

## IV. METODE PENELITIAN

### 4.1. Metode Penentuan Lokasi dan Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan di produsen oleh oleh 'Bu Noer Aneka Rasa' yang berlokasi di Jl. Ciliwung II/2 kota Malang. Metode penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* berdasarkan pertimbangan bahwa tempe merupakan salah satu makanan khas kota Malang, dan usaha 'Bu Noer Aneka Rasa' ini merupakan salah satu produsen oleh-oleh khas Malang yang sudah cukup lama berdiri yakni sejak 1993 Selain itu, brownies tempe yang dihasilkan terbuat dari 100% tepung tempe tanpa ada campuran tepung terigu..

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari hingga Maret 2014 pada hari kerja. Mulai dari pukul 10.00 hingga pukul 16.00 WIB. Dengan asumsi pada waktu tersebut merupakan waktu yang banyak digunakan konsumen untuk melakukan pembelian.

### 4.2. Metode Penentuan Sampel dan Penentuan Responden

Metode yang digunakan untuk menentukan responden dalam penelitian ini adalah metode *non- probability* sampling secara *accidental sampling*. Metode *non-probability sampling* dilakukan karena tidak semua populasi memiliki kesempatan untuk bisa dipilih menjadi sampel. Unsur populasi yang terpilih menjadi sampel bisa dikarenakan kebetulan ditemui dan bersedia menjadi responden. Dalam pelaksanaan penelitian, kuisisioner disebar ke 72 responden, namun hanya 50 responden yang digunakan dalam penelitian ini karena telah memenuhi kriteria, yakni pernah mengkonsumsi kedua produk tersebut, *brownies* tempe dan *brownies* tepung biasa. Menurut Roscoe jumlah sampel yang digunakan untuk analisis multivariate (termasuk analisis regresi) maka ukuran sampel yang digunakan sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian. Pada penelitian ini variabel yang digunakan sebanyak 5 variabel sehingga didapatkan 50 responden sebagai sampel dalam penelitian ini.

### 4.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengambilan data yang dilakukan dalam pelaksanaan penelitian ini terdiri dari:

#### 1. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan pengumpulan data dengan cara bertanya langsung kepada informan atau responden. Kegiatan wawancara ini dilakukan dua tahap, yang pertama untuk memperoleh data dari konsumen yang berupa data karakteristik dan data mengenai persepsi konsumen terhadap nilai kualitas, nilai emosional, nilai fungsional, dan nilai sosial terhadap kedua jenis *brownies*. Data mengenai persepsi konsumen ini didapatkan dengan menggunakan teknik wawancara langsung kepada responden dengan bantuan kuisisioner. Wawancara dilakukan dengan konsumen *brownies* yang ditemui pada saat itu juga. Hasil dari data ini digunakan untuk menganalisis tujuan pertama, yakni persepsi konsumen terhadap nilai kualitas, nilai emosional, nilai fungsional, dan nilai sosial.

Selanjutnya tahap kedua yakni mencari data tentang keputusan pengulangan pembelian. Data ini digunakan untuk menganalisis tujuan yang kedua. Keputusan pengulangan pembelian didapatkan dari responden yang sama, dengan selang waktu satu bulan setelah penggalan tahap awal. Metode yang digunakan adalah penggalan informasi dengan menggunakan bantuan media telepon. Setelah didapatkan data pada tahap awal mengenai persepsi konsumen, responden kembali ditanya mengenai keputusan untuk melakukan pengulangan pembelian atau tidak. Indikator dalam data ini adalah responden yang melakukan pengulangan pembelian lebih dari 1x maka dapat dikatakan  $Y=1$  (konsumen melakukan pengulangan pembelian), jika dalam satu bulan konsumen tidak melakukan pengulangan pembelian kembali, maka  $Y=0$  (konsumen tidak melakukan pengulangan pembelian).

#### 2. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang berupa catatan, berita, artikel dan sebagainya. Dalam penelitian ini, metode dokumentasi dilakukan dengan mencari artikel atau data terkait dengan persepsi konsumen. Data tersebut berupa literatur yang berasal dari buku atau jurnal yang terkait dengan penelitian ini.



#### 4.4. Metode Analisis Data

Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini antara lain metode kualitatif (deskriptif) dan metode kuantitatif:

##### 4.4.1. Analisis Kualitatif

Metode analisis kualitatif digunakan untuk menjelaskan dan menganalisis data karakteristik umum responden (konsumen) dan persepsi konsumen terhadap proses keputusan pembelian produk *brownies* tempe. Data ini dihasilkan dari kuisisioner dan wawancara yang ditabulasikan dalam kerangka tabel kemudian dianalisis.

##### 4.4.2. Analisis Kuantitatif

###### 1. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen berupa pertanyaan. Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 5 = Sangat Setuju
- 4 = Setuju
- 3 = Ragu-ragu
- 2 = Tidak Setuju
- 1 = Sangat Tidak Setuju

###### 2. Uji Reabilitas dan Validitas

Uji Reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah (valid) atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Uji Validitas dihitung dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai  $r$  tabel. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

### 3. Analisis Regresi Logit

Pada regresi logistik jika variabel responnya terdiri dari dua kategori, yakni  $Y = 1$  menyatakan hasil yang diperoleh “melakukan pengulangan pembelian”, dengan ketentuan pengulangan pembelian dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih satu bulan dengan frekuensi pembelian lebih dari satu kali. Sedangkan  $Y = 0$  menyatakan hasil yang diperoleh “tidak melakukan pengulangan pembelian”.

Perhitungan statistik data dan pengujian hipotesis dengan analisis regresi logistik dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS, dan tahap-tahap pengujian sebagai berikut :

#### a. Uji Keseluruhan Model (Uji G)

Uji G dalam model ini digunakan untuk melihat apakah keseluruhan variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Uji keseluruhan model dilakukan dengan melihat nilai Chi-square dan P value (sig.). Apabila  $X^2_{hitung}$  lebih besar dari  $X^2_{tabel}$  maka semua parameter dapat dimasukkan kedalam model.

#### b. Uji Likelihood

Uji Likelihood digunakan untuk memberikan penilaian mengenai baik tidaknya sebuah model. Hal tersebut dapat dilihat dari *Iteration History* pada *Log likelihood block-0* dan *Log likelihood block-1*. Jika terjadi penurunan angka  $-2 \text{ Log Likelihood}$  (*block Number = 0 – block Number = 1*) menunjukkan model regresi yang baik. *Log Likelihood* pada *logistic regression* mirip dengan pengertian “*sum of squared error*” pada model regresi sehingga penurunan *Log Likelihood* menunjukkan model regresi yang baik.



c. Uji Negelkerke ( $R^2$ )

Uji Negelkerke R Square merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui kemampuan suatu variabel independennya dalam menjelaskan variabel dependennya. Nilai Uji Negelkerke  $R^2$  ini dibentuk dalam persen agar dapat mengetahui dengan pasti seberapa jauh penjelasan variabel-variabel bebas (Nilai kualitas, nilai emosional, nilai fungsional atau nilai sosial ) terhadap variabel terikatnya (Keputusan pengulangan pembelian).

d. *Hosmer and Lemeshow's Test*

*Hosmer and Lemeshow's Test* digunakan untuk melihat seberapa layak dan dapat diterima suatu model regresi logit itu untuk digunakan pada analisis selanjutnya. Perhatikan output dari *Hosmer and Lemeshow* dengan hipotesis:

$H_0$  : Tidak ada perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati.

$H_1$  : Ada perbedaan yang nyata antara klasifikasi yang diprediksi dengan klasifikasi yang diamati.

Jika nilai Hosmer and Lemeshow's goodness of fit test statistik sama dengan atau kurang dari 0,05, maka hipotesis nol ditolak yang berarti ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya atau goodness fit model tidak baik, karena model tidak dapat memprediksi nilai observasinya. Jika nilai statistik Hosmer and Lemeshow's goodness of fit lebih besar dari 0,05, maka hipotesis nol diterima dan berarti model mampu memprediksikan nilai observasinya atau dapat dikatakan model cocok dengan observasinya.

e. Ketepatan Prediksi Model Regresi Logistik

Ketepatan prediksi model regresi logistik yang digunakan dapat dilihat melalui *Classification table 2x2* yang dihasilkan dari output SPSS. Pada bagian kolom tabel, merupakan 2 nilai prediksi dari variabel dependen yaitu 'melakukan pengulangan pembelian' (1) dan 'tidak melakukan pengulangan pembelian' (0), sedangkan pada bagian baris tabel menyatakan nilai observasi sesungguhnya yang sesuai dengan data aktual. Pada model yang sempurna, maka semua kasus akan berada pada diagonal dengan tingkat ketepatan peramalan 100 % dan model tersebut memiliki asumsi *homoskedastisitas*, tetapi pada model logistik tidak memiliki asumsi *homoskedastisitas*.

f. Uji Wald

Uji Wald dilakukan untuk mengetahui keberartian variabel independen. Dapat dikatakan juga bahwa uji T merupakan pengujian bertujuan mengetahui signifikansi atau agar dapat diketahui variabel independen (Nilai kualitas, nilai emosional, nilai fungsional atau nilai sosial) yang berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan pengulangan pembelian) secara parsial. Nilai uji Wald dapat dilihat pada tabel *Variables in the Equation* pada output SPSS.

Untuk uji hipotesis masing masing variabel sebagai berikut:

H0 = Variabel  $X_n$  (Nilai kualitas, nilai emosional, nilai fungsional atau nilai sosial) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (Keputusan konsumen untuk melakukan pengulangan pembelian)

H1 = Variabel  $X_n$  (Nilai kualitas, nilai emosional, nilai fungsional atau nilai sosial) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (Keputusan konsumen untuk melakukan pengulangan pembelian).

g. Menguji Koefisien Regresi

Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam uji koefisien regresi adalah:

- 1) Tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5%. Pada umumnya level 5% (0,05) untuk riset konsumen, level 1% (0,01) untuk *quality insurance*, dan level 10% (0,10) untuk *political polling*.
- 2) Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis didasarkan pada *significant p-value (probabilitas value)* jika p-value (*significant*) > (5%), maka hipotesis alternatif ditolak. Sebaliknya jika p-value < (5%), maka hipotesis diterima.

Dalam model ini yang menjadi variabel dependen (Y) yaitu dummy keputusan konsumen untuk melakukan pengulangan pembelian. Sedangkan variabel independen (X) yaitu persepsi konsumen yang berkaitan dengan Nilai Kualitas (X1), Nilai Emosional (X2), Nilai Fungsional (X3), dan Nilai Sosial (X4). Model logit yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Li = \ln \frac{\{\pi(x)\}}{\{1 - \pi(x)\}} = \ln Y (\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e)$$



Dimana:

$Y$  = Dummy keputusan konsumen dalam melakukan pengulangan pembelian

*brownies* tempe

$Y=1$ , Jika konsumen melakukan pengulangan pembelian *brownies* tempe

$Y=0$ , Jika konsumen tidak melakukan pengulangan pembelian *brownies* tempe

$\beta_0$  = Intercept

$\beta_1 - \beta_4$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Nilai Kualitas,

$X_2$  = Nilai Emosional,

$X_3$  = Nilai Fungsional, dan

$X_4$  = Nilai Sosial

$e$  = error term

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

