

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dengan adanya permasalahan penelitian diatas, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif sengan metode survei. Sugiyono berpendapat bahwasannya metode survei yaitu melakukan riset terhadap sekelompok orang kecil atau besar, tetapi data yang diambil yaitu beberapa sebagian data dari orang-orang tersebut yang biasanya disebut sampel, Untuk itu bisa di temukan sebuah hubungan-hubungan antar variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti akan melaksanakan riset dengan cara menyebar kuisisioner secara online terhadap responden yang sudah ditetapkan oleh peneliti yang cocok dalam kriteria penelitiannya

Berdasarkan permasalahan serta tujuan yang sudah dijabarkan diatas hal ini jenis dari penelitan ini adalah eksplanatori research. Penelitian eksplanatori yaitu sebuah penelitan bertujuan untuk mengetahui hubungan atar variabel yang di hipotesiskan. Pada penelitian ini ada beberapa variabel diantaranya kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel moderasi, Demikian penelitian kali ini termasuk dalam penelitian eksplanatory research adalah penelitian untuk menjelaskan

serta mencari hubungan kausal antara variabel melewati pengujian hipotesis

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan April sampai selesai, dengan objek atau sasaran penelitian oleh peneliti yaitu mahasiswa regular pagi di STIE Gentiaras Bandar Lampung yang pernah membeli mie instan merek mie sedaap baik itu mie sedaap varian mie kuah ataupun mie sedaap varian mie goreng

C. Populasi dan Sampel

Seorang peneliti harus paham tentang jenis penelitian apa yang akan diteliti, hal ini biasa menjadi sebuah pertanyaan awal bagi seorang peneliti pemula. Salah satu jenis penelitian yaitu penelitian kuantitatif, oleh karena itu seorang peneliti harus paham betul apa penelitian itu kuantitatif dan alur dari penelitian kuantitatif. Penelitian Kuantitatif merupakan penelitian yang pastinya banyak sekali memaksa peneliti dalam penelitiannya untuk menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data hingga menampilkan hasilnya (Siyoto dan Sodik, 2015), dan salah satu alur penelitian yang harus dipahami oleh seorang peneliti dalam penelitian kuantitatif adalah menentukan populasi dan sampel (Samsu, 2017).

Populasi merupakan wilayah umum, yang terdiri dari topik atau objek dengan karakteristik serta kualitas tertentu, topik atau objek tersebut sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan akan diambil kesimpulannya. Pada penelitian ini peneliti mengambil

populasi konsumen dari mie instan merek mie sedaap, dengan jumlah populasi yang diketahui sebesar 250 orang mahasiswa aktif STIE Gentiaras Bandar Lampung.

Sampel yaitu bagian dari kariteria serta ukuran populasi. Pengambilan sampel dari besarnya populasi yang merupakan perwakilan dari sebagian populasi (representatif). Dengan menggunakan populasi yang sumber datanya tak terbatas, hal ini untuk memastikan berapa sampel yang akan ditarik dari populasi. Dalam penelitian ini populasi di ketahui sebesar 250 orang sehingga penulis menentukan ukuran sampel dari populasi, penulis menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Ukuran sampel

N= Ukuran populasi

e = nilai kritis

$$n = \frac{250}{1+250 \times 10\%^2}$$

$$n = \frac{250}{3,5}$$

$$n = 71,42$$

$$n = 72$$

Dengan demikian, sample minimum yang dibutuhkan adalah 72 orang responden

Menurut Sugiyono teknik pengambilan sampel dapat terbagi menjadi 2 kelompok, yaitu probability sampling dan non probability sampling. Teknik probability sampling adalah metode pengambilan sampel yang memberi peluang di setiap populasi untuk dijadikan sampel oleh peneliti. Selanjutnya non probability sampling adalah proses yang tidak memberi probabilitas yang sama terhadap populasi berguna akan dijadikan sampel. Biasanya, dalam cara kali ini dimanfaatkan apabila peneliti memiliki keinginan dalam memilih sampel atau pada saat kesulitan populasi yang mau dijadikan sampel

Dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan bentuk purposive sampling saat menentukan sampel. Di mana purposive sampling adalah penentuan sampel dengan waktu atau karakteristik tertentu. Sampel yang sudah ditentukan harus dapat mewakili serta menggambarkan populasi yang ada. dimana purposive sampling adalah cara memilih sampel yang paling tepat dengan penelitian kali ini, yang ada kaitannya dengan pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian yang hanya dipusatkan pada konsumen mie instan merek mie sedaap. Dengan sampel yang diambil sebesar 72 responden. maka ada beberapa karakteristik saat penentuan sampel diantaranya adalah Responden pernah melakukan pembelian mie

instan merek mie sedaap, responden adalah mahasiswa aktif di STIE Gentiara Bandar Lampung.

D. Variabel Penelitian

Variabel adalah indikasi sekaligus objek yang dijadikan panduan dalam sebuah penelitian yang biasanya disebut sebagai faktor yang berfungsi pada sebuah penelitian atau fakta yang diteliti. Variabel di definisikan sebagai sebuah sesuatu yang berwujudkan apa pun serta yang digunakan peneliti untuk ditinjau serta diamati yang akan ditemukan sebuah informasi berkaitan dengan hal tersebut dan akan diambil kesimpulan. Dalam penelitian kali ini ada 3 variabel yang digunakan yaitu variabel independen, variabel dependen dan variabel terikat variabel independen.

1. Variabel Independen / Bebas Variabel independen (bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Pada penelitian ini variabel independen ada 2 yaitu kualitas (X1) dan harga (X2).
2. Variabel Dependen / Terikat (Y) Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah keputusan pembelian (Y).
3. Variabel Moderasi Variabel moderasi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Pada penelitian ini variabel moderasi adalah citra merek (Z).

E. Definisi Oprasional

Tabel 3.1 Tabel Definisi Oprasional

NO	VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR
1	Kualitas Produk	Menurut Tjiptono (2012) kualitas produk adalah tingkatan mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen	Menurut Tjiptono (2012) indikator kualitas produk 1. Kinerja 2. Fitur tambahan 3. Keandalan 4. Daya tahan 5. Estetika
2	Harga	Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:315), harga diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan sebuah produk.	Menurut Tjiptono dan Cahndra ada beberapa indikator yang mencirikan harga : 1. Keterjangkauan harga, harga yang ditawarkan fleksibel dan terjangkau dengan daya beli konsumen. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, harga yang ditawarkan sesuai

			dengan kualitas produk yang didapat. 3. Daya saing harga dengan manfaat, harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat, harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen
3	Citra Merek	Kotler dan Keller (2012:274) selanjutnya “citra merek (brand image) merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya	Menurut Kotler dan Keller (2012:274) citra merek memiliki indikator sebagai berikut : 1. Keunikan merek 2. Keunggulan merek 3. Keunggulan Merek
4	Keputusan Pembelian	(Schiffman & Kanuk, t.t.) menyatakan bahwa keputusan pembelian didefinisikan sebagai tindakan yang dilakukan oleh	Menurut (Kotler & Amstrong, 2008) dalam penelitian (Pradana dkk., 2018) indikator keputusan pembelian adalah: 1. Kemantapan membeli setelah

		konsumen dengan membuat keputusan	mengetahui produk, 2. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai, 3. Membeli informasi karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, 4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain
--	--	--------------------------------------	---

Sumber : diolah peneliti

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara atau teknik yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian, menguji hipotesis, atau mengevaluasi program dalam pengumpulan data penerapan pada penelitian kali ini yaitu memakai kuisisioner, dan dokumentasi.

Menurut sugiyono dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

Teknik pada kuisisioner yaitu dengan cara penghimpunan data. maka dapat dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertentu yang

nanti akan diserahkan secara langsung kepada responden yang sanggup menjawab. Iskandar berpendapat bahwasannya kuisisioner yaitu perlengkapan akumulasi data dengan tepat apabila peneliti memahami lebih jelas terkait variabel yang sebenarnya diukur dan dipahami terkait apa yang diperoleh dan diinginkan terhadap peran responden

Tampilan dari kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang ditujukan terhadap pelanggan mie instan merek Mie Sedaap. Angket yang dipakai berisi beberapa pertanyaan yang mencakup tentang kualitas, harga, citra merek, dan keputusan pembelian. Jawaban dari pertanyaan tertulis tersebut yang nantinya akan memberikan informasi sehingga penulis dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pengukuran kuesioner skala likert. Menurut Sutrisno Hadi skala likert merupakan skala yang berisi lima tingkat jawaban mengenai kesetujuan responden terhadap statemen atau pernyataan yang dikemukakan mendahului opsi jawaban yang disediakan. Maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan lima alternatif jawaban, yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), kurang setuju (KS), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Menurut Sugiyono skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Seperti tabel berikut ini :

Tabel 3.2 Skala Likert

skor	Kriteria Jawaban	Inisial
1	Sangat Tidak Setuju	STS
2	Tidak Setuju	TS
3	Kurang Setuju	KS
4	Setuju	S
5	Sangat Setuju	SS

Jumlah nilai atas jawaban dari responden terhadap kuesioner dijelaskan seperti dibawah ini :

Tabel 3.3 nilai skala likert

STS	TS	KS	S	SS
1	2	3	4	5

Dari pernyataan yang diberikan peneliti, responden diharuskan untuk memilih satu dari lima skala yang tersedia. Dalam penyebaran kuesioner peneliti menggunakan metode penyebaran secara online. Dan kuesioner ini akan disebarakan kepada konsumen mie instan merek mie sedaap secara online dengan menggunakan Google Form

G. Teknik Analisa Data

Sugiono menyatakan Analisis data yaitu mengelompokkan data sesuai dengan variabel dan jenis responden, mentabulasi data sesuai variabel dari keseluruhan responden, untuk menyajikan data dari setiap variabel yang mau diteliti, melaksanakan perhitungan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Pada penelitian ini analisis data yang dipakai yaitu memakai alat ukur bantuan analisis data SEM – PLS untuk

pengujian memakai program Smartpls. Partial Least Square (PLS) yaitu persamaan analisis struktural dari structur equation modeling (SEM). PLS yaitu teknik baru yang digemari banyak orang, sebab memakai PLS pengukuran skala tertentu serta sampel yang dibutuhkan tidak begitu banyak maupun besar. Pada saat menggunakan PLS selain bisa dipakai untuk analisis konfirmatori teori, melainkan bisa dipakai untuk menguji membangun hubungan antara variabel yang belum ada landasan teori serta menguji keseimbangan variabel. Pada penelitian ini pengujian analisis data diawali dari analisis pengujian kuesioner valid serta reliabel (Outer Model) dan pengujian model struktural bagian uji hipotesis (Inner Model)

1. Outer Model

Analisis outer model / model eksternal digunakan untuk menguji validitas serta reliabilitas kuesioner yang dipakai agar valid serta reliable

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan akurasi pengukuran instrumental dalam sebuah variabel. Pengujian validitas kuesioner diuji supaya mengetahui valid tidaknya kuesioner yang dibagikan kepada responden. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner mengungkapkan sesuatu tentang apa yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Validitas diukur dengan validitas konvergen dan validitas diskriminan.

- 1) Validitas konvergen dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi, dimana skor indikator tercermin dalam skor variabel laten (nilai indikator pada masing-masing variabel bebas dan terikat). Kriteria validitas konvergen terpenuhi atau valid jika besarnya nilai $> 0,5$ sampai dengan $0,6$ dan setiap variabel memiliki beberapa indikator, dimana jumlah indikator pada variabel tersebut bervariasi dari tiga sampai dengan tujuh indikator.
- 2) Validitas diskriminan dapat dilihat dengan membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE), dimana dari setiap variabel dengan hubungan variabel yang lain berhubungan. apabila nilai *square root of average variance extracted* (AVE) variabel lebih besar dari hubungan variabel yang lain, dikatakan kuesioner mempunyai validitas diskriminan dengan nilai ukuran $> 0,60$.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui alat ukur mana yang reliabel dan konsisten maupun stabil dan pengujian ulang masih menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas pada penelitian ini memakai *analisis composite reliability* (PC). Jika

$r_{hitung} \geq r_{tabel}$, hal ini instrumen tersebut reliabel, jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrumen tersebut tidak reliabel. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel komposit jika tanggapan responden terhadap pernyataan konsisten atau stabil, dan nilai reliabilitas komposit diukur sebagai $\geq 0,60$ meskipun itu bukan kriteria mutlak. Reliabilitas komposit adalah uji reliabilitas memakai PLS dikarenakan untuk menunjukkan keakuratan dan kestabilan alat ukur saat diuji.

2. Inner model

Inner model dapat disebut juga model struktural yaitu bagian dari pengujian hipotesis guna mengetahui pengaruh signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat dan nilai R^2 . Pada uji hipotesis dengan tingkat signifikansi $> 0,05$ (5%), jika H_0 ditolak dan H_1 diterima, begitu pula sebaliknya. Nilai dari R^2 untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, jika nilainya semakin besar maka pengaruhnya semakin besar.

Uji Hipotesis selanjutnya hasil penelitian akan di uji dengan uji T-test dengan menggunakan metode bootstrapping. Tujuannya adalah memungkinkan berlakunya data terdistribusi bebas, tidak memerlukan asumsi distribusi normal dan tidak membutuhkan sampel yang besar (minimum 30 sampel). Ada dua jenis pengujian hipotesis dengan T-test di dalam penelitian ini, yaitu hipotesis

secara parsial dan hipotesis secara simultan. Berikut cara pengujian hipotesis tersebut:

a. Pengujian hipotesis secara parsial

Nilai koefisien path atau inner model menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Adapun skor atau nilai Tstatistic harus lebih dari 1,96 untuk hipotesis dua ekor (two-tailed) dan diatas 1,64 untuk hipotesis satu ekor (one-tailed) untuk pengujian hipotesis pada alpha 5% dan power 80%. Nilai Tstatistic ini di dapatkan dari proses bootstrapping (Abdillah dan Hartono, 2015:197).

b. Pengujian hipotesis secara simultan

Pengujian hipotesis secara simultan dalam SmartPLS dapat dilihat pada hasil indirect effect, dimana tidak pada koefisien karna pada efek moderasi tidak hanya dilakukan pengujian efek langsung (direct effect) variabel independent ke variabel dependen, tetapi juga hubungan interaksi antara variabel independent dan variabel dependen, tetapi juga hubungan interaksi antara variabel independent dan variabel moderasi terhadap variabel dependen. Karena itu indirect effect digunakan untuk melihat efek dari adanya variabel intervening yang menghuungkan variabel ndependen dengan variabel dependen dimana hasil literasi bootstrapping harus memperoleh nilai Tstatistic variabel moderasi lebih sama dengan dari 1,96.