IV. METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penentuan Lokasi

Dalam penelitan ini lokasi yang ditentukan secara *purposive* (sengaja), yaitu berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini dilakukan di kampus Universitas Brawijaya Malang, terutama di kantin-kantin fakultas maupun *cafetaria* yang masih berada di lingkungan kampus Universitas Brawijaya. *Cafetaria* yang dimaksud masing-masing terletak di Perpustakaan Pusat Universitas Brawijaya, *cafetaria* yang terletak di Asrama Mahasiswa, serta c*afetaria* Citra Land. Dipilihnya lokasi ini karena daerah ini konsumen teh melati dianggap sudah cukup banyak sehingga dianggap mampu memberikan data yang diharapkan walaupun memiliki keterbatasan. Penelitian dilakukan pada bulan Mei 2013.

4.2 Metode Penentuan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalan *non probability* yang diperoleh melalui teknik *accidental sampling* (teknik penentuan sampel secara kebetulan), yaitu siapa yang kebetulan bertemu dan cocok digunakan sebagai sampel. Metode pengambilan sampel menggunakan *non probability* karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti (konsumen) maka dari itu peneliti mengambil sampel berdasarkan pendapat Maholtra (2005) yaitu jumlah responden paling sedikit 4 atau 5 kali jumlah variabel atau item yang digunakan dalam penelitian. Sehingga dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan yakni 60 orang karena penelitian yang digunakan 12 variabel agar hasilnya lebih akurat. Apabila responden tidak mengenal produk maka dianggap bukan sampel (Santoso dan Tjiptono, 2001). Penyebaran kuisioner dan wawancara dilakukan kepada responden antara lain konsumen teh yang sedang mengkonsumsi teh di kantin-kantin fakultas maupun *cafetaria* yang masih berada di lingkungan kampus Universitas Brawijaya. *Cafetaria* yang dimaksud masing-masing terletak di Perpustakaan Pusat Universitas Brawijaya, *cafetaria* yang terletak di Asrama Mahasiswa, serta c*afetaria* Citra Land

4.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung pada sumber pertama atau pihak yang terlibat langsung dengan permasalahan penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara yaitu metode untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan untuk mendapatkan data yang berasal dari sumber yang ditemui, dan menggunakan kuisioner yang disusun dalam bentuk skala *Likert*.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari studi kepustakaan, literatur, jurnal penelitian terdahulu, dan buku yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

4.4 Metode Analisis Data

4.4.1 Uji Validitas

Validitas didefinisikan sebagai ukuran keakuratan, untuk menguji sejauh mana alat ukur mampu mengukur variabel yang akan digunakan. Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Intsrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur (Sugiyono, 2004:137). Untuk menguji tingkat validitas data dalam penelitian ini digunakan validitas konstruk (*construct validity*) yang digunakan dalam menganalisis item, yaitu menghitung koefisien korelasi antara skor item dan skor totalnya dengan menggunakan taraf signifikan 5% dengan teknik korelasi *product momment* yang rumusnya adalah :

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)\,(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \qquad \text{.....(1)}$$

Dimana :

r_{xy} = koefisien korelasi antara item dengan total item variabel

n = Jumlah 12 Varibel

x = Skor item dan variabel bebas

y = Skor item dan variabel terikat

Bila probabilitas dari hasil korelasi lebih kecil dan 0,05 (5%) maka dinyatakan valid dan jika lebih besar dan 0,05 maka dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini, baik uji validitas maupun uji reabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS. Dari hasil uji validitas terlihat bahwa seluruh nilai korelasi telah disignifikan dimana (r_{hitung}) lebih besar dari (r_{tabel}) sebesar 0,2540 dan nilai signifikansi (*p- value*) juga kurang dari α 0,05 atau 95%. Pada penelitian ini digunakan 29 pertanyaan pada setiap responden. Dari hasil penelitian uji validitas yang tercantum pada 12 variabel, didapatkan bahwa kesimpulannya adalah menolak H_o dan dapat dikatakan bahwa seluruh item pertanyaan pada setiap variabel adalah valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Sedangkan uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali dengan waktu yang berbeda. Pendekatan ini dilakukan dengan menyajikan instrument ukur pada satu kelompok subjek dua kali setelah tenggang waktu tertentu di antara kedua penyajian itu. Komputasi reliabilitas pengukuran dengan prosedur test-retest menghasilkan koefisien reliabilitas. Uji Reliabilitas dilakukan dengan uji Alpha Cronbach, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal jika memiliki koefisien kehandalan atau *alpha* sebesar 0,6 atau lebih.. Rumus Alpha Cronbach adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)}\right]\left[1 - \frac{\sum \sigma_h^2}{\sigma_t^2}\right] \qquad \ldots\ldots\ldots\ldots\ldots\ldots(2)$$

Dimana :

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya pertanyaan masing-masing responden

σ_h^2 = jumlah varians total

σ_t^2 = varians total

Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien kendala realibilitas sebesar $\geq$0,05 dan sebaliknya. Dari hasil yang terdapat pada lampiran 1 terlihat bahwa seluruh koefisien *Alpha Cronbach* yang dihasilkan lebih besar

dari 0,6 sehingga semua item pertanyaan adalah *reliabel*. Setiap item pertanyaan dalam instrumen yang akan digunakan telah valid dan reliabel maka hasil rekapitulasi uji reliabilitas yang yang telah valid dapat digunakan untuk melanjutkan penelitian.

4.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis :

4.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan sesuatu seperti karakteristik pasar atau fungsional (Maholtra, 2002). Dalam hal ini, karakteristik yang ingin digambarkan meliputi responden berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan pendapatan responden. Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan pengetahuan konsumen tentang minuman teh jenis *jasmine tea.*

4.5.2 Analisis Kuantitatif

Digunakan untuk melihat pengaruh variabel pada faktor-faktor yang memepengaruhi pembelian. Adapun metode analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu antara variabel rasa (X1), variabel merek (X2), variabel aroma (X3), variabel manfaat (X4), variabel kemasan (X5), variabel keluarga (X6), variabel teman (X7), variabel kebiasaan (X8), variabel kelas sosial (X9), variabel lokasi (X10), variabel promosi (X11), variabel harga (X12) terhadap keputusan pembelian (Y) dan untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + x_1+x_2+x_3+x_4+x_5+x_6+x_7+x_8+x_9+x_{10}+x_{11}+x_{12} \ldots\ldots\ldots(1)$$

Keterangan:

Y = variabel keputusan pembelian

X_1 = rasa

X_2 = merek

X_3 = aroma

X_4 = manfaat

X_5 = kemasan

X_6 = keluarga

X_7 = teman

X_8 = kebiasaan

X_9 = kelas sosial

X_{10} = lokasi

X_{11} = promosi

X_{12} = harga

1. Uji F

Untuk menguji keberartian dari koefisien regresi secara simultan, digunakan pengujian statistik uji F dengan formulasi sebagai berikut:

$$Uji\ F = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Dimana :

F = Diperoleh dari tabel distribusi

k = jumlah variabel independen

R^2 = Koefisien determinasi ganda

n = jumlah sampel

Dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut :

a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0{,}05$), maka terbukti bahwa seluruh variabel secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian minuman teh jenis teh melati. Dengan demikian hipotesis alternative (H1) diterima dan hipotesis mula-mula (H0) diterima.

b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0{,}05$), maka terbukti bahwa seluruh variabel secara simultan tidak mempengaruhi keputusan pembelian minuman teh jenis teh melati. Dengan demikian hipotesis alternative (H_1) ditolak dan hipotesis mula-mula (H_0) diterima.

2. Uji T

Untuk menguji pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial atau untuk mengetahui variabel mana yang lebih mempengaruhi keputusan pembelian digunakan uji-t, dengan formulasi sebagai berikut:

$$t = \sqrt{\frac{(n-2)}{(1-r^2)}}$$

Dimana :

t = observasi

n = banyaknya observasi

r = koefisien korelasi

Dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), maka terbukti bahwa seluruh variabel secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian minuman teh jenis teh melati.
b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), maka terbukti bahwa variabel secara parsial tidak mempengaruhi keputusan pembelian minuman teh jenis teh melati.