

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian

Obyek penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi yang minimal dua kali pernah melakukan transaksi dan mengkonsumsi di *coffee shop* Starbucks kota Semarang. Lokasi penelitian dilakukan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan kelompok yang kita minati untuk menemukan sesuatu yang berkaitan dengannya Sekaran (2014) dan Menurut Sugiyono (2014) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah Mahasiswa dan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata selaku konsumen dari *Coffee Shop* Starbucks di Kota Semarang. Dari populasi tersebut diambil sampel yang mewakili keseluruhan populasi konsumen.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan sejumlah terbatas yang mewakili total populasi atau kelompok yang kita pilih untuk diteliti dalam Sekaran (2014). Kriteria sampel adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata yang minimal dua kali pernah transaksi dan mengkonsumsi produk dari *coffee shop* Starbucks di Kota Semarang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014) pengertian *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pelaksanaan pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah responden yang memenuhi syarat yaitu responden yang minimal dua kali pernah transaksi dan mengkonsumsi di *coffee shop* Starbucks Kota Semarang.

Dalam buku Sugiyono (2014) yang mengutip buku *Research Methods For Business* yaitu tentang saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya : pria-wanita, dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda) maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana yang menggunakan

kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.

Maka berdasarkan poin ke 3 (tiga) dalam menentukan ukuran sampel diatas, penelitian ini mengambil jumlah anggota sampel sebanyak 45 responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul yang diperoleh secara langsung melalui proses wawancara, maupun pemberian kuesioner secara individu maupun kelompok yang dijadikan sampel penelitian menurut Sugiyono (2014). Data yang diperoleh merupakan data yang berasal dari kuesioner yang diberikan kepada responden yang berisi tanggapan mereka mengenai citra merek (citra produk, citra perusahaan dan citra pembeli) dan *purchases decision* (keputusan pembelian) pada *coffee shop* Starbucks, Semarang.

Sumber data yang digunakan adalah konsumen *Coffee Shop* Starbucks di Kota Semarang yang minimal dua kali pernah mengonsumsi produk dari Starbucks di Kota Semarang.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

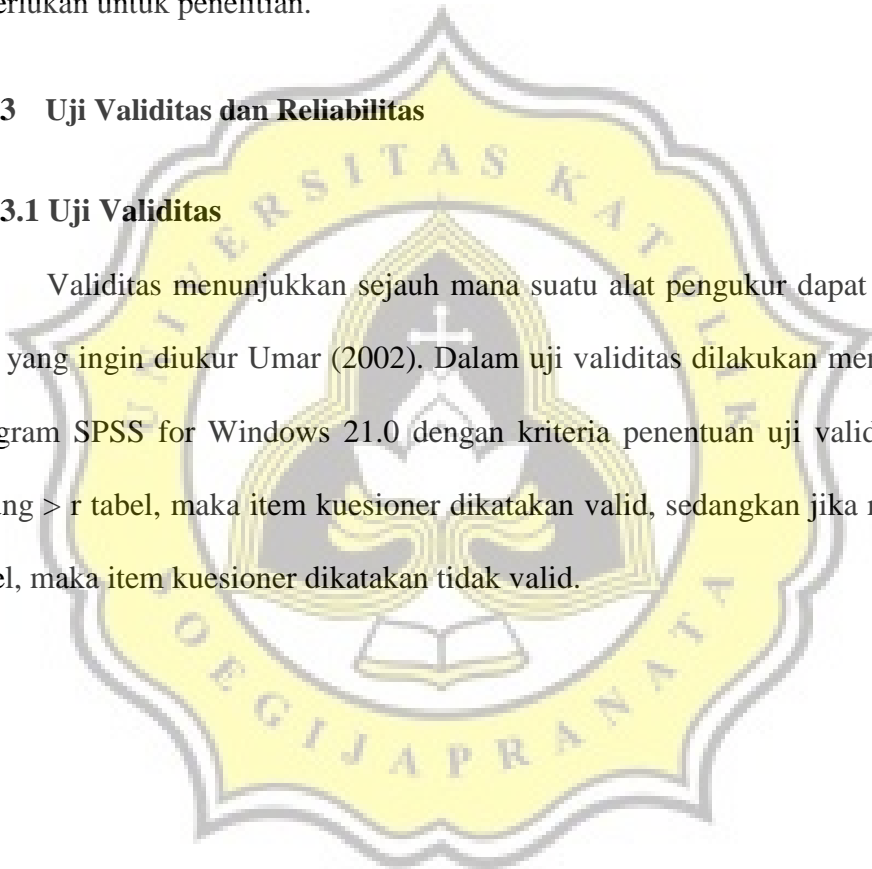
Data yang digunakan dalam metode pengumpulan data adalah berupa angket atau kuesioner. Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan adalah model kuesioner tertutup dan terbuka yaitu yang menyediakan alternative jawaban dan memberikan kesempatan kepada responden untuk memberi tanggapan atas

pertanyaan yang diajukan peneliti. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, yaitu skala yang digunakan secara luas yang meminta responden menandai derajat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus menurut Malhotra (2009). Kuesioner yang dibagikan bertujuan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan untuk penelitian.

3.3.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.3.3.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur Umar (2002). Dalam uji validitas dilakukan menggunakan program SPSS for Windows 21.0 dengan kriteria penentuan uji validitas jika r hitung $>$ r tabel, maka item kuesioner dikatakan valid, sedangkan jika r hitung $<$ r tabel, maka item kuesioner dikatakan tidak valid.



Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator Variabel	r Hitung	Keterangan
Citra Merek (X1)	Indikator 1	0,626	Valid
	Indikator 2	0,617	Valid
	Indikator 3	0,524	Valid
	Indikator 4	0,523	Valid
	Indikator 5	0,530	Valid
	Indikator 6	0,461	Valid
	Indikator 7	0,333	Valid
	Indikator 8	0,417	Valid
	Indikator 9	0,422	Valid
	Indikator 10	0,329	Valid
	Indikator 11	0,570	Valid
	Indikator 12	0,521	Valid
	Indikator 13	0,451	Valid
	Indikator 14	0,307	Valid
	Indikator 15	0,690	Valid
Citra Perusahaan (X2)	Indikator 1	0,701	Valid
	Indikator 2	0,683	Valid
	Indikator 3	0,629	Valid
	Indikator 4	0,630	Valid
	Indikator 5	0,656	Valid
Citra Pembeli (X3)	Indikator 1	0,660	Valid
	Indikator 2	0,615	Valid
	Indikator 3	0,762	Valid
	Indikator 4	0,725	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Indikator 1	0,813	Valid
	Indikator 2	0,885	Valid
	Indikator 3	0,748	Valid

Dari tabel diatas, diketahui bahwa hasil perhitungan untuk masing-masing indikator variabel memiliki koefisien korelasi lebih besar dari r tabel (0,301), maka indikator variabel dinyatakan valid.

3.3.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama dalam Umar (2002). Uji reliabilitas dilakukan dengan SPSS for Windows versi 21.0. Apabila r-reability >

0,6 maka instrumen indikator dikatakan reliabel, sedangkan apabila r-reliability < 0,6 maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Tabel 3.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Citra Produk (X1)	0,724	Reliabel
Citra Perusahaan (X2)	0,761	Reliabel
Citra Pembeli (X3)	0,771	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,832	Reliabel

Sumber : Data Primer (2017)

Dari tabel diatas, diketahui bahwa hasil perhitungan untuk masing-masing variabel memiliki koefisien keandalan (reliabilitas) diatas 0,6. Hal ini dapat diartikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian reliabel.

3.4 Teknik Analisis Data

3.4.1 Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2005) Pengujian asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat autokorelasi, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas, serta untuk memastikan bahwa data yang di hasilkan berdistribusi normal dalam Ghozali (2005).

3.4.1.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal menurut Ghozali, (2005). Cara yang digunakan untuk mengetahui apakah residual terdistribusi normal atau tidak yaitu dengan cara uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* dengan melihat tingkat signifikannya. Residual dinyatakan terdistribusi normal jika nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* $> 0,05$. Dan residual dinyatakan tidak terdistribusi normal jika nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* $< 0,05$.

3.4.1.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas dalam model regresi, model regresi yang bebas dari multikolinieritas berarti merupakan model regresi yang baik, deteksi terhadap ada tidaknya multikolinieritas yaitu Ghozali (2005):

- a. Nilai R square (R^2) yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris yang sangat tinggi, tetapi secara individual tidak terikat.
- b. Menganalisis matrik variabel-variabel independen, jika antar variabel independen terdapat korelasi yang cukup tinggi (lebih dari 0,09), maka merupakan indikasi adanya multikolinieritas.
- c. Melihat tolerance dan *variance inflation factor* (VIF), suatu model regresi yang bebas dari masalah multikolinieritas apabila mempunyai nilai tolerance dari 0,1 dan nilai VIF lebih dari 10 (Ghozali, 2016).

3.4.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2005) Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dan jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi Heteroskedastisitas atau disebut Homokedastisitas dan kemudian dijelaskan secara lebih lanjut menurut Ghozali (2005), cara untuk mendeteksi ada atau tidak adanya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara lain prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*, dan dasar analisis :

- a. Jika titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur seperti (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.4.2 Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel independen atau lebih (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan

variabel dependen Y. Secara umum menurut Lupiyoadi & Ikhsan (2015).model regresi linier berganda untuk populasi sebagai berikut

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_2x_2 + \dots + b_nX_n + e_t$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)

a = NilaiKonstanta atau *parameter intercept*

b = KoefisienRegresi

X₁...X_n = variabel independen ke-i

b₁ ... b_n = nilai koefisien regresi variabel independen

e = *error*

3.4.3 Pengujian Hipotesis

3.4.3.1 Uji t

Uji t adalah menurut Lupiyoadi (2015) uji yang biasa digunakan jika peneliti ingin menguji beda mean dari dua kelompok sampel. Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat dilihat pada tabel coefficients pada kolom sig (significance).

Hipotesis:

H₀ : Citra Produk, Citra Perusahaan, dan Citra Pembeli masing-masing tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

H_a : Citra Produk, Citra Perusahaan, dan Citra Pembelimasing-masing berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, $\alpha = 5\%$, atau signifikan $t_{hitung} \geq \alpha 0,05$.
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, $\alpha = 5\%$, atau signifikan $t_{hitung} < \alpha 0,05$.

3.4.3.2 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel dependen.

Hipotesis:

H_0 : Citra Produk, Citra Perusahaan, dan Citra Pembeli secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian .

H_a : Citra Produk, Citra Perusahaan, dan Citra Pembeli secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian .

Kriteria pada pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, $\alpha = 5\%$, atau signifikansi $F_{hitung} \geq \alpha 0,05$.
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, $\alpha = 5\%$, atau signifikansi $F_{hitung} < \alpha 0,05$.