

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2016 sampai dengan Maret 2017.

3.2. Jenis dan Sumber Data

a) Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Siregar, 2013:16). Data ini diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner pada konsumen Kipas Angin Miyako Pada Masyarakat Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan.

b) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah ada sebagai hasil penelitian orang lain, namun perlu dianalisa kembali sebagai pelengkap data primer atau obyek yang diteliti. data ini biasanya melalui dokumen-dokumen, buku-buku, laporan-laporan, atau tulisan ilmiah lainnya yang berkaitan dengan penelitian tentang Pengaruh Brand Image dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kipas Angin Miyako Pada Masyarakat Kelurahan Tuah Karya.

3.3. Metode Pengumpulan Data

a. Populasi dan Sampel

Sugiyono (2012:115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/ subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah masyarakat yang tinggal di Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan yang membeli kipas angin Miyako. Karena jumlahnya tidak diketahui secara pasti, maka jumlah populasi tidak diketahui.

Sedangkan Sampel, karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Menurut **(Irawan, 1995: 58)** dalam **Sukandarrumidi dan Haryanto (2014: 24)** menyatakan agar penelitian dapat dianalisa dengan menarik jumlah sampel yang diambil minimum 30 responden, dan ada pula yang menyarankan jumlah sampel minimum 100 responden. Jadi, dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah 100 responden yang menggunakan atau yang telah membeli kipas angin miyako di Kelurahan Tuah Karya, Kecamatan Tampan, Pekanbaru.

3.4. Tehnik Penarikan Sampel

Metode yang digunakan untuk penarikan sampling adalah metode Sampling Aksidental, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan yang ditemui itu cocok sebagai sumber data **(Sugiyono, 2012:122)**. Dalam penelitian ini sampel

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang dipakai ialah konsumen atau masyarakat yang pernah atau yang sedang memakai produk kipas angin Miyako.

Pada penelitian maka sampel yang diambil adalah Masyarakat Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan, Pekanbaru.

3.5. Tehnik Pengumpulan Data

Data yang diperlukan oleh penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan sebagai berikut:

a) Kuesioner

Menyebarkan pertanyaan atau kuesioner kepada responden/costumer yang menggunakan kipas angin Miyako.

b) Dokumentasi

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai macam dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian.

c) Studi Kepustakaan

Salah satu hal penting dalam penelitian ini adalah mempelajari beberapa literature, baik dari buku, artikel, majalah, koran, internet, maupun sumber lainnya yang mengandung informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas.

3.6. Tehnik Analisis Data

a) Tehnik Skala Pengukuran

Untuk keperluan analisis, penulis mengumpulkan dan mengolah data yang diperoleh dari koesioner dengan cara memberikan bobot penilaian setiap jawaban

pertanyaan berdasarkan skala Likert menurut (Siregar, 2013:25), skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. adapun bobot penilaian terhadap jawaban koesioner adalah sebagai berikut:

- | | |
|-------------------------------|-----------|
| a) Sangat Setuju (SS) | bobot = 5 |
| b) Setuju (S) | bobot = 4 |
| c) Ragu-ragu (RR) | bobot = 3 |
| d) Tidak Setuju (TS) | bobot = 2 |
| e) Sangat Tidak Setuju (STS) | bobot = 1 |

3.7. Uji Kualitas Data

Untuk menemukan batas-batas kebenaran, ketepatan alat ukur (koesioner) suatu indicator variabel penelitian dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut

3.7.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu koesioner. Suatu item dikatakan valid jika nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dibandingkan 0,3 seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono dalam (Siregar, 2013: 47) yang mengatakan bila korelasi tiap faktor tersebut merupakan construct yang kuat. Item koesioner yang valid dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

3.7.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap geala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama pula.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Metode yang digunakan adalah *Alpha Cronbach* yaitu metode yang menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan *reliable* dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach* bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$ (Siregar, 2013: 55).

3.7.3. Uji Normalitas

Menurut (Suliyanto, 2012 :71) uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual bisa dikatakan berdistribusi normal jika digambarkan dengan bentuk kurva akan membentuk gambar lonceng (*bell-shaped curve*) yang kedua sisinya melebar sampai titik terhingga. dan berdasarkan grafiknya terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal.

3.8. Uji Asumsi Klasik

3.8.1. Uji Autokorelasi

Auto korelasi adalah keadaan dimana terjadi korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan lain yang disusun menurut runtun waktu. Model regresi yang baik menyatakan tidak adanya masalah autokorelasi. Salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW test).

3.8.2. Uji Heterokedastistas

Uji heterokedastistas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidak samaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka terjadi heteroksdastisitas. Salah satu cara uji heterokdastisitas adalah dengan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

metode *rank spearman* ditunjukkan dari masing-masing variabel bebas dengan nilai absolute residualnya. jika nilai signifikan lebih besar dari nilai α ($\text{sig} > \alpha$), maka tidak terjadi hetrokdatisitas, atau apabila $t_{\text{hitung}} < t_{\text{table}}$.

3.8.3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Salah satu cara untuk menguji multikolinieraitas dalam model regresi adalah dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Bariance Inflation Factor*) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Gujarat, 1995 dalam Suliyanto, 2011:82).

3.9. Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linier bergandaini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen : citra merek (X_1) dan pengetahuan konsumen (X_2) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) .

Formula untuk regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y : Keputusan pembelian

A : Konstanta

X_1 : Citra Merek

X_2 : Pengetahuan konsumen

b_1 : Koefisien regresi untuk variabel citra merek

b_2 : Koefisien regresi untuk variabel pengetahuan konsumen

e : Error

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.10. Uji Hipotesis

3.10.1. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Nilai t_{hitung} digunakan untuk menguji pengaruh parsial (per variabel) variabel bebas terhadap variabel tergangungnya (Siregar, 2013: 306). Adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengajian ini adalah sebagai berikut :

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel Brand Image dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig > \alpha$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh secara signifikan antara variabel Brand Image dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.

3.10.2. Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)

Menurut (Siregar, 2013: 304) uji ini digunakan untuk menguji pengaruh simultan variabel bebas terhadap variabel tergangungnya. Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel tergangung maka model persamaan regresi masuk kedalam kriteria cocok.

Analisa uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Sebelum membandingkan nilai F, harus ditemukan tingkat kepercayaan $(1-\alpha)$ dan derajat kebebasan (*degree of freedom*) – $n - (k+1)$ agar dapat ditentukan nilai kritisnya. Adapun nilai alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Dimana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut :

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel BrandImage dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.

Dan apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > \alpha$ maka H_0 diterima H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel Brand Image dan Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.

3.11. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terganggunya. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terganggunya (**Suliyanto, 2011: 39**).

Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Semakin mendekati 1 determinasi (R^2), maka semakin besar kontribusi variabel Brand Image dan Pengetahuan Konsumen dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian. Semakin mendekati 0 determinasi (R^2), maka semakin kecil kontribusi yang diberikan variabel Brand Image dan Pengetahuan Konsumen dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian.

Tabel 3.1 Nilai Koefisien Determinasi

R	Interpestasi
0	Tidak Berkorelasi
0,1-0,20	Sangat Rendah
0,21-0,40	Rendah
0,41-0,60	Agak Rendah
0,61-0,80	Cukup
0,81-0,99	Tinggi
1	Sangat Tinggi

Sumber : Data Olahan 2017