

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi Penelitian**

Penelitian dilakukan di bangsal produsen Kerupuk krecek Rambak Kulit Sapi Rizki, Kab Mojokerto, Jawa Timur. Alasan pemilihan lokasi penelitian tersebut karena merupakan desa yang terkenal dengan krecek rambak sapi khas Bangsal. Produsen krecek rambak sapi dapat mudah ditemui di sepanjang jalan raya Bangsal. Permintaan Krecek Rambak Sapi sangat tinggi untuk di konsumsi.

#### **B. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode eksplanatif, menurut Priyono (2016) penelitian eksplanatif dilakukan untuk menjelaskan tentang mengapa suatu gejala atau kejadian bisa terjadi. Penelitian eksplanatif menjelaskan tentang pengaruh atau hubungan satu variabel dengan variabel lain (Bungin). Berdasarkan dari pengertian di atas dapat dikatakan bahwa penelitian metode eksplanatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk meneliti populasi atau sampel dengan hasil berupa angka yang dapat digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antar variabel yang diteliti. Metode eksplanatif digunakan dalam penelitian ini karena menjelaskan pengaruh antara variabel X yaitu Pengaruh Citra Merek terhadap variabel Y yaitu Perilaku Pembelian. Citra Merek (variabel X) diartikan sebagai sebab dari timbulnya Perilaku Pembelian yang diartikan sebagai akibat (variabel Y).

### **C. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode survei. Menurut Fink (2003) dalam Sekaran & Bougie (2016) survei adalah sistem untuk mengumpulkan informasi dari atau tentang orang untuk menggambarkan, membandingkan atau menjelaskan sikap, pengetahuan, dan perilaku mereka. Menurut Kriyantono (2014) survei adalah metode riset untuk mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang telah disusun untuk disebar dan dijawab oleh responden (Bungin, 2017). Tujuannya adalah untuk dapat mengumpulkan informasi dari responden yang mewakili suatu populasi. Pada penelitian ini, akan membagikan kuesioner kepada sampel yang sudah ditentukan.

### **D. Populasi , Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel**

#### **1. Populasi**

Menurut Bungin (2017) populasi adalah sekelompok objek yang sudah ditentukan untuk menjadi sasaran penelitian. Subjek dan objek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu ditentukan oleh peneliti agar dapat ditarik dan dipelajari kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi yang sudah ditentukan pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan dan distributor/ reseller yang aktif melakukan pembelian ulang.

#### **2. Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen produk Kerupuk Krecek Rambak kulit sapi Rizki di Bangsal. Penentuan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu mengambil sampel berdasarkan kriteria seperti pelanggan yang telah melakukan pembelian Kerupuk krecek rambak kulit sapi Rizki dalam 6 bulan sekali atau

lebih di wilayah Jawa timur dan pelanggan melakukan penjualan kembali. Maka pada penelitian ini mengambil data dari sampel sejumlah 100 orang. Dengan demikian jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 sampel yang merupakan pelanggan dan reseller/distributor yang telah melakukan pembelian kerupuk krecek rambak kulit sapi Rizki di Bangsal.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel yang digunakan adalah metode non probability sampling yaitu pengambilan sampel yang tidak memberi peluang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode non probability sampling dipilih sebagai cara pengambilan sampel karena bila besarnya peluang populasi untuk terpilih sebagai sampel tidak diketahui (Wiyono, 2011). Selanjutnya cara yang digunakan yaitu teknik purposive sampling yang mana penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Berikut pertimbangan atau karakteristik yang ditentukan untuk menjadi sampel:

1. Pelanggan yang telah melakukan pembelian 2 kali
2. Pelanggan yang telah melakukan pembelian minimal 100kg krecek rambak mentah

### **E. Definisi Operasional Variabel**

#### 1. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjelasan tentang bagaimana operasi atau kegiatan yang harus dilakukan untuk memperoleh data atau indikator yang dimaksud (Widayat, 2004).

Tabel 3.1 Definisi Operasional.

No	Variabel	Indikator	Sumber
1	<p><b>Perilaku Pembelian</b></p> <p>Merupakan proses pengambilan keputusan ketika akan melakukan pembelian bervariasi dari satu konsumen ke konsumen lain</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Puas dengan produk dan untuk bisnis harian</li> <li>2. Membeli produk 6 bulan sekali</li> <li>3. Membeli secara rutin</li> <li>4. Lebih suka produk tersebut dari pada produk lain</li> </ol>	<p>(Boyd, Jr. dan Walker Jr. 1995)</p>
2	<p><b>Niat Pembelian</b></p> <p>Merupakan niat pembelian menentukan perilaku pembelian konsumen.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akan membeli selama tidak merusak kesehatan</li> <li>2. Membeli dengan waktu dekat</li> <li>3. Berencana membeli produk tersebut</li> <li>4. Memiliki jangka panjang produk yang baik.</li> </ol>	<p>(Assael, 2001 dan Nursaedah 2013)</p>

3	<p><b>Citra Merek</b></p> <p>Merupakan secara singkat bahwa sebuah citra merek mewakili kepercayaan yang diasosiasikan konsumen dengan sebuah merek dan merupakan sekumpulan informasi.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Merek sudah di kenal banyak orang</li> <li>2. Kualitas produk lebih baik dari produk yang lain</li> <li>3. Merek produk tersebut memiliki nama yang baik</li> <li>4. Merek produk tersebut mudah di ingat</li> </ol>	(Rustamad 2013)
4	<p><b>. Sikap</b></p> <p>merupakan faktor penting sebagai kontrol yang akurat dan dapat mempengaruhi pola pikir individu terhadap pembentukan niat beli</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki sikap yang baik pembelian</li> <li>2. Membeli produk dengan label tersebut</li> <li>3. Membeli karena enak</li> <li>4. Lebih senang membeli produk tersebut</li> </ol>	Ajzen dan Fishbein (1980)

	konsumen.		
5	<p><b>Norma Subjektif</b></p> <p>Merupakan persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengaruh lingkungan mendorong untuk melakukan pembelian</li> <li>2. Ulasan positif dari pelanggan lain mendorong untuk membeli produk</li> <li>3. Orang terdekat lebih menyukai produk tersebut</li> </ol>	Jogiyanto (2007)
6	<p><b>Kontrol Perilaku</b></p> <p>Merupakan suatu keadaan bahwa seseorang merasa mampu untuk menetapkan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki kemampuan untuk membeli</li> <li>2. Mampu membeli di masa yang akan datang</li> <li>3. Berapa uang yang dikeluarkan siap untuk membeli</li> <li>4. Membeli bukan untuk keinginan</li> </ol>	Wahyuni et al., (2017)

	perilaku.		
--	-----------	--	--

## F. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif eksplanatif. Sesuai dengan namanya, data kuantitatif banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data tersebut, serta penampilan dari hasilnya dan dijelaskan dengan disertai tabel, grafik, bagan, gambar atau tampilan lain (Arikunto, 2013).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Sumber data primer adalah data langsung dikumpulkan oleh peneliti atau petugasnya dari sumber pertamanya (Arikunto, 2013). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pada sampel yang disebar pada responden yang telah ditentukan. mengetahuinya secara pasti apa yang di butuhkan dan bagaimana mengukur variabel yang menarik.

## G. Teknik Pengumpulan Data

Data adalah unit informasi yang direkam media yang dapat dibedakan dengan data lain, dapat dianalisis dan relevan dengan program tertentu (Tanzeh, 2011). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dengan menyebarkan instrumen penelitian berupa kuesioner kepada responden melalui survey. Kuesioner adalah sekumpulan pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2019).

Cara yang digunakan dalam penyebaran kuesioner nantinya dengan membagikan *google form*, berupa pernyataan yang berisi instrumen penelitian kepada responden. Penyebaran kuesioner akan dilakukan dalam dua tahap. Dimana tahap kedua berguna sebagai

langkah cadangan apabila dalam proses penyebaran kuesioner ditahap pertama belum mencapai angka responden yang telah ditentukan.

#### **H. Teknik Pengukuran Variabel**

Dalam penelitian ini pengukuran data di dalam kuesioner menggunakan skala likert dengan metode skoring. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2012). Pengisian kuesioner dalam penelitian ini diukur dengan skala likert yang dilambangkan dari skala 1 (satu) sampai dengan 5 (lima). Dalam hal ini jawaban responden dibagi menjadi 5 kategori skala likert.

Tabel 3.2 Alternatif Jawaban Responden

<b>SIMBOL</b>	<b>KETERANGAN</b>	<b>BOBOT</b>
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STTS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2019)

#### **I. Pengujian Instrument**

Sebelum penelitian dilaksanakan, dilakukan terlebih dahulu pengujian atas instrumen penelitian, yaitu kuesioner. Pada tahap awal, kuesioner disebarkan kepada beberapa pelanggan kerupuk krecek rambak kulit sapi Rizki di Bangsal. Hasil kuesioner yang diperoleh kemudian diuji level validitas dan level reliabilitasnya.

## **1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

## **2. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ).

## **J. Uji Asumsi Klasik**

### **1. Uji Normalitas**

Pengujian normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah menggunakan model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016). Pengujian ini menggunakan program SPSS 25 for Windows. Untuk menguji variabel berdistribusi normal atau tidak dapat menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov dengan memperhatikan hasil nilai signifikan (Monte Carlo Sig.) pada proses pengujian.

Hipotesis yang dikemukakan:

$H_0$  = Data residual berdistribusi normal ( $\text{sig} > 0,05$ )

$H_a$  = Data residual tidak berdistribusi normal ( $\text{sig} < 0,05$ )

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas terjadi jika terdapat korelasi antara variabel independen yang dilibatkan dalam model. Jika terjadi gejala multikolinieritas yang tinggi, standar error koefisien regresi akan semakin besar dan mengakibatkan confidence interval untuk pendugaan parameter semakin lebar, dengan demikian terbuka kemungkinan terjadinya kekeliruan, menerima hipotesis yang salah.

## K. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis jalur. Path analysis digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen) (Riduwan & Engkos, 2017). Analisis jalur bisa dikatakan sebagai pengembangan dari konsep korelasi dan regresi, dimana korelasi dan regresi tidak mempermasalahkan mengapa hubungan antar variabel terjadi serta apakah hubungan antar variabel tersebut disebabkan oleh variabel itu sendiri (Setyaningsih, 2020). Terdapat beberapa langkah-langkah dalam menganalisis data menggunakan path analysis dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

### a) Pengaruh Langsung

1. Pengaruh Citra merek ( $X_1$ ) terhadap Niat pembelian ( $Z$ )

Didapatkan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + (\beta \times X_1) + e$$

2. Pengaruh Sikap (X2) terhadap Niat pembelian (Z)

Didapatkan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + (\beta \times X_2) + e$$

3. Pengaruh Norma subjektif (X3) terhadap Niat pembelian (Z)

Didapatkan persamaan sebagai berikut :

$$Z = \alpha + (\beta \times X_3) + e$$

4. Pengaruh Kontrol perilaku (X4) terhadap Niat pembelian (Z)

Didapatkan persamaan sebagai berikut :

$$Z = \alpha + (\beta \times X_4) + e$$

5. Pengaruh Niat pembelian (X) terhadap Perilaku pembelian (Y)

Didapatkan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + (\beta \times Y) + e$$

Keterangan :

$\alpha$  : Konstanta

$\beta$  : Koefisien regresi

X1 : Variabel Citra merek

X2 : Variabel Sikap

X3 : Variabel Norma subjektif

X4 : Variabel Kontrol perilaku

Z : Variabel Niat pembelian

Y : Variabel Perilaku pembelian

e : Standard error

## **L. Uji Hipotesis**

### **1. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)**

Uji statistik t menunjukkan seberapa besar pengaruh setiap variabel independen secara individu dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Pada uji statistik t, nilai t hitung akan dibandingkan dengan nilai t tabel, dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Bila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $\text{profitabilitas} < \text{tingkat signifikansi}$  ( $\text{Sig} < 0,05$ ), maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Bila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  atau  $\text{profitabilitas} > \text{tingkat signifikansi}$  ( $\text{Sig} > 0,05$ ), maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.