

BAB III

PENELITIAN METODE

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif Penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukurannya adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dari hubungan-hubungan kuantitatif. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang

bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (sugiyoni, 2014).

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Ismiyanto, populasi adalah keseluruhan objek atau totalitas subjek penelitian yang dapat berupa orang, benda, atau suatu hal yang didalamnya dapat diperoleh dan atau dapat memberikan informasi (data) penelitian.

Menurut Nazir (2005), populasi adalah sekumpulan individu dengan kualitas dan karakter yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Ciri, karakteristik, dan kualitas itu

yang dinamakan sebagai variable. Ia membagi populasi menjadi dua yakni populasi finit dan infinit.

Menurut Sugiyono (2010:117), 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.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen dari Kedai Dapoer ROA di wilayah kota Bojonegoro. Karena populasi dalam penelitian ini adalah seluruh orang yang menggunakan produk Dapoer ROA di wilayah Bojonegoro dengan jumlah yang sangat banyak maka dilakukan pengambilan sampel untuk penelitian ini.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah dengan metode aksidental berdasarkan pada ketentuan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2002 : 61-63), yang mengatakan bahwa: “Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain dari sampel jenuh adalah aksidental.”

Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode sampel aksidental. Menurut sugiyono tahun (2001) sampel yang diambil dari siapa saja yang secara kebetulan bertemu peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber

data . Metode sampel aksidental dalam penelitian ini berasal dari 75 responden dari tanggal kuisioner 5 januari 2021 hingga 19 januari 2021.

3.3 VARIABEL, OPERASIONAL DAN PENGUKURAN

3.3.1 VARIABEL DAN OPERASIONAL

Variabel adalah konsep yang mempunyai variasi nilai-nilai, yaitu adanya variabel dependent dan independent. Variabel dependent atau bisa disebut dengan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau disebabkan adanya variabel independent. Sedangkan variabel independent adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependent.

Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah :

- a. Variabel X (Variabel Independent) adalah branding
- b. Variabel Y (Variabel intervening) adalah exposure
- c. Variabel Z (Variabel Dependent) adalah keputusan pembelian

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkapkan dalam definisi konsep) secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek penelitian atau objek yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat. Operasioanal merupakan bagian penelitian yang diperlukan agar pengukuran variabel atau pengumpulan data menjadi konsisten antara sumber data (responden) yang satu dengan lainnya.

- a. Variabel Bebas (Independent Variabel)

Variabel independent merupakan variabel bebas yang dapat mempengaruhi variabel dependen (terikat) baik yang berpengaruh positif maupun berpengaruh negatif (Ferdinand, 2011:28) Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah branding.

b. Variabel Intervening

Pengertian variabel intervening, variabel intervening adalah variabel yang secara garis besar mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak bisa diukur.

c. Variabel Terikat (Dependent Variable)

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya, untuk variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah peningkatan penjualan.

3.3.2 PENGUKURAN

A. BRANDING

Cara pertama yang dapat dilakukan untuk mengukur efektivitas branding adalah dengan mengukur tingkat visibilitas brand tersebut di kalangan masyarakat luas. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan survei secara acak untuk mengetahui apakah brand produkmu telah dikenal baik oleh masyarakat.

B. KEPUTUSAN PEMBELIAN

Menurut Frans Abadi Cysara (2015) Indikator keputusan pembelian adalah lima yaitu:

1. Tahap menaruh perhatian (Attention) Tahap menaruh perhatian adalah tahapan dimana kita harus bisa membuat para konsumen sadar akan keberadaan produk tersebut. Baik promosi menggunakan iklan cetak, tv, atau jaringan personal lainnya.

2. Tahap ketertarikan (Interest) Tahapan ketertarikan setelah berhasil meraih perhatian konsumen, harus dilakukan follow up yang baik. Yaitu tahapan lebih dalam memberikan informasi produk, membujuk dan mampu memberikan alasan kenapa konsumen harus membeli produk yang kita tawarkan.

3. Tahap berhasrat/ berniat (Desire) Tahap berhasrat atau berniat adalah tahap memberikan penawaran yang tidak dapat ditolak oleh konsumen, dimana agar timbul keinginan dan hasrat untuk membeli produk kita.

4. Tahap untuk memutuskan untuk aksi beli (Action) Tahap untuk memutuskan aksi beli adalah tahapan dimana konsumen agar mengambil tindakan untuk memulai membeli produk.

5. Tahapan satisfaction Tahapan satisfacion adalah tahapan akhir dimana konsumen merasa puas dengan produk dan akhirnya memutuskan untuk membeli produk.

C, EXPOSURE

Salah satu metode pengukuran exposure ekonomi sebuah MNC adalah dengan mengklasifikasikan arus kas ke dalam item-item yang berbeda dalam laporan laba rugi dan kemudian secara subyektif memprediksi setiap item laporan laba rugi berbasis nilai tukar hasil peramalan.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data primer

Menurut Hasan (2002: 82) data primer ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Dalam penelitian ini data primer yang berasal dari kuisioner (angket) yang disebarakan kepada responden.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar 1986). Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dengan demikian instrumen yang valid merupakan instrument yang benar benar tepat mengukur apa yang hendak diukur.

Berdasarkan definisi diatas maka, validitas dapat diartikan sebagai suatu karakteristik dari ukuran terkait tingkat pengukuran sebuah kuisioner dalam mengukur secara benar apa yang diinginkan peneliti untuk diukur. Suatu alat ukur disebut valid apabila dia melakukan apa yang seharusnya dilakukan dengan mengukur apa yang seharusnya diukur.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrument adalah *product moment* dari Karl Peason :

Keterangan :

R_{xy} : koefisien korelasi r_{hitung}

X : nilai dari tiap butir

Y : nilai total dari tiap butir

N : jumlah sampel

Dengan taraf signifikansi (α) sebesar 5%, apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka kuisioner sebagai alat ukur dapat dikatakan valid.

3.5.2. Uji reabilitas

Menurut Sukadji (2000), uji reliabilitas adalah seberapa besar derajat tes mengukur secara konsisten sasaran yang diukur. Reliabilitas adalah sesuatu yang

merujuk pada konsistensi skor yang dicapai oleh orang yang sama ketika mereka diuji ulang dengan tes yang sama pada kesempatan yang berbeda, atau dengan seperangkat butir-butir ekuivalen (equivalent items) yang berbeda, atau di bawah kondisi pengujian yang berbeda. (Anastasia dan Susana 1997).

Untuk menguji reabilitas dapat menggunakan rumus Cronbach,s Alpha. Adapun rumusnya sebagai berikut :

Keterangan :

r_{11} :reabilitas instrument

k : banyaknya butir pertanyaan dan banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$: jumlah varian butir

σ_t^2 : varian total

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai Cronbach,s Alpha (r_{11}) $>$ 0,60 maka item variabel dinyatakan reliabel.
- b. Jika nilai Cronbach,s Alpha (r_{11}) $<$ 0,60 maka item variabel dinyatakan tidak reliabel.

3.5.3. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017:147), Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Jadi analisis deskriptif bertujuan untuk memaparkan data hasil penelitian yang telah terkumpul dengan menggunakan tabulasi tanpa diadakan pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini tujuan analisis deskriptif adalah untuk memberikan gambaran umum masyarakat kota Bojonegoro. Dengan demikian karakteristik masyarakat kota Bojonegoro didapatkan dengan mentabulasi antar item pertanyaan dalam kuisisioner

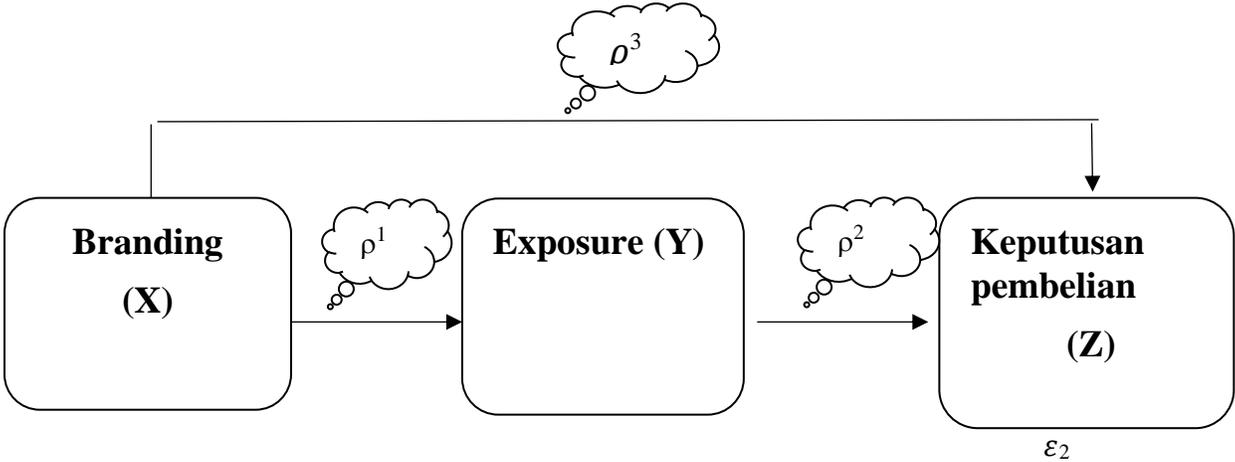
3.5.4. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur digunakan untuk menguji kemungkinan dari suatu hubungan sebab akibat diantara tiga variabel atau lebih (Fraenkek dan Wallen,1992). Menurut Ghozali (2011:249), untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis linear berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model kausal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur sendiri tidak menentukan hubungan sebab-akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel.

Dalam analisis model jalur, terlebih dahulu harus dibuat model jalur untuk menguji ada tidaknya peran mediasi. Menurut Sarwono (2007:4), model jalur merupakan suatu diagram yang menghubungkan antara variabel bebas, perantara dan tergantung. Untuk mengukur ada tidaknya pengaruh mediasi atau intervening menggunakan perbandingan koefisien jalur.

Menurut Sarwono (2007:4), koefisien jalur adalah koefisien regresi standar yang menunjukkan pengaruh langsung suatu variabel bebas dan variabel tergantung dalam suatu model. Koefisien jalur dihitung dengan membuat dua persamaan structural yaitu persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan (Ghozali 2011:251). Dibawah ini merupakan model jalur yang dibuat berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

Gambar 3.5.4



Keterangan :

X = *Branding* (variabel independen)

Y = Exposure (variable intervening)

Z = Kenaikan penjualan (variabel dependen)

ε = variabel residu

ρ^1 = koefisien jalur X ke Z

ρ^2 = koefisien jalur Z ke Y

ρ^3 = koefisien jalur X ke Y

Persamaan strukturalnya adalah sebagai berikut :

$$Z = \rho^1 X + \varepsilon_1$$

$$Y = \rho^3 X + \rho^2 Z + \varepsilon_2$$

Interpretasi dari analisis jalur diatas adalah sebagai berikut :

- a. Pengaruh dari X (*Branding*) ke Y (Exposure)
 - Pengaruh langsung = ρ^3
 - Pengaruh tidak langsung melalui Z = $\rho^1 \times \rho^2$

- Total pengaruh koefisien jalur = $\rho^3 + (\rho^1 \times \rho^2)$

b. Pengaruh dari Z (Keputusan pembelian) ke Y (Exposure)

- Pengaruh langsung = ρ^2

Dalam penentuan terdapat atau tidaknya efek mediasi atau intervening dalam model, dapat dilihat dari kriteria dibawah ini yaitu :

1. Jika nilai pengaruh total koefisien jalur > nilai pengaruh langsungnya, maka terdapat hubungan intervening atau mediasi
2. Jika nilai pengaruh total koefisien jalur < nilai pengaruh langsungnya, maka tidak terdapat hubungan intervening atau mediasi.

3.5.5. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini pengujian menggunakan uji parsial (uji-t). Menurut Ghazali (2012:98), uji-t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Pengujian dilakukan dengan signifikansi level 5% ($\alpha = 0,05$). Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H_0 : variabel independen tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

H_a : variabel independen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

Penerimaan atau penolakan hipotesis menggunakan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai t hitung $>$ t tabel dan sig hitung $<$ sig tabel ($\alpha = 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen
- b. jika nilai t hitung $<$ t tabel dan sig hitung $>$ sig tabel ($\alpha = 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

H_2 : variabel independent berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel intervening.

- a. Jika nilai t hitung $>$ t tabel dan sig hitung $<$ sig tabel ($\alpha = 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel intervening.
- b. jika nilai t hitung $<$ t tabel dan sig hitung $>$ sig tabel ($\alpha = 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel intervening.

H_3 : variabel intervening berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

- a. Jika nilai t hitung $>$ t tabel dan sig hitung $<$ sig tabel ($\alpha = 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel intervening terhadap variabel dependen
- b. jika nilai t hitung $<$ t tabel dan sig hitung $>$ sig tabel ($\alpha = 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel intervening terhadap variabel dependen.

H_4 : variabel independent melalui variabel intervening berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian, uji t digunakan untuk menguji hipotesis branding dengan jasa exposure berpengaruh terhadap keputusan pembeli. Menurut Ghozali (2016),

Uji-t dilakukan dengan membandingkan pentingnya junggling angka-t dan tabel-t dengan pengaturanya.

- a. H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t\text{-hitung} < t\text{ tabel}$ untuk $\alpha = 0,05$.
- b. H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t\text{-hitung} < t\text{ tabel}$ untuk $\alpha = 0,05$.