebarkan pada konsumen Pizza Hut yang sudah membeli produk di Pizza Hut di Kota Malang selama satu tahun terakhir. Isi kuesioner yang disebar berhubungan dengan citra merek, harga, dan keputusan pembelian. Kemudian dari hasil kuesioner yang disebar dianalisis dan dijadikan pembahasan.

### F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Teknik pengumpulan data primer pada penelitian ini dapat diakses melalui *google form* dengan cara

mengisi kuesioner atau angket. Teknik tersebut dilakukan untuk mendapatkan data secara langsung dari para responden. Link *google form* disebarikan melalui *broadcast* dan status pada media sosial seperti:

1. Whatsapp: Link dibagikan dengan mengirim *broadcast* pesan yang berisi link kuesioner dan juga ucapan permintaan untuk kesediaan mengisi kuesioner kepada responden. Serta menyebarkan link melalui status Whatsapp.
2. Instagram: Link dibagikan dengan mengirim *story* yang ditujukan kepada responden yang sesuai dengan kriteria dimana berisipesan permintaan untuk kesediaan mengisi kuesioner yang dicantukan pada bio profil Instagram milik @mithazyy.

Kemudian peneliti meminta teman atau kerabat yang sesuai untuk menyebarkan link *google form* ke grup dan status pada akun media sosial miliknya

### G. Alat Pengukuran Data

Alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini dengan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2012). Model skor skala likert dalam penelitian ini sebagai berikut (Sugiyono, 2013):

**Tabel 3.2 Skala Likert**

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### H. Uji Instrumen Penelitian

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji validitas dari kuesioner yang telah dibuat. Suatu instrumen dinyatakan valid apabila *corrected item-total correlation* ( $r$ ) dari  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel (Sugiyono, 2016). Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka variabel tersebut dinyatakan valid, sebaliknya apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka variabel tersebut dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for*

*Social Sciences*). Adapun uji validitas dapat dihitung menggunakan rumus korelasi 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:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi

N = jumlah observasi/ responden

X = skor pertanyaan

Y = skor total

Penelitian ini melakukan pengujian validitas dengan menggunakan analisis *Pearson Correlation* dalam SPSS. Adapun dasar penentuan dalam uji validitas, yaitu:

- a. Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel berarti pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
- b. Apabila  $r$  hitung  $\leq$   $r$  tabel berarti pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur tersebut dapat dipercaya dan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tersebut tetap sama jika dilakukan pengukuran lebih dari dua kali (Sugiyono, 2016). Teknik yang digunakan untuk uji reliabilitas adalah teknik *Cronbach's Alpha*. Jika  $r_{\alpha} > 0,6$ , maka instrument tersebut dinyatakan reliabel. Perhitungan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Adapun rumus uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

$$r = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2}\right)$$

Keterangan:

r = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah varian butir di kuadratkan

## I. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendirimaupun orang lain.

### 1. Rentang Skala

Rentang skala adalah alat yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana citra merek, harga, dan keputusan pembelian pada konsumen Pizza Hut. Sugiyono (2016) menentukan rentang skala dengan rumus sebagai berikut.

$$RS = \frac{(m-1)}{m}$$

Keterangan:

RS = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

m = Jumlah Alternatif Jawaban

Berdasarkan rumus diatas, maka dapat diperoleh rentang skalasebagai berikut.

$$RS = \frac{120(5 - 1)}{5} = 96$$

Dengan perhitungan rumus di atas, maka skala penelitian setiap kriteria adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Rentang Skala dan Pengukuran Variabel**

<b>Rentang Skala</b>	<b>Keputusan Pembelian</b>	<b>Citra Merek</b>	<b>Harga</b>
120-216	Sangat Tidak Mantap	Sangat Buruk	Sangat Tidak Wajar
217-313	Tidak Mantap	Buruk	Tidak Wajar
314-410	Cukup	Cukup	Cukup
411-507	Mantap	Baik	Wajar
508-604	Sangat Mantap	Sangat Baik	Sangat Wajar

## 2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian terjadinya penyimpangan terhadap asumsi klasik. Adapun pengujian asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini terdiri atas beberapa pengujian yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

### a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk melihat apakah dalam model regresi variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) mempunyai kontribusi atau tidak (Ghozali, 2018). Untuk menguji normalitas residual digunakan uji statistic non prametik *Kolmogorov-Smirnov*. Penelitian dikatakan berdistribusi normal apabila memiliki nilai

signifikan lebih besar dari 0.05 ( $\text{sig} > 0.05$ ).

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variable bebas (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variable ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasinya antara sesama variabel bebas lain sama dengan nol.

Penelitian ini merupakan sebuah teknik untuk mendeteksi adaatidaknya multikolinieritas dalam model regresi yang mana dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF), nilai *tolerance* yang besarnya diatas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas diantara variable bebasnya (Ghozali, 2018).

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya (Ghozali, 2018). Jika varian dari residual berbeda disebut heteroskedastisitas. Cara untuk mengetahui dalam pengujian ini dengan menggunakan cara uji glesjer.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui sebuah model regresi linier apakah terdapat korelasi pada waktu dan tempat. Pengujian ini menggunakan uji durbinWatson dengan membandingkan

hasil durbin Watson hitung ( $d$ ) dengan hasil durbin watson tabel, yaitu batas atas ( $d_u$ ) dan batas bawah ( $d_L$ ) (Ghozali, 2018). Adapun kriteria pengujian dari uji autokorelasi sebagai berikut:

- 1) Apabila  $0 < d < d_L$ , maka terjadi autokorelasi positif.
- 2) Apabila  $d_L < d < d_u$ , maka terjadi autokorelasi positif.
- 3) Apabila  $d - d_L < d < 4$ , maka terjadi autokorelasi negatif.
- 4) Apabila  $4 - d_u < d < 4 - d_L$ , maka terjadi autokorelasi negatif.
- 5) Apabila  $d_u < d < 4 - d_u$ , maka tidak terjadi autokorelasi.

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan suatu alat untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variable terikat (Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi adalah antara angka nol atau satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Begitupun sebaliknya, jika nilai yang dihasilkan mendekati angka 1 maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2014) menyatakan bahwa analisis regresi linear berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen bila dua atau lebih variabel independent sebagai faktor prediator dimanipulasi. Analisis ini dilakukan bila variabel independent minimal dua. Persamaan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b<sub>1</sub> : Koefisien Regresi Variabel X<sub>1</sub>

b<sub>2</sub> : Koefisien Regresi Variabel X<sub>2</sub>

X<sub>1</sub> : Citra Merek

X<sub>2</sub> : Harga

## 5. Uji Hipotesis

Hipotesis didefinisikan sebagai hubungan yang diperkirakan secara logis di antara dua atau lebih variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang diuji. Hubungan tersebut diperkirakan berdasarkan jaringan asosiasi yang ditetapkan dalam kerangka teoritis yang dirumuskan untuk studi penelitian.

### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian untuk melihat pengaruh secara parsial variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Tingkat signifikansi yaitu ( $\alpha = 0,05$ ) atau 5%, jika nilai signifikansi lebih dari 5% atau (0,05) maka hipotesis tersebut ditolak sedangkan jika nilai signifikansi kurang dari 5% atau (0,05) maka hipotesis dapat diterima (Ghozali, 2018).

Adapun hipotesis yang akan diuji adalah sebagai berikut.

Tabel 3.4 Hipotesis Uji t

Hipotesis	Keterangan
$H_0$	Tidak ada pengaruh parsial antara citra merek terhadap keputusan pembelian
$H_a$	Terdapat pengaruh parsial antara citra merek terhadap keputusan pembelian
$H_0$	Tidak ada pengaruh parsial antara harga terhadap keputusan pembelian
$H_a$	Terdapat pengaruh parsial antara harga terhadap keputusan pembelian

Adapun untuk melihat pengaruh secara parsial, peneliti mengambil dasar keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, dan  $H_a$  ditolak. Artinya, tidak ada pengaruh secara parsial antara variable bebas terhadap variable terikat.
- 2) Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, ada pengaruh secara parsial antara variable bebas terhadap variable terikat.

#### b. Uji Dominan

Uji dominan dilakukan untuk mencari variabel bebas mana yang paling berpengaruh terhadap variabel terikat, jika dibandingkan dengan beberapa variabel bebas lainnya. Menurut Ghozali (2011) menjelaskan bahwa uji hipotesis ini melihat nilai koefisien beta serta dari nilai t hitung yang paling besar diantara variabel independen (bebas) yang ada. Apabila nilai Standardized Coefficient Beta dan t hitung lebih besar maka variabel

tersebut dikatakan berpengaruh paling dominan terhadap variabel dependen (terikat).

