

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini peneliti akan membahas beberapa metode dalam penelitian, seperti objek dan subjek penelitian, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data, identifikasi variabel, definisi operasional, pengujian kualitas instrument, dan metode analisis data.

#### **A. Obyek/Subyek Penelitian**

Objek adalah apa yang menjadi sasaran penelitian untuk mendapatkan data untuk diteliti. Objek pada penelitian ini adalah produk minuman berkarbonasi dalam kemasan merek coca-cola. Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah melakukan pembelian minuman berkarbonasi dalam kemasan merek coca-cola di kota Yogyakarta.

#### **B. Populasi dan Sampel.**

Untuk melakukan penelitian ini, terlebih dahulu harus ditentukan populasi yang akan diteliti. pengertian populasi menurut Uma Sekaran (2011) sebagai berikut: "Populasi adalah keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal yang ingin peneliti investigasi.". Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi.

Sedangkan menurut Sugiyono (2014) mengenai populasi adalah sebagai berikut: "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya."

dari ke dua pengertian di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek yang diteliti. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian minuman bersoda Coca-Cola Yogyakarta.

### **C. Jenis data**

Data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data Primer Menurut Uma Sekaran (2011) data primer adalah data yang diperoleh dari tangan pertama untuk analisis berikutnya untuk menemukan solusi atau masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuesioner sebagai alat bantu.

### **D. Teknik Pengambilan Sampel**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Menurut Effendi dan Tukiran (2012) *nonprobability sampling* mempunyai maksud setiap unsur dari populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk di pilih sebagai sampel. Peneliti menggunakan salah satu jenis *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. Menurut Effendi dan Tukiran (2012) *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dianggap relevan atau dapat mewakili objek yang diteliti.

Kriteria – kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini :

- a. Responden telah berusia di atas 15 tahun.
- b. Responden yang pernah melakukan pembelian minuman bersoda Coca-cola dalam 2 bulan terakhir.

Responden yang di pilih telah berusia di atas 15 tahun karena pada usia di atas 15 tahun para responden sudah bisa menentukan keputusannya sendiri tanpa ada campur tangan orang lain. Menurut sekaran (2006) sampel yang baik merupakan sampel yang jumlahnya 5 sampai 10 kali jumlah indikator. Dalam penelitian ini, jumlah indikator penelitian sebanyak 15 indikator, sehingga jumlah sampel yang digunakan minimum jumlah indikator atau sebanyak  $5 \times 15 = 75$

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang, sampel di ambil 100 karena telah memenuhi jumlah minimal sampel sebanyak 75 orang.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan menggunakan kuesioner. Menurut Arikunto (2014) kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert. Dalam pengukuran skala likert menggunakan lima tingkat preferensi jawaban yang masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Ragu-Ragu (R)

4 = Setuju (S)

5 =Sangat Setuju (SS)

#### **F. Definisi Oprasional Variabel Penelitian**

Definisi operasional adalah aspek penelitian yang memberikan informasi kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur variabel. Definisi operasional adalah semacam petunjuk kepada kita tentang bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Definisi operasional merupakan informasi ilmiah yang sangat membantu peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang sama. Karena berdasarkan informasi itu, ia akan mengetahui bagaimana caranya melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun berdasarkan konsep yang sama. Dengan demikian ia dapat menentukan apakah tetap menggunakan prosedur pengukuran yang sama atau diperlukan pengukuran yang baru.

##### **1. Citra Merk**

Kotler dan Keller (2016) merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, desain atau kombinasi dari mereka yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan untuk membedakan mereka dari para pesaing

Menurut Nazir (2016) mengemukakan indikator untuk mengukur keputusan pembelian sebagai berikut:

- a. Nama baik produk di mata konsumen
- b. Keunggulan produk di bandingkan produk lain
- c. Besarnya kepercayaan terhadap produk

## 2. Kualitas Produk

Kotler dan Keller (2016), kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang sesuai kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan tersirat.

Menurut Tjipono (2008) mengemukakan indikator untuk mengukur keputusan pembelian sebagai berikut:

- a. Bahan baku berkualitas
- b. tidak ada cacat produk
- c. kemasan terjamin
- d. memberikan produk sesuai yang di janjikan

## 3. Keputusan pembelian

Menurut Kotler (2016) Pada umumnya konsumen akan lebih mudah mengambil keputusan dalam pembelian ulang atau pembelian yang sifatnya terus menerus terhadap produk yang sama.

Menurut Kotler (2016) ada empat indikator keputusan pembelian, yaitu :

- a. Kemantapan pada sebuah produk.

- b. Kebiasaan dalam membeli produk.
- c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.
- d. Melakukan pembelian ulang

#### 4. Loyalitas Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2016) “loyalitas adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan produk pilihan atau jasa di masa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan konsumen beralih ke produk lain”

Indikator penelitian Yang digunakan Mengacu pada Teori yang diungkapkan Jill Griffin (Dalam Hurriyati, 2010). Beberapa Indikator yang Digunakan untuk mengukur variabel Loyalitas pelanggan adalah:

- a. Melakukan pembelian Ulang secara Teratur.
- b. Melakukan pembelian diluar lini produk/jasa.
- c. Merekomendasikan produk.
- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis.

### **G. Uji Kualitas Instrumen Dan Data**

#### 1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat pengukuran yang kita gunakan mampu mengukur apa yang ingin kita ukur

dan bukan mengukur yang lain (Rahmawati, dkk, 2014). Kriteria valid dapat di lihat melalui nilai dari *pearson correlation* dan *Sig. (2-tailed)*. Jika nilai *pearson correlation* lebih besar dari pada nilai pembanding berupa *r-kritis*, maka item tersebut valid. Atau jika nilai *Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05 maka item tersebut valid dengan derajat kepercayaan 95% (Kuncoro, 2013).

## 2. Uji Reliabilitas

Tujuan dari pengujian reliabilitas ini adalah untuk menguji apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden benar-benar dapat digunakan sebagai alat pengukur. Pengujian ini hanya dilakukan pada butir-butir pertanyaan yang sudah di uji validitasnya dan telah dinyatakan butir yang valid.

Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbachs* yang di mana dalam suatu kuesioner dianggap reliabel apabila *Alpha Cronbachs* > 0,6 (Kuncoro, 2013).

## H. Uji Hipotesis dan Analisis Data

### 1. Analisis path (analisis jalur)

Analisis jalur adalah suatu teknik pengembangan dari regresi linier berganda. Model path analisis digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Teknik ini digunakan untuk menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur

dari hubungan kausal antar variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  terhadap  $Y$  serta dampaknya terhadap  $Z$ . Analisis path (jalur) ialah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi linier berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung (Rutherford Dalam Sawarno, 2007)

Menghitung koefisien jalur secara individu.

Secara individual uji statistik yang digunakan uji t yang dihitung dengan rumus (Kusnendi, 2005):

$$t_k = \frac{\rho_k}{se_{\rho_k}} ; (dk = n - k - 1)$$

Keterangan: Statistik  $se_{\rho X_1}$  diperoleh dari hasil komputerisasi SPSS untuk analisis regresi setelah data ordinal ditransformasikan ke interval. Selanjutnya untuk mengetahui signifikan analisis jalur bandingan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai probabilitas sig dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas signifikan atau ( $0,05 < sig$ ), maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak, artinya tidak signifikan.
- b. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas signifikan atau ( $0,05 > sig$ ), maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak, artinya signifikan.



## 2. Uji Sobel

Di dalam penelitian ini terdapat variabel intervening yaitu kepuasan konsumen. Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan uji Sobel (Sobel test). Dalam uji sobel ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi yaitu kepuasan. Menurut Ghazali (2011) suatu variabel disebut intervening jika variabel tersebut ikut mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Pengujian hipotesis mediasi dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh sobel (1982) dan dikenal dengan uji sobel (Sobel Test).

Dalam analisis jalur untuk mengetahui apakah pengaruh mediasi signifikan atau tidak, diuji dengan sobel *test* sebagai berikut :

$$Sp^2p^3 = \sqrt{p3^2 Sp2^2 + p2^2 Sp3^2 + Sp2^2 Sp3^2}$$

Setelah mendapatkan hasil dari  $Sp^2p^3$  dapat dihitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{p^2p^3}{Sp^2p^3}$$

Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel, jika nilai t hitung > nilai t tabel maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi. Asumsi uji

sobel memerlukan jumlah sampel yang besar, jika jumlah sampel kecil, maka uji sobel kurang konservatif Ghozali (2011).

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen, (Rahmawati dkk, 2014). Menurut Rahmawati dkk., (2014) dasar pengambilan keputusan untuk Signifikansi Simultan (Uji t) :

Dengan melihat nilai sig. pada tabel Coefficients, jika nilai sig.  $> \alpha$  maka bisa dikatakan tidak ada pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen dan begitu pula sebaliknya jika nilai sig.  $\leq \alpha$  maka bisa dikatakan ada pengaruh antar variabel independen terhadap variabel devenden.