

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan kurang lebih selama 2-3 bulan yakni pada bulan agustus-oktober 2016. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Brand Trade Character* terhadap permintaan konsumen Kebab Alibaba. Penelitian sendiri dilakukan di Kedai Kebab Alibaba cabang Saga Balaraja Kab. Tangerang dan objek penelitian yaitu konsumen Kebab Alibaba karena untuk mempermudah penelitian sehingga mempermudah proses pengambilan data dan mengefisiensikan waktu.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan metode deskriptif dalam menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis.

Statistik deskriptif adalah statistik yang berkenaan dengan bagaimana mendeskripsikan, menggambarkan, menjabarkan, atau menguraikan data sehingga mudah untuk dipahami.

B. Teknik Pengumpulan Data

1. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan seluruh karakteristik yang menjadi objek penelitian, dimana karakteristik tersebut berkaitan dengan seluruh kelompok, orang, peristiwa, atau

benda yang menjadi pusat perhatian bagi peneliti. “poulasai berasal dari kata bahasa Inggris *population* berarti jumlah penduduk”¹ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Konsumen Kebab Alibaba.

Sementara itu sampel adalah bagian dari populasi yang dipercaya dapat mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan.

“Menurut sugiarto sampel adalah sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasinya.”² Sampel pada penelitian ini adalah konsumen Kebab Alibaba yang datang ke Kedai Kebab Alibaba.

Rumusan perhitungan besaran sampel pendapat slovin:³

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

Dimana

n = ukuran sampel yang dicari

N = jumlah populasi

e = nilai presepsi (0,1)

populasi yang digunakan penulis adalah konsumen Kebab Alibaba yang datang ke Kedai Kebab Alibaba selama 6 hari berjumlah 122, dan berdasarkan rumusan tersebut diperoleh data sebagai berikut:

¹. M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 101

². Sugiarto, dkk, *Teknik Sampling* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 2

³. Husain Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers,2011), 78

$$n = \frac{122}{1+122(0,1)^2} = 54,9 \text{ dibulatkan} = 55$$

Berdasarkan perhitungan tersebut diatas maka, penulis memutuskan untuk mengambil 55 orang responden

2. Jenis dan Sumber Data.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan. Dan data yang dipakai oleh peneliti adalah data primer.

“Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil dari pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti.”⁴

3. Metode Pengumpulan Data dan Skala Pengukuran

a. Metode pengumpulan Data

untuk memperoleh data yang akurat digunakan alat pengumpulan data yang tepat agar memperoleh kesimpulan yang tidak menyesatkan. Dalam penelitian ini digunakan tiga pengumpulan data yaitu:

1) Metode kuesioner (angket)

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyiapkan daftar pertanyaan yang berupa angket. Angket adalah jawaban tertulis dari informasi atas daftar kuesioner dari peneliti. Kemudian angket tersebut disebar kepada konsumen Kebab Alibaba. Dengan tujuan untuk mempermudah

⁴ Husain Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, 42

dan memberi arahan supaya mendapat jawaban yang sesuai dengan data yang diperlukan.

Jawaban dari masing-masing responden mendapat skor yang terbagi dalam kategori penelitian yaitu:

- a) Untuk jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1
 - b) Untuk jawaban tidak setuju (TS) diberi skor 2
 - c) Untuk jawaban netral (N) diberi skor 3
 - d) Untuk jawaban setuju (S) diberi skor 4
 - e) Untuk jawaban sangat setuju (SS) diberi skor 5
- 2) Metode Wawancara

Metode ini digunakan untuk melengkapi data yang belum terungkap dalam angket mengenai gambaran konsumen dalam melakukan proses transaksi dengan menggunakan pedoman sejumlah pertanyaan untuk memperoleh data yang menunjang penelitian tersebut.

3) Metode Observasi

Metode ini digunakan dengan cara langsung datang ke lokasi penelitian yaitu Kedai Kebab Alibaba cabang Saga Balaraja.

b. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya, interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala *Liker*. Sekala *Liker* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan presepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social, dalam penelitian ini fenomena social ini telah ditetapkan secara sepesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.” Dalam skala *Liker* maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian, indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.”⁵

Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *Liker* mempunyai gradasi dari sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

- a) Sangat tidak setuju (STS) diberikan skor 1
- b) Tidak setuju (TS) diberikan skor 2
- c) Netral (N) diberikan skor 3
- d) Setuju (S) diberikan skor 4
- e) Sangat setuju (SS) diberikan skor 5

C. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Validitas suatu instrument berkaitan dengan kemampuan instrument itu untuk mengukur atau mengungkap karakteristik dari variabel yang dimaksudkan untuk di ukur.

⁵. Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R dan D* (Bandung: Alfabet, 2009), 93

“Sementara itu Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrument yang valid mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya bila tingkat validitasnya rendah maka instrument tersebut kurang valid”.⁶ Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang apa yang hendak di ukur atau diinginkan sebuah instrument dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator yang merupakan variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas digunakan uji statistik *cronbach Alfa* (α).⁷

Untuk pengujian penelitian ini menggunakan perhitungan reabilitas dengan statistik *cronbach alpha* yang mendekati 1 (satu), itu menunjukkan bahwa pengukuran yang dipakai benar dengan mengukur apa yang hendak diukur. Untuk menginterpretasikan koefisien reabilitas ditentukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Antara 0,800 sampai dengan 1,000 = sangat tinggi
2. Antara 0,600 sampai dengan 0,800 = tinggi

⁶ Ridwan dkk, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Aplikasi Setatistik Penelitian* (Bandung: Alfabeta,2011), 194

⁷ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), 97.

3. Antara 0,400 sampai dengan 0,600 = cukup tinggi
4. Antara 0,200 sampai dengan 0,400 = rendah
5. Antara 0,000 sampai dengan 0,200 = sangat rendah

Penelitian ini melakukan uji coba dahulu, dengan sampel responden sebanyak 55 orang dan untuk melihat kesalahan instrumen yang digunakan. Hasil uji coba selanjutnya penelitian ini menggunakan *software* SPSS (*statistic package social science*) seri 16

3. Uji Hipotesis

Uji Satu Pihak (*One Tailed*)

$H_0 : \beta_i \neq 0$, diduga *Brand Trade Character* tida berpengaruh terhadap permintaan konsumen

$H_a : \beta_i > 0$, diduga *Brand Trade Character* berpengaruh terhadap permintaan konsumen

Uji signifikan parameter individual (Uji Statistik t)

Uji setatistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan sebagai berikut:

- a) Jika probabilitas (signifikansi) lebih besar dari $\alpha=5\%$ maka variabel independen secara indipidual tidak berpengaruh pada variabel dependen
- b) Jika probabilitas (signifikan) lebih kecil dari $\alpha=5\%$ maka variabel independen secara simultan berpengaruh pada variabel dependen

kriteria pengujian t setatistik dapat juga dilakukan dengan membandingkan antar t hitung dan t tabel dengan pedoman sebagai berikut

- a) H_0 diterima dan H_a ditolak jika t hitung kurang dari t tabel artinya variabel independen tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b) H_0 ditolak dan H_a diterima jika t hitung lebih besar dari t tabel artinya variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan proporsi untuk menentukan terjadinya presentase variansi bersama antar variabel X dengan variabel Y jika dikaitkan dengan 100% oleh karena itu besarnya koefisien determinasi adalah $0 \leq r^2 \leq 1$ dan tidak ada koefisien determinasi yang bertanda negative karena dikuadratkan.⁸ Nilai r^2 yang terkecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

⁸ Budi Susetyo, *Statistik Untuk Analisis Data Penelitian*, (Bandung: Rafika Aditama, 2010), 122

5. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen, atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal mengikuti arah garis diagonalnya. Model regresi memenuhi asumsi normalitas.

6. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidak samaan varians dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain. Jika varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain tetap, disebut homosekedastisitas, sementara itu, untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, melihat grafik Plot antara lain prediksi variabel terkait (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*.

Dasar analisis:

1. Jika ada plot tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

7. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak yang berarti terdapat autokorelasi
- b. Jika d terletak antara Du dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi
- c. Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$ maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

D. Oprasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini meliputi variabel independen (X), yaitu Brand Trade Character dan satu variabel dependen (Y), yaitu permintaan konsumen, sebab variabel adalah karakter yang akan diobservasi dari unit amatan yang merupakan suatu atribut dari sekelompok objek dengan ciri adanya variasi antara satu objek dengan objek yang lain dalam kelompok tersebut. Variabel yang diteliti harus sesuai dengan permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini variabelnya adalah:

1. *Brand Trade Character*

Brand trade character atau karakter merek dagang menjadi sangat penting bagi perusahaan karena pada saat ini dan dimasa mendatang persaingan pemasaran adalah persaingan antar merek. merek yang kuat sudah dapat dipastikan menguasai pasar, karena merek merupakan aset perusahaan yang paling bernilai yang dapat digunakan untuk memprediksi kelangsungan hidup perusahaan

Dalam penelitian ini indikator-indikator dari *Brand Trade Character* yang digunakan adalah;

- a. Kesesuaian atribut
- b. Kebermkanaan
- c. Kekhususan
- d. Keunikan
- e. Daya tahan
- f. Kehandalan
- g. Adaptif

2. Permintaan

Permintaan merupakan tingkat keinginan atau perhatian atas pilihan yang dimiliki oleh konsumen

Adapun indikator-indikator dari permintaan yang digunakan adalah:

- a. *Attention* (perhatian)
- b. *Intereset* (ketertarikan)
- c. *Desire* (keinginan)
- d. *Action* (tindakan)
- e. Perasaan dan emosi
- f. Terjangkau