Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Peneliti menggunakan sifat penelitian kuantitatif untuk menjabarkan penelitian ini. Penelitian kuantitatif, seperti penelitian lain, tidak mudah untuk memahaminya, kecuali dipikirkan satu persatu (Croucher, 2014, p. 239). Penelitian kuantitatif tidak mementingkan spesifikan dan analisis yang mendalam pada hasil penelitiannya. Stephen mengatakan bahwa langkah pertama dalam melakukan penelitian kuantitatif adalah melihat data dalam bentuk gambar (Croucher, 2014, p. 239). Oleh karena itu, penelitian ini membuahkan hasil dalam bentuk angka. Pemilihan penelitian kuantitatif ini membuat peneliti lebih mementingkan aspek keluasan data ketika hasil riset merupakan representasi dari keseluruhan responden yang ada.

Peneliti ingin mengetahui apakah kredibilitas merek berpengaruh terhadap minat beli Tehbotol Sosro. Nantinya hasil penelitian ini akan menghasilkan data yang objektif dan sah karena diambil melalui penyebaran kuesioner kepada subjek penelitian. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian eksplanatif. Ini merupakan turunan penelitian deskriptif yang dirancang khusus untuk menangani

Pengaruh Kredibilitas Merek..., Joshua Rico Wijaya, FIKOM UMN, 2018

masalah yang kompleks (Walliman, 2011, p. 8). Berikut tercantum paradigma positivis yang digunakan peneliti:

Bagan 3.1 Paradigma Positivis

Positivis
Eksperimen atau model matematik dan analisis kuantitatif untuk validasi, menolak, bahkan memperbaharui hipotesis.

Sumber: Walliman, 2011, p. 22

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Survei

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan metode penelitian survei. Metode untuk mengoleksi data melalui pertanyaan dalam kuesioner disebut survei (Walliman, 2011, p. 97). Kuesioner berfungsi sebagai instrumen penting dalam penelitian ini.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Ketika membicarakan populasi dalam penelitian, bukan berarti hanya membicarakan tentang jumlah manusia, populasi adalah istilah kolektif untuk mendeskripsikan total kuantitas sesuatu (atau kasus) dari tipe subjek yang diteliti (Walliman, 2011, p. 94). Populasi juga menaungi sekumpulan orang yang berada di dalam suatu grup (Jackson, 2008, p. 16).

Pada penelitian ini, populasi yang diambil adalah tenaga kerja di Kota Tangerang Selatan yang berjumlah 643.694 orang per DESEMBER 2015 menurut https://tangselkota.bps.go.id/dynamictable/2016/11/23/26/penduduk-usia-kerja-me-nurut-lapangan-usaha-dan-jenis-kelamin-di-kota-tangerang-selatan.html yang diakses pada 24 April 2018. Alasan dipilihnya Tenaga Kerja Kota Tangerang Selatan sebagai populasi dikarenakan peneliti ingin mengetahui apakah kredibilitas merek Tehbotol Sosro berpengaruh terhadap minat beli tenaga kerja Kota Tangerang Selatan, terutama ketika makan siang, apakah cairan yang diasup adalah teh atau bukan. Sedangkan, pemilihan Objek Tehbotol Sosro sebagai objek penelitian dikarenakan teh ini menyimpan sejarah yang unik dan merupakan pelopor teh siap minum di Indonesia.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan sekumpulan orang atau grup (representasi) yang berpartisipasi dan biasanya ada di dalam populasi (Jackson, 2008, p. 16). Sampel juga merupakan bagian kecil dari keseluruhan populasi untuk menunjukkan seberapa besar keseluruhan tersebut (Walliman, 2011, p. 177).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menarik sampel yang dibutuhkan dengan tingkat kesalahan sebesar 5%. Pada halaman berikutnya tercantum rumus Slovin tentang perhitungan sampel yang harus diambil dikutip dari Ardial (2014, p. 352):

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Rumus Slovin

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

$$= \frac{643.694}{1 + 643.694\ (0,05)^2}$$

$$= \frac{643.694}{1.610,235}$$

$$= 399$$

$$= 400 \text{ responden}$$

Sumber: Ardial

Teknik yang digunakan dalam mencari sampel kali ini adalah pemilihan contoh yang disengaja. *Purposive sampling* adalah ketika fokus studi spesifik pada satu grup dibanding grup lainnya (Croucher, 2014, p. 95).

Pada penelitian ini teknik *purposive sampling* digunakan untuk penduduk Kota Tangerang Selatan yang pernah meminum Tehbotol Sosro.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

3.4 Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini, variabel bebas atau independen adalah kredibilitas merek. Kredibilitas merek adalah tolak ukur ketika konsumen bisa melihat apakah suatu produk dan jasa yang dikeluarkan perusahaan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen atau tidak (Keller, 2013, p. 413). Di dalam kredibilitas merek terdapat tiga dimensi yaitu *expertise, trustworthiness, & likability/attractiveness.*Sedangkan variabel terikat atau dependen adalah minat beli. Secara umum, minat beli seorang konsumen adalah tentang merek mana yang akan dipilihnya (Kotler, 2018, p. 177). Variabel minat beli mempunyai dimensi perilaku orang lain dan faktor situasi tak terduga.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Informasi latar belakang dapat dikumpulkan untuk membantu mengerti konteks yang relevan, konsep, dan teori (Walliman, 2011, p. 130).

3.5.1 Data Primer

Fakta atau bahan keterangan yang sudah diobservasi/amati, dialami, atau direkam/catat di kejadian/kebenaran nyatanya disebut data utama (Walliman, 2011, p. 69).

Peneliti mengumpulkan data primer ini dengan menggunakan metode survei yaitu menyebarkan kuesioner kepada responden sasaran.

Kuesioner adalah alat yang cocok untuk mengumpulkan data kuantitatif (Walliman, 2011, p. 97). Kuesioner biasanya digunakan pada disiplin yang memikirkan manusia terutama pada masyarakat (Walliman, 2011, p. 98). Kuesioner merupakan bentuk rangkaian atau sekumpulan pertanyaan yang disusun dengan sistematis dalam sebuah daftar pertanyaan, yang nantinya akan dikirimkan kepada responden untuk diisi dan dikembalikan kepada peneliti untuk diolah. Penelitian ini menggunakan metode kuesioner tertutup, yang mana responden telah diberikan alternatif jawaban oleh peneliti. Responden hanya diminta untuk memilih dan memberikan tanda cek pada jawaban yang dirasa sesuai dengan realitas dan dialami langsung oleh responden. Pada penelitian ini, kuesioner akan ditujukan kepada penduduk Kota Tangerang Selatan yang pernah meminum Tehbotol Sosro.

3.5.2 Data Sekunder

Sementara sumber tertulis yang menterjemahkan atau merekam data utama disebut data kedua/sekunder (Walliman, 2011, p. 69). Data-data sekunder ini digunakan untuk referensi penelitian dan didapatkan dari berbagai sumber, diantaranya buku referensi, jurnal ilmiah, skripsi maupun dalam jaringan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.6 Teknik Pengukuran Data: Uji Validitas dan Reliabilitas

Kuesioner yang disebar akan diukur dengan menggunakan skala *Likert*, yang mana alat ukur ini biasanya digunakan untuk mengukur sikap, kepentingan, maupun persepsi seseorang. Skala *Likert* ini merupakan bentuk pertanyaan dimana tiap individu diberikan kumpulan pernyataan dengan skala dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju (Croucher, 2014, p. 95). Nilai skala *Likert* apabila diungkapkan dengan kata-kata: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

Tabel 3.1 Nilai Skala *Likert*

No.	Skala	Bobot
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Netral	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

Sumber: Croucher (2014, p. 96)

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur *valid*/sah tidaknya sebuah kuesioner yang telah diisi oleh responden. Validitas merupakan ukuran kebenaran dalam sebuah instrumen pengukuran (Jackson, 2008, p. 70). Dalam

penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *Pearson's Product Moment (*PPM*)* untuk mengukur korelasi antara tiap pertanyaan dengan skor total serta dibantu dengan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 24 dalam mengolah datanya untuk menguji valid tidaknya data kuesioner yang ada. Pengujian statistik ini mengacu pada kriteria sebagai berikut (Ghozali, 2011, p. 53):

1. Apabila $r^{hitung} > r^{tabel}$ maka dinyatakan valid.

   Apabila $r^{hitung} < r^{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid.

2. Apabila *Sig. > 0,05* maka dinyatakan tidak valid.

   Apabila *Sig. < 0,05* maka dinyatakan valid.

3.6.1.1 Uji Instrumen Validitas Data *Pre-Test*

Pre-test dilakukan untuk mengetahui apakah pertanyaan yang dibuat oleh peneliti dinyatakan layak atau valid untuk dijadikan instrumen pada penelitian ini. Sampel pada penelitian ini menggunakan 400 responden yang merupakan pekerja dalam golongan usia produktif di Kota Tangerang Selatan. Instrumen yang telah disetujui para ahli dicobakan pada sampel dari populasi yang diambil yakni sekitar 30 orang (Sugiono, 2010, p. 352). Adapun uji validitas ini dibantu dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 24.

Pengujian validitas ini mengacu pada kriteria seperti yang dijelaskan di atas dan r tabel dapat dilihat melalui tabel r *product moment.* Uji signifikansi ini dilakukan dengan membandingkan r tabel dengan *degree of freedom (*df*)* yaitu jumlah sampel (n) – 2 (Ghozali, 2011, p. 53). Pada pengujian *pre-test* ini peneliti menyebar kuesioner kepada 40 responden awal dengan taraf signifikansi yang digunakan sebesar 5%. Pada r tabel nilai r untuk df= 40-2= 38 dengan taraf signifikansi 5% adalah 0,312, sehingga untuk mendapatkan hasil yang valid r hitung harus lebih besar dari 0,312 (r hitung > 0,312) (Ghozali, 2011, p. 53).

Tabel 3.2 Uji Validitas Data *Pre-Test* Variabel Kredibilitas Merek (X) *Pearson Correlation*

Butir Pertanyaan	**Nilai *Pearson Correlation* (r hitung)**	**r tabel**	**Sig.**	**Simpulan**
Expertise		.312		
item_1	.764		.000	Valid
item_2	.608		.000	Valid
item_3	.593		.000	Valid
item_4	.787		.000	Valid
Trustworthiness				
item_5	.466		.002	Valid
item_6	.722		.000	Valid
item_7	.806		.000	Valid
item_8	.630		.000	Valid
item_9	.729		.000	Valid
item_10	.678		.000	Valid
Attractiveness/Likability				
item_11	.843		.000	Valid
item_12	.505		.001	Valid
item_13	.684		.000	Valid
item_14	.500		.001	Valid

item_15	.661		.000	Valid
item_16	.819		.000	Valid
item_17	.762		.000	Valid
item_18	.743		.000	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2018

Melihat tabel 3.2 di atas, didapatkan hasil bahwa seluruh butir pertanyaan yang diujikan yaitu 18 butir soal memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan nilai r tabel yaitu 0,312 (r hitung > 0,312 r tabel) serta nilai signifikansi di bawah 0,05 (Sig < 0,05), sehingga semua butir pertanyaan untuk variabel X (Kredibilitas Merek) dapat dinyatakan valid.

Tabel 3.3 Uji Validitas Data *Pre-test* Variabel Minat Beli (Y) *Pearson Correlation*

Butir Pertanyaan	**Nilai *Pearson Correlation* (r hitung)**	**r tabel**	**Sig.**	**Simpulan**
Behavioral		.312		
item_1	.631		.000	Valid
item_2	.477		.002	Valid
item_3	.677		.000	Valid
item_4	.746		.000	Valid
Situational Factors				
item_5	.491		.000	Valid
item_6	.697		.000	Valid
item_7	.560		.000	Valid
item_8	.559		.000	Valid
item_9	.624		.000	Valid
item_10	.548		.000	Valid
item_11	.288		.000	Tidak Valid
item_12	.662		.001	Valid

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2018

Melihat tabel 3.3 di atas, didapatkan hasil bahwa seluruh butir pertanyaan yang diujikan yaitu 12 butir soal dari variabel Y (Minat Beli) memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan nilai r tabel yaitu 0,312 (r hitung > 0,312 r tabel) serta nilai signifikansi di bawah 0,05 (Sig < 0,05), sehingga semua butir pertanyaan untuk variabel Y (Minat Beli) dapat dinyatakan valid kecuali satu yang tidak valid akan didrop.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Untuk menguji hasil kuesioner, tidak cukup hanya menggunakan uji validitas tetapi kita juga harus menguji reliabilitasnya untuk mengetahui konsisten tidaknya data kuesioner jika digunakan berulang-ulang. Reliabilitas adalah indikasi konsistensi atau stabilitas dalam sebuah instrumen pengukuran (Jackson, 2008, p. 65). Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2011, p. 47). Konsisten yang dimaksud adalah adanya hasil yang sama apabila instrumen penelitian diuji berkali-kali. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 24 dengan rumus *Cronbach's Alpha*. Menurut Nunnally, dasar pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas ini dapat dilihat apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,70 (Ghozali, 2011, p. 48).

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.6.2.1 Uji Reliabilitas *Pre-Test*

Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Data *Pre-test* Variabel Kredibilitas Merek (X)

Cronbach's Alpha Reliability Statistics

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.929	18

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2018

Berdasarkan tabel 3.4 didapatkan hasil bahwa Cronbach's Alpha > 0,70 yaitu 0,929 > 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kredibilitas Merek (X) memiliki hasil yang reliabel.

Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Data *Pre-test* Variabel Minat Beli (Y)

Cronbach's Alpha Reliability Statistics

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	12

Sumber: Data primer diolah dengan SPSS 24, 2018

Berdasarkan tabel 3.5 didapatkan hasil bahwa Cronbach's Alpha > 0,70 yaitu 0,814 > 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Minat Beli (Y) memiliki hasil yang reliabel.

3.6.3 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. *Screening* terhadap normalitas data merupakan langkah awal yang harus dilakukan untuk setiap analisis *multivariate*, khususnya jika tujuannya adalah inferensi (Ghozali, 2011, p. 29). Adapun pada penelitian ini, uji normalitas yang digunakan adalah uji analisis grafik dengan menggunakan metode *normal probability plot*, yaitu dengan membandingkan distribusi kumulatif dengan distribusi normal. Uji normalitas sendiri dapat dilakukan dengan dua cara, yatu menggunakan analisis grafik dan analisis statistik (Ghozali, 2011, p. 30). Pada penelitian ini, uji normalitas yang digunakan adalah analisis statistik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Analisis statistik digunakan agar hasil yang didapatkan lebih jelas dan tidak bias karena berupa angka. Taraf signifikansi (α) yang digunakan pada metode uji ini adalah 0,05. Ghozali kembali berkata bahwa asumsi dasar pengambilan keputusan dari uji normalitas analisis statistik dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi > 0,05 (Ghozali, 2011, p. 34). Uji ini dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 24.

3.6.4 Uji Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mencari arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih, baik hubungan yang bersifat simetris, kausal, dan *resiprocal*

(Sugiyono, 2010, p. 260). Pada penelitian ini, jenis analisis yang digunakan adalah analisis *Bivariant*, yang mana jenis analisis ini melihat hubungan antara dua variabel (*independent and dependent*). Analisis korelasi ini bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan (asosiasi) linear antara dua variabel (Ghozali, 2011, p. 96). Sedangkan untuk mengukur korelasi digunakan rumus dari *Pearson's Product Moment,* sebagai berikut:

Rumus *Pearson's Product Moment*

$$r\ xy = \frac{\mathrm{n}\sum \mathrm{XY} - \sum \mathrm{X} \sum \mathrm{Y}}{\sqrt{\mathrm{n}\sum X^2 - (\sum X)^2}\ \sqrt{\mathrm{n}\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

r= Koefisien korelasi *Pearson's Product Moment*

n= Jumlah individu dalam sampel

X= Angka mentah untuk variabel X

Y= Angka mentah untuk variabel Y

Pada penelitian ini, analisis korelasi digunakan untuk melihat hubungan antara dua variabel, yaitu seberapa kuat variabel *independent* kredibilitas merek mempengaruhi variabel *dependent* minat beli Tehbotol Sosro.

Tabel 3.6 Estimasi Rendah, Sedang, Kuat Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Hubungan Kekuatan
±.70-1.00	Kuat
±.30-.69	Sedang

±.00-.29	Tak ada (.00) hingga rendah

Sumber: Jackson, 2008, p. 142

3.7 Teknik Analisis Data

Ada dua metode analisis data yakni dependen dan interdependen (Ghozali, 2011, p. 5-6). Metode dependen menguji ada tidaknya hubungan antara dua set variabel, sementara metode interdependen menguji variabel yang berkaitan satu sama lain (Ghozali, 2011, p. 5-6).

3.7.1 Uji Regresi

Analisis regresi digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independent dimanipulasi/dirubah-rubah atau dinaik-turunkan (Sugiyono, 2010, p. 260). Teknik analisis regresi ini dilakukan apabila korelasi antara dua variabel atau lebih yang diuji memiliki hubungan sebab-akibat atau hubungan fungsional. Teknik analisis regresi dibagi menjadi dua, yaitu regresi linier sederhana dan regresi linier berganda. Penelitian kali ini menggunakan regresi linier sederhana karena hanya terdapat dua variabel yang diuji, yaitu pengaruh kredibilitas merek terhadap minat beli Tehbotol Sosro. Analisi regresi sederhana ini dapat dilakukan dengan menggunakan rumus berikut Y= a+bX.

Nilai a didapatkan dengan menggunakan rumus:

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

$$a = \frac{\sum Y(\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Nilai b didapatkan dengan menggunakan rumus:

$$b = \frac{n\sum XY - \sum X \sum XY}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

3.7.2 Uji Hipotesis

Pada penelitian ini, peneliti juga melakukan uji hipotesis untuk menentukan ada tidaknya pengaruh dari kredibilitas merek (X) sebagai variabel bebas *(independent*) terhadap minat beli (Y) sebagai variabel terikat (*dependent*). Adapun hipotesis pada penelitian ini, sebagai berikut:

Ha: p≠0, artinya ada pengaruh kredibilitas merek terhadap minat beli Tehbotol Sosro.

Ho: p=0, artinya tidak ada pengaruh kredibilitas merek terhadap minat beli Tehbotol Sosro.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA