

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Variabel Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan jenis Asosiatif. Dikatakan penelitian kuantitatif sebab pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu proses, hipotesis, turun kelapangan, analisis data dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya menggunakan pengukuran, perhitungan rumus dan kepastian data numerik. “Penelitian Asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, dengan penelitian ini maka akan dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala”.¹

3.1.2 Definisi Operasional Variabel

“Variabel adalah konstruk yang sifat-sifatnya telah diberi angka (kuantitatif) atau juga dapat diartikan variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai, berupa kuantitatif maupun kualitatif yang dapat berubah-ubah nilainya”.²

¹Sugiyono (2019) Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung , Hal 49

²Syofian Siregar (2017), Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS, Katalog Dalam Terbitan , Hal10

Tabel 3
Definisi Operasional Tabel

No	Variabel	Definisi	Definisi Indikator	Skala Likert
1.	<i>Brand Image</i>	<i>Brand image</i> merupakan pemahaman konsumen mengenai merek secara keseluruhan, kepercayaan konsumen terhadap suatu merek tertentu dan bagaimana konsumen memandang suatu merek”.	1. <i>Corporate Image</i> (Citra Perusahaan) Yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap perusahaan yang membuat suatu barang dan jasa. 2. <i>User Image</i> (Citra Pemakai) Yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu yang menggunakan barang atau jasa yang meliputi pemakai itu sendiri atau status social. 3. <i>Product Image</i> (Citra Produk) Yaitu sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang meliputi atribut dari produk, manfaat bagi konsumen serta jaminan.	a. Sangat setuju (5) b. Setuju (4) c. Cukup setuju (3) d. Kurang setuju (2) e. Tidak setuju (1)
2.	Harga	Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.	1. Keterjangkauan harga adalah harga sesungguhnya dari suatu produk yang tertulis sesuai produk, yang harus dibayarkan oleh pelanggan. 2. <i>Features</i> (Fitur) Adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk tersebut dapat diandalkan. 3. <i>Reliability</i> (Keandalan) Adalah probabilitas pada produk	a. Sangat setuju (5) b. Setuju (4) c. Cukup setuju (3) d. Kurang setuju (2) e. Tidak setuju (1)

		Bagi perusahaan penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawarannya dari para pesaing	akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan pada produk tersebut dapat diandalkan.	
3.	Kualitas Pelayanan	Pelayanan merupakan kegiatan yang tidak dapat didefinisikan secara tersendiri yang pada hakikatnya bersifat <i>intangible</i> , yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat padapenjualan produk atau pelayanan lain. Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh”.	<p>1. Reabilitas (<i>Reability</i>) Terkait dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang disajikan dengan segera, akurat, dan memuaskan sejak pertama kali tanpa kesalahan apapun yang menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.</p> <p>2. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) Berhubungan dengan keinginan kesediaan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberi layanan dengan tanggap, serta menginformasikan kapan jasa yang akan diberikan dan kemudian memberi jasa secara cepat.</p> <p>3. Jaminan (<i>Assurance</i>) Jaminan yakni para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggan, jaminan juga berarti mencakup pengetahuan, kompetensi kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, resiko dan keragu-raguan</p>	<p>a. Sangat setuju (5)</p> <p>b. Setuju (4)</p> <p>c. Cukup setuju (3)</p> <p>d. Kurang setuju (2)</p> <p>e. Tidak setuju (1)</p>

4.	<i>Purchase Intention</i>	<i>Purchase intenion</i> adalah kondisi dimana konsumen berniat untuk membeli suatu produk sepatu olahraga. Sebuah <i>purchase intention</i> memiliki beberapa tahapan, tahapan tersebut dapat dijadi-kan indikator dari <i>purchase intenion</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rangsangan adalah merupakan pendorong atau penggerak konsumen untuk membeli se-buah produk sepatu olahraga. 2. Kesadaran merupakan keadaan dimana konsu-men secara sadar menjadikan produk sepatu olahraga menjadi pilihan utama. 3. Pencarian informasi mengenai produk sepatu olahraga yang diminati olehkonsumen. 	<ol style="list-style-type: none"> a. Sangat setuju (5) b. Setuju (4) c. Cukup setuju (3) d. Kurang setuju (2) e. Tidak setuju (1)
----	---------------------------	---	---	---

SumberData: Diolah Oleh Peneliti Sebelumnya, 2022

3.2 Populasi Dan Sampel

3.2.1 Populasi

“Populasi merupakan keseluruhan elemen yang dijadikan wilayah generalisasi. Elemen populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diukur yang merupakan unit yang akan diteliti”.³ “Populasi merupakan keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan”.⁴

Berdasarkan definisi para ahli diatas populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan KFC yang diketahui jumlahnya yang

³ Sugiyono (2019) Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung , Hal 126

⁴Wiratna Sujarweni (2019) Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, PUSTAKA BARUPRES , Hal 80

berkunjung ke Cabang KFC Kota Probolinggo, diketahui sebanyak 53.419 orang.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling*. “*Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”⁵.

Untuk menentukan ukuran sampel pada penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin :

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Jumlah populasi

e = Presentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan (10%)

$$n = \frac{3.139}{1 + (3.139 0,1)^2}$$

$$n = \frac{3.139}{1 + (3.139 0,01)}$$

⁵Sugiyono (2019) Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung , Hal 126

$$n = \frac{3.139}{1 + 31,39}$$

$$n = \frac{3.139}{32,39} = 100$$

Diperoleh hasil jumlah sampel (n) adalah 100 peneliti maka banyak sampel yang peneliti ambil yaitu sebanyak 100 responden.

3.3 Sumber Data Dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

1. Data Primer

“Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden (objek penelitian). Data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber sumber asli untuk tujuan tertentu”⁶.Data primer diperoleh dengan memberikan daftar pernyataan (kuisisioner) kepada pembeli yang datang di KFC CabangKota Probolinggo.

2. Data Sekunder

“Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui data yang diteliti dan dikumpulkan oleh pihak lain yang berkaitan dengan

⁶ Danang Sunyoto (2013) Metode Dan Instrumen Penelitian Ekonomi Dan Bisnis, CAPS (Center for Academic Publishing Service) , Hal 10

permasalahan penelitian”.⁷ Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah jurnal, buku, SDM, dan lain-lain.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

“Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidak-tidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi”.⁸

2. Observasi

“Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga⁹ didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut”.

3. Kuesioner

“Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis untuk mempelajari sikap sikap, keyakinan, perilaku, dan beberapa karakteristik beberapa orang utama

⁷Danang Sunyoto(2013) Metode Dan Instrumen Penelitian Ekonomi Dan Bisnis, CAPS (Center for Academic Publishing Service) , Hal 11

⁸Sugiyono (2019) Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung , Hal 195

⁹Syofian Siregar(2017) Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS , Hal 19

didalamorganisasi yang bisa ¹⁰berpengaruh oleh sistem yang diajukan oleh sistem yang sudah ada”.

3.4 Metode Analisis Data

Untuk menganalisis data yang diperoleh dalam penulisan skripsi ini, penulis digunakan analisis deskriptif dengan pendekatan secara kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah analisis data dalam bentuk angka-angka yang pembahasannya melalui penghitungan statistik berdasarkan jawaban kuesioner dari responden. Hasil penghitungan dari skor atau nilai tersebut kemudian dalam analisa statistik yang dilakukan dengan bantuan program SPSS 23 untuk membuktikan hubungan dan pengaruh antara variabel-variabel penelitian, dengan melakukan uji data sebagai berikut:

3.4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.4.1.1 Uji Validitas

“Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti” ¹¹ . Dengan demikian data yang valid adalah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. “Teknik uji validitas item dengan korelasi *pearson*, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor item dengan skor total item tiap variabel

¹⁰ Syofian Siregar(2017) Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandngan Perhitungan Manual Dan SPSS , Hal 21

¹¹ Syofian Siregar(2017) Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandngan Perhitungan Manual Dan SPSS , Hal 361

kemudian pengujian signifikan 0.05 dengan uji sisi.¹² Berikut kriteria pengujian validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4
Kriteria Pengujian Validitas

No	Kriteria	Keterangan
1.	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
2.	$r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$	Tidak valid

3.4.1.1 Uji Reliabilitas

“Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja dan untuk menentukan apakah instrument reliabel atau tidak menggunakan Batasan 0,6”.¹³ Berikut kriteria pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5
Kriteria Pengujian Reabilitas

No	Kriteria	Keterangan
1.	0,6	Kurang Baik
2.	0,7	Dapat Diterima
3.	>0,8	Baik

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

“Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam *statistic* non parametrik”.¹⁴ “Normalitas data merupakan hal yang penting karena

¹²Duwi Priyatno, (2018) SPSS Panduan mudah olah data bagi mahasiswa dan umum, CV. Andi Offset , Hal 21

¹³Duwi Priyatno, (2018) SPSS Panduan mudah olah data bagi mahasiswa dan umum, CV. Andi Offset , Hal 25

¹⁴Sujarweni (2019) Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, PUSTAKA BARUPRES , Hal 120

dengan data yang terdistribusi normal maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi”.¹⁵ Dalam uji normalitas ini digunakan metode uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*.

“Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, *paission*, *uniform*, atau *exponential*. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak.¹⁶ Residual terdistribusi normal jika nilai signifikan lebih dari 0,05”.

Berikut kriteria pengujian normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6
Kriteria Pengujian Normalitas

No	Kriteria	Keterangan
1.	Nilai signifikansi >0,05	Terdistribusi Normal
2.	Nilai signifikansi < 0,05	Tidak Terdistribusi Normal

B. Uji Multikolinieritas

“Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel *independent* yang memiliki kemiripan antar variabel *independent* dalam suatu model. Kemiripan antar variabel *independent* akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat”.¹⁷

¹⁵Duwi Priyatno, (2018) SPSS Panduan mudah olah data bagi mahasiswa dan umum, CV. Andi Offset , Hal 73

¹⁶Duwi Priyatno, (2018) SPSS Panduan mudah olah data bagi mahasiswa dan umum, CV. Andi Offset , Hal 130

¹⁷Sujarweni (2019) Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, PUSTAKA BARUPRES , Hal 158

“Metode uji multikolonieritas yang umum digunakan, yaitu dengan melihat nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF) pada model regresi bebas dari multikolonieritas, yaitu mempunyai nilai VIF kurang dari 10 dan mempunyai angka *tolerance* lebih dari 0,1”¹⁸. Berikut kriteria pengujian multikolonieritas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 7
Kriteria Uji Multikolinieritas

No	Kriteria	Keterangan
1.	Nilai VIF < 10 dan angka Tolerance > 0,1	Bebas Multikolonieritas
2.	Nilai VIF > 10 dan angka Tolerance < 0,1	Terjadi Multikolonieritas

C. Uji Autokorelasi

“Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi”¹⁹.

Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujiannya yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ yang berarti terdapat autokorelasi.

¹⁸Duwi Priyatno, (2018) SPSS Panduan mudah olah data bagi mahasiswa dan umum, CV. Andi Offset, Hal 134

¹⁹Agus Tri Basuki, (2017) Analisis Regresi Penelitian Ekonomi & Bisnis(Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS), PT Raja Grafindo Persada, Hal 60

2. Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$ atau $dU < d < (4-dU)$ yang berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

D. Uji Heteroskedastisitas

“Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain”.²⁰ Suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas, namun suatu model dapat dilihat terdapat heteroskedastisitas atau tidak dari pola gambar *Scatterplot*.

Dasar untuk pengambilan keputusan dari *Scatterplot* ini yaitu jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu seperti membentuk suatu pola gelombang yang melebar, kemudian menyempit dan melebar lagi maka hal tersebut terjadi heteroskedastisitas. Dan jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik yang menyebar di atas atau dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

²⁰Sujarweni (2019) Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, PUSTAKA BARUPRES , Hal 159

3.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

“Analisis regresi linier adalah teknik statistika untuk membuat model dan menyelidiki pengaruh antara satu atau beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat”.²¹

“Regresi berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan di masa akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel tak bebas yang digunakan”.²²

Dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dimana dimana analisis regresi dengan dua atau lebih variabel bebas, dengan formulasi umum:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

a= Nilai konstanta

$X_1 = \text{Brand Image}$

$Y = \text{Purchase intention}$

$X_2 = \text{Harga}$

$b_1, b_2, b_3 = \text{Koefisien Regresi}$

$X_3 = \text{Kualitas Pelayanan}$

e = Residual/Error

²¹Agus Tri Basuki, (2017) Analisis Regresi Penelitian Ekonomi & Bisnis(Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS), PT Raja Grafindo Persada , Hal 45

²² Syofian Siregar(2017) Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS , Hal 301

3.4.4 Koefisien Determinasi

“Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui presentase 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 variabel bebas (X) semakin tinggi. Jika R^2 semakin kecil, maka prosentase perubahan variabel ²³tidak bebas (Y) yang disebabkan variabel (X) semakin rendah”.

3.4.5 Pengujian Hipotesis

3.4.5.1 Uji Parsial (Uji t)

“Uji t atau koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel *independent* berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen.” ²⁴Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dan uji 2 (dua) sisi. Langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

- 1) Merumuskan hipotesis
- 2) Menentukan t_{hitung}
- 3) Menentukan t_{tabel} dicari signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ dan uji 2 (dua) sisi.
- 4) Kriteria pengujian
 - a) Jika $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, H_0 diterima.
 - b) Jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_0 ditolak.

Catatan : dalam hal ini, nilai t_{hitung} negatif ($-t_{hitung}$) makin menjauhi 0, artinya, makin kecil.

²³Wiratna Sujarweni, (2019) Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi, PUSTAKA BARUPRES , Hal 164

²⁴Duwi Priyatno, (2018) SPSS Panduan mudah olah data bagi mahasiswa dan umum, CV. Andi Offset , Hal 121

5) Membuat kesimpulan

Nilai koefisien dan t_{hitung} positif artinya berpengaruh positif. Berdasarkan signifikansi, jika signifikansi ≤ 0.05 , H_0 ditolak dan signifikansi $> 0,05$, H_0 diterima.

3.4.5.2 Variabel Dominan

Untuk uji hipotesis ini hanya melihat t_{hitung} mana yang memiliki pengaruh yang paling dominan besar secara parsial antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Variabel dominan dapat dilihat dari *Standardized Beta* “*Standardized Beta* digunakan untuk mengeleminasi perbedaan unit ukuran pada variabel independen”.²⁵

²⁵ Imam Ghozali (2018) Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan dengan program IBM S PSS 25 Edisi 9, Badan Penerbit UNDIP , Hal 102