

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Dalam sebuah penelitian, sangatlah penting kita mengetahui berbagai pendekatan penelitian sesuai dengan variabel yang akan kita uji . Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Pendekatan penelitian kuantitatif mementingkan adanya variabel-variabel sebagai objek penelitian dan variabel-variabel tersebut harus didefinisikan dalam bentuk operasionalisasi masing-masing variabel (Syofian Siregar, 2014:110). Objek dalam penelitian adalah Pengaruh *Word Of Mouth*, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Produk Dunkin Donut's Jemursari. Penelitian ini merupakan kategori penelitian deskriptif. Menurut definisi Syofian Siregar (2013:7)

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan ataupun penghubungan dengan variabel yang lain. Penelitian ini untuk memperoleh datanya menggunakan Data Primer. Data yang di kumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber nya atau objek yang ditelitinya.Serta menggunakan teknik pengumpulan data dengan memberikan kuesioner kepada masing-masing individu yang terkait.

3.2 Batasan Penelitian

Batasan penelitian ini adalah hanya terdapat pada variabel WOM, citra merek dan gaya hidup terhadap niat beli produk Dunkin Donut's Jemursari. Serta melakukan pengambilan data melalui kuesioner kepada pengunjung Dunkin Donut's Jemursari yaitu tepatnya Di Surabaya Selatan.

3.3 Identifikasi Variabel

Berdasarkan latar belakang dan landasan teori untuk mengetahui WOM, citra merek dan gaya hidup terhadap niat beli Dunkin Donut's Jemursari. Terdiri dari 4 (empat) variabel yaitu 1 variabel dependen dan 3 (tiga) variabel bebas.

3.3.1 Variabel Dependen

Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (variabel bebas). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Niat Beli.

3.3.2 Variabel Independen

Variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Word Of Mouth* (WOM), Citra Merek dan Gaya Hidup.

3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Untuk membatasi permasalahan dalam penelitian ini dan untuk memberikan pengertian terhadap masing-masing variabel yang diujikan, maka definisi operasional diuraikan sebagai berikut:

3.4.1 Definisi Operasional

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah sebagai berikut :

3.4.1.1. Word Of Mouth

Word of mouth (WOM) dalam penelitian ini adalah pendapat konsumen terhadap Komunikasi yang terjadi antara mulut ke mulut melalui satu konsumen dengan konsumen lainnya terhadap produk Dunkin Donut's Jemursari. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *Word Of Mouth* (WOM): (Kotler & Keller, 2007)

- a. Kesetiaan pelanggan (*customer loyalty*)
- b. Kepuasan (*satisfaction*)
- c. Persepsi (*perception*)

3.4.1.2. Citra Merek

Citra merek dalam penelitian ini yaitu pandangan konsumen Dunkin Donut's Jemursari terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang terkait dan konsumen Dunkin Donut's Jemursari dapat dengan mudah mendeskripsikan tentang hal-hal tersebut. Maka indikator yang digunakan adalah: (Davis et.al.2009) dalam (Mohammad Reza Jalilvand dan Nada Samiei 2012)

- a. Kualitas Produk (*Quality of Product*)
- b. Sejarah Produk (*History of Product*)
- c. Kepercayaan Pelanggan (*Customer Trust*)

3.4.1.3. Gaya Hidup

Gaya Hidup dalam penelitian ini dapat didefinisikan Segala aktivitas sehari-hari dari masing-masing konsumen Dunkin Donut's Jemursari terhadap Produk yang di pilih, dikonsumsi, dirasakan dan menjadi kebiasaan. Apabila konsumen tersebut tidak melakukan hal tersebut, maka akan terasa ada hal yang berbeda dan tidak lazim seperti biasanya. Indikator yang digunakan adalah : (Linda Indrayani, I Nyoman Nurcaya ,2014)

- a. Pengalaman (*Experience*)
- b. Niat Beli (*Purchase Intention*)
- c. Hiburan (*entertainment*)

3.4.1.4. Niat Beli

Niat Beli dalam penelitian ini adalah proses yang terjadi ketika konsumen Dunkin Donut's tersebut telah memiliki gagasan atau pilihan dalam menentukan sebuah produk yang akan di belinya di Outlet Dunkin Donut's tersebut, kemudian timbul keinginan memilih diantara pilihan yang ada. Indikator yang digunakan adalah: (Chien-Hsiung Lin 2013)

- a. Kemungkinan Membeli Produk (*possibility of buying products*)
- b. Rekomendasi (recommendation)
- c. Mempertimbangkan pembelian produk (*consider buying products*)

3.4.2 Pengukuran Variabel

Penelitian ini adalah penelitian survey dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan salah satu instrument untuk mendapatkan data di dalam kegiatan penelitian, dapat digunakan sebagai alternative mengetahui kebutuhan dan harapan konsumen atas sebuah produk (Tatik Suryani, 2013:91).

Kuesioner diukur dengan menggunakan metode skala Likert, Syofian Siregar dalam bukunya Syofian Siregar, 2014:25) skala Likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Skala Likert memiliki dua bentuk pernyataan positif dan negatif. Pernyataan positif diberikan skor 5,4,3,2 dan 1. Sedangkan pernyataan negatif diberi skor 1,2,3,4 dan 5. Adapun cara yang dilakukan sebagai berikut:

1. Menggunakan kuesioner yang dibuat dengan Skala Likert. Skala tersebut berbentuk sebagai berikut

Sangat Setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Netral (N) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Respon dari setiap pertanyaan akan dihitung dengan cara menjumlahkan angka-angka dari setiap pertanyaan yang telah dibuat sebelumnya.

Tabel 3.1
INTERVAL KELAS

Kategori	Interval	Nilai
Sangat tidak setuju (STS)	$1.00 < x \leq 1.80$	1
Tidak Setuju (TS)	$1.80 < x \leq 2.60$	2
Cukup (C)	$2.60 < x \leq 3.40$	3
Setuju (S)	$3.40 < x \leq 4.20$	4
Sangat Setuju (SS)	$4.20 < x \leq 5.00$	5

2. Melakukan wawancara singkat terhadap konsumen.

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Untuk membedakan populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel akan di jabarkan sebagai berikut:

3.5.1. Populasi

Dalam penelitian ini, populasi penelitian mengacu pada konsumen Dunkin Donut's yang berada di kawasan Surabaya. Karena jumlah konsumen Dunkin Donuts yang ada di Surabaya sangat banyak (tersebar dan sulit diketahui secara pasti), maka dilakukan pengambilan sampel untuk penelitian ini.

3.5.2. Sampel

Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan adalah beberapa konsumen Dunkin Donut's Jemursari, Surabaya Selatan. Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dihendaki dari suatu populasi (Syofian Siregar, 2014:30). Karena penelitian ini mempunyai kriteria tertentu, maka tidak semua konsumen yang datang di Dunkin Donut's Jemrsari

dijadikan sampel. Pada penelitian ini, sampel yang digunakan adalah konsumen Dunkin Donut's Jemursari saja.

3.5.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Convenience Sampling*, yang merupakan bagian dari *Non-probability sampling*. *Convenience Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui oleh peneliti dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel atau peneliti memilih orang-orang yang terdekat saja (Syofian Siregar, 2014:33). Dalam proses pengambilan sampel, ada kriteria-kriteria tertentu agar dapat di maksimalkan hasil yang di peroleh. Kriteria Sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Konsumen yang pernah membeli produk Dunkin Donut's
- b. Konsumen telah menempuh pendidikan akhir minimal SMA.
- c. Konsumen tersebut merupakan bukan penikmat donat Dunkin Donut's Jemursari Surabaya sebelumnya.
- d. Berniat membeli dan mengkonsumsi produk Dunkin Donut's Jemursari Surabaya minimal 1-2 bulan yang akan datang.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginteroretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama (Sofyan Siregar 2014;46). Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner yang akan disebar di wilayah Surabaya dengan calon

reponden yaitu konsumen Dunkin Donut's Jemursari. Adapun kisi-kisi kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini seperti yang dijelaskan pada tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.2

INSTRUMEN PENELITIAN

KETERANGAN	VARIABEL	INDIKATOR	NO ITEM	SUMBER
Identitas Responden	a. Nama Responden b. Alamat c. Usia d. Jenis Kelamin e. Status pekerjaan/pekerjaan			
Variabel Independent (X)	Word Of Mouth (WM)	1. Kesetiaan Pelanggan 2. Kepuasan 3. Persepsi	X1.1 X1.2 X1.3	Kotler & Keller (2007)
	Citra Merek (CM)	1. Kualitas Produk 2. Sejarah Produk 3. Kepercayaan Pelanggan	X2.1 X2.2 X2.3	(Mohammad Reza Jalilvand dan Nada Samiei 2012)
	Gaya Hidup (GH)	1. Pengalaman 2. Niat Beli 3. Hiburan	X3.1 X3.2 X3.3	Linda Indrayani, I Nyoman Nurcaya 2014

Variabel Dependent (Y)	Niat Beli (NB)	1. Kemungkinan Membeli Produk 2. Rekomendasi 3. Mempertimban gkan pembelian produk	Y ₁ Y ₂ Y ₃	(Chien- Hsiung Lin 2013)
------------------------------	----------------	--	--	--------------------------------

3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Sofyan Siregar (2014:16) data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Data tersebut merupakan jawaban dari konsumen yang mengisi kuesioner yang telah peneliti bagikan sebelumnya.

3.7.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan sebuah angket atau kuesioner. Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada (Sofyan Siregar 2014:21). Jenis Kuesioner yang diberikan kepada konsumen Dunkin Donut's Jemursari berupa kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup adalah pertanyaan-pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda, jadi kuesioner jenis ini responden tidak diberikan kesempatan untuk mengeluarkan pendapat.

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.8.1 Uji Validitas

Validitas atau kesahihan menurut Syofian Siregar (2014 : 46) adalah menunjukkan sejauh mana alat ukur mampu mengukur apa yang ingin di ukur (*a valid measure if it successfully measure the phenomenon*). Dengan demikian jika ingin mengukur sesuatu, maka harus sesuai dengan alat ukur yang digunakan. Semisalnya ingin mengukur berat, alat yang digunakan berupa timbangan. Untuk mengukur benda dengan ingin mengetahui panjang sebuah benda tersebut, alat ukur yang tepat adalah meteran/penggaris.

Menurut Sofyan Siregar (2014), setelah membuat kuesioner dilakukan, langkah berikutnya adalah menguji apakah kuesioner tersebut valid atau tidak. Ada beberapa ketentuan bila kuesioner yang diukur sudah tepat untuk mengukur apa yang di ukur, yaitu: a) jika koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3 . b) jika korelasi *product moment* > r-tabel (a ; n-2) n = jumlah sampel. c) nilai Sig. ≤ a.

Rumus yang bisa digunakan untuk mengukur validitas konstruk dengan teknik korelasi *product moment*, yaitu:

$$r \text{ hitung} = \frac{n(\varepsilon xy) - (\varepsilon x)(\varepsilon y)}{\sqrt{[n(\varepsilon x^2) - (\varepsilon x)^2][n(\varepsilon y^2) - (\varepsilon y)^2]}}$$

keterangan :

n = jumlah responden

r = koefisien korelasi

x = skor variabel

y = skor total dari variabel (jawaban responden)

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sofyan Siregar (2014) Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.

Jika dengan Teknik *Alpha Cronbac*, teknik ini digunakan untuk mengukur sikap Kriteria instrument di teknik ini bila dikatakan reliable adalah koefisien reliabilitas 0,6. Namun jika menggunakan teknik Test-Retest maka yang di hasilkan adalah H_0 Diterima atau H_0 ditolak.

3.9 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Berganda atau *Multiple Regression Analysis* dan uji Asumsi Klasik dengan pengolahan data yang menggunakan SPSS Statistik versi 16.0. Karena variabel yang diacu dalam penelitian ini lebih dari 2 (dua) variable, uji Asumsi Klasik dilakukan untuk pertama kali agar diketahui data tersebut memenuhi persyaratan atau tidak, jika sudah memenuhi syarat maka akan dilakukan pengujian yang lain serta peneliti juga ingin menguji pengaruh variabel x terhadap variabel y sehingga uji yang digunakan adalah uji Analisis Regresi Linier Berganda.

3.9.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terikat dengan analisis regresi linear berganda yang menyatakan bahwa harus memenuhi asumsi-asumsi klasik yang telah melandasi model tersebut. Untuk persyaratan uji analisis dengan baik harus dengan beberapa kriteria uji sebagai berikut:

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil, (Imam Ghozali, 2012:160).

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen, (Imam Ghozali, 2012:105).

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan agar model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain sama, maka disebut

Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kebanyakan data crossection mengandung situasi Heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran, (Imam Ghozali, 2012:139).

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu yang terdapat pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ sebelumnya. Jika terjadi autokorelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya.

Pada data crossection (silang waktu), masalah autokorelasi relatif jarang terjadi karena •gangguan• h pada observasi yang berbeda berasal dari individu kelompok yang berbeda. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi, (Imam Ghozali, 2012:110).

Pada penelitian ini digunakan untuk mendeteksi autokorelasi dengan cara Run Test. Melihat data residual apakah terjadi secara random atau tidak. Jika nilai test < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa residual tidak random atau terjadi autokorelasi antar nilai residual, (Imam Ghozali, 2013:120-121).

TABEL 3.3
NILAI DURBIN WATSON

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tdk ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tdk ada autokorelasi positif	No decision	$dl \leq d \leq du$
Tdk ada korelasi negatif	Tolak	$4-dl < d < 4$
Tdk ada korelasi negatif	No decision	$4-du \leq d \leq 4-dl$
Tdk ada autokorelasi, positif atau negative	Tdk ditolak	$du < d < 4 - du$

Sumber : Imam Ghozali, Aplikasi Analisis IBM SPSS19

3.9.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Apabila dikaitkan dengan variabel WOM, Citra Merek, Gaya Hidup, dan Niat Beli, akan diperoleh rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

- a. X_1 yaitu WOM (*word of mouth*)
- b. X_2 yaitu Citra Merek (*brand awareness*)
- c. X_3 yaitu Gaya Hidup (*lifestyle*)
- d. Y yaitu Niat Beli
- e. β_1 , β_2 dan β_3 adalah koefisien determinasi
- f. α adalah konstanta
- g. e adalah eror.

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2) dan Determinasi Simultan (R^2)

Menurut Imam Ghazali (2012 : 97) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Dalam kenyataan nilai R^2 dapat bernilai negative, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Jika dalam uji empiris didapat adjusted R^2 negatif, maka nilai adjusted R^2 dianggap bernilai nol.

3.9.4 Uji Parsial (Uji t)

Uji t ini digunakan untuk menguji apakah secara parsial variabel bebas (X) yang terdapat dalam model analisis regresi linier berganda secara signifikan mempengaruhi variabel terikat (Y). Berdasarkan hasil diatas maka dapat dilakukan uji hipotesis lima tahap. Perumusan Hipotesis Statistik :

H0 : $b_i = 0$ (WOM, Citra Merek dan Gaya Hidup tidak berpengaruh terhadap Niat Beli).

H1 : $b_i \neq 0$ (WOM, Citra Merek dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap Niat Beli).

