

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan sasaran penelitiannya masyarakat, baik masyarakat secara umum maupun masyarakat secara khusus.<sup>1</sup>

Pendekatan penelitian yang digunakan merupakan pendekatan kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antara variable yang diteliti.<sup>2</sup>

#### B. Setting Penelitian

##### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Rabbani yang berada di Kaborongan, Pati Lor Kecamatan Pati Kabupaten Pati.

##### 2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan dalam waktu kurang lebih satu bulan untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek, kualitas produk, dan pelayanan konsumen terhadap keputusan pembelian di Toko Rabbani Pati.

#### C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi

---

<sup>1</sup>Toto Syatori Nasehudin dan Nanang Gozali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 35.

<sup>2</sup>Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 1998), 5.

meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli di Toko Rabbani Pati yang mana jumlah populasi sangat luas.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.<sup>3</sup>. Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 68 responden. Menurut Purba dalam buku yang dikutip V. Wiratna Sujarweni menyatakan jika jumlah populasi tidak diketahui, maka jumlah sampel minimal ditentukan dengan rumus<sup>4</sup>:

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

di mana :

- n = Jumlah sampel  
 Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96  
 Moe = *Margin of Error Max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan

Dengan menggunakan margin of error max sebesar 10% maka jumlah sample minimal yang dapat diambil sebesar :

$$n = \frac{1.96^2}{4 \times (0.10)^2} \rightarrow n = \frac{3.8416}{4 \times 0.01}$$

$$n = 96,04 \text{ atau } 97$$

Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh jumlah sampel sebanyak 97 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan metode *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* dikenal juga

---

<sup>3</sup>Masrukhin, *Statistik Deskriptif Dan Inferensial* (Kudus: Media Ilmu Press, 2014), 99.

<sup>4</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 155.

dengan sampling pertimbangan ialah teknik *sampling* yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu.<sup>5</sup>Dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Konsumen yang mengetahui merek Rabbani
- b. Konsumen yang pernah mengunjungi Toko Rabbani Pati
- c. Konsumen yang pernah membeli di Toko Rabbani Pati

#### **D. Desain dan Definisi Operasional**

1. Desain Variabel  
Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel variabel yang lain dapat dibedakan menjadi dua yaitu :
  - a. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah citra merek ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan pelayanan yang islami ( $X_3$ ).
  - b. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat adanya variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian ( $Y$ ).
2. Definisi Operasional  
Definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrument, serta sumber pengukuran berasal dari mana.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 146.

<sup>6</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 75-77.

**Tabel 3.1**  
**Definisi Operasioanal**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Pengu- kuran
1	Citra Merek ( $X_1$ )	<p>Citra merek adalah penilaian konsumen terhadap merek tersebut dalam sebuah pasar</p> <p>Penilaian tersebut tercipta berdasarkan pengalaman pribadi maupun mendengar ulasan dari orang lain atau media</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Citra pembuat</li> <li>2. Citra produk</li> <li>3. Citra pemakai</li> </ol>	Skala Likert
2	Kualitas Produk ( $X_2$ )	Kualitas produk adalah kemampuan produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perfor ma</li> <li>2. Keisti mewaa n</li> <li>3. Keand alan</li> <li>4. Konfo rmasi</li> <li>5. Daya tahan</li> <li>6. Kema mpuan pelaya nan</li> <li>7. Estetik a</li> <li>8. Kualit as yang dipers epsika n</li> </ol>	Skala Likert

3	Pelayanan Konsumen ( $X_3$ )	Pelayanan konsumen adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berwujud</li> <li>2. Keandalan</li> <li>3. Ketanggapan</li> <li>4. Jaminan</li> <li>5. Empati</li> </ol>	Skala Likert
4	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah suatu proses seleksi untuk menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan produk</li> <li>2. Pilihan merek</li> <li>3. Pilihan penyalur</li> <li>4. Waktu pembelian</li> <li>5. Jumlah pembelian</li> </ol>	Skala Likert

## E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (nilai *Corrected item-Total Correlation* pada *output Cronbach alpha*) dengan

nilai  $r$  table untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$ . dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah konstruk dengan tingkat signifikansi 0.05. jika  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  table dan berkorelasi positif maka butir atau pertanyaan tersebut valid. Atau dengan kata lain item pertanyaan dikatakan valid apabila skor item pertanyaan memiliki korelasi yang positif dan signifikansi dengan skor total variabel.<sup>7</sup>

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil di waktu ke waktu. Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai yang di dapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach alpha* > 0.60.<sup>8</sup>

## F. Teknik Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian menggunakan metode angket yaitu dengan memberikan daftar pertanyaan atau kuesioner kepada responden. Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan responden. Jawaban atas daftar pernyataan yang harus diisi oleh responden dibuat dengan skala likert. Yaitu rentangan 1 sampai 5 dimana:

---

<sup>7</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 158.

<sup>8</sup> Masrukin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 171.

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Ragu
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju<sup>9</sup>

## G. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Untuk mencapai tujuan penelitian yaitu pengaruh citra merek, kualitas produk dan pelayan konsumen terhadap keputusan pembelian di Rabbani Pati. Adapun urutan analisis data yang akan dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik
  - a. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tentu tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.<sup>10</sup>

Untuk uji Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai Cutt of yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10. Sehingga sebuah penelitian yang baik dan dikatakan lulus uji multikolinieritas, jika hasil output SPSS pada kolom Tolerance menunjukkan nilai lebih dari

---

<sup>9</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 98.

<sup>10</sup>Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 180.

0,10 dan atau nilai Variance Inflation Factor (VIF) dibawah angka 10.<sup>11</sup>

b. Uji Autokorelasi

Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Dengan kata lain masalah ini sering kali ditemukan apabila kita menggunakan data runtut waktu. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW Test) dengan kriteria:

- 1) Bila nilai DW lebih besar daripada atas (*upper bound, U*), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol. Artinya, tidak ada autokorelasi positif.
- 2) Bila nilai DW lebih rendah daripada bawah (*lower bound, L*), koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol. Artinya ada autokorelasi positif.
- 3) Bila nilai DW terletak di antara batas atas dan batas bawah, maka tidak dapat disimpulkan.<sup>12</sup>

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamat yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut dengan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ )

---

<sup>11</sup>Imam Ghozali, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: UNDIP Press, 2011), 105.

<sup>12</sup>Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif* (Yogyakarta: AMP YKN, 2001), 106-107.

yang telah di-studentized. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam satu model regresi.<sup>13</sup>

d. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Analisis statistik dapat digunakan untuk menguji normalitas data. Tes sederhana yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan metode Normal Probability Plots. Mendeteksi kenormalan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan jika data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas<sup>14</sup>

2. Analisis Data

a) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). analisis ini memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.<sup>15</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

---

<sup>13</sup> Imam Ghozali, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, 139.

<sup>14</sup> Masrukhin, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 187.

<sup>15</sup> Duwi Prayitno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 61.

Keterangan:

Y = keputusan pembelian

X<sub>1</sub> = citra merek

X<sub>2</sub> = kualitas produk

X<sub>3</sub> = pelayanan konsumen

a = konstanta (nilai Y apabila X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub> = 0).

b = koefisien regresi

b) Uji signifikansi parameter Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

Dengan criteria:

Jika  $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka Ho diterima

Jika  $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka Ho ditolak

c) Uji signifikan Parameter Simultan (Uji Statistik F)

Uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dengan criteria:

Jika  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$  maka Ho diterima

Jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  maka Ho ditolak

d) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Jika  $R^2$  semakin besar; maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin tinggi. jika  $R^2$  semakin kecil, maka prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) semakin rendah.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 62-64.