

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Riset ini ialah penelitian kuantitatif, ialah penelitian berlandaskan pada sesuatu yang benar-benar terjadi, menggunakan teori yang objektif, berpusat pada fenomena-fenomena yang memiliki ciri khusus, menggunakan instrument penelitian dalam pengumpulan data, dan melakukan analisis data serta menarik kesimpulannya (Sujarweni, 2019: 39).

#### **3.2. Sifat Penelitian**

Riset ini bersifat asosiatif yang mana disusun untuk mengetahui adanya kemungkinan kaitan sebab-akibat antar variabel. Penelitian asosiatif menurut (Sujarweni, 2019: 49) ialah penelitian yang dirancang untuk mengetahui dampak interaksi antar dua variabel ataupun lebih. Jadi, pada riset ini menjelaskan tentang dampak kualitas produk serta citra merek pada keputusan pembelian pada minuman Cap Kaki Tiga di PT Anugerah Perkasa Sejahtera.

#### **3.3. Lokasi dan Periode Penelitian**

##### **3.3.1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di PT Anugerah Perkasa Sejahtera yang bertempat di Komplek MCP Blok C-2 N0.16, Bukit Senyum Batu Ampar, Batam.

### 3.3.2. Periode Penelitian

Riset ini dilaksanakan dimulai dari bulan Maret sampai Agustus 2021 yang diawali dari pengajuan judul sampai penyerahan hasil penelitian.

**Tabel 3. 1** Periode Penelitian

Keterangan	Bulan					
	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Pengajuan Judul	■					
BAB I		■				
BAB II		■				
BAB III		■				
Angket			■			
Pengolahan Data				■		
BAB IV				■		
BAB V				■		
Penyerahan Hasil					■	

Sumber : Peneliti, 2021

### 3.4. Populasi dan Sampel

#### 3.4.1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan wilayah mencakup objek ataupun subjek dengan jumlah serta ciri khusus yang ditentukan oleh peneliti untuk disimpulkan (Sugiyono, 2017: 136). Populasi pada riset ini ialah seluruh agen dan toko-toko area Batu Aji yang minuman Cap Kaki Tiga didistribusi oleh PT Anugerah Perkasa Sejahtera yaitu sebanyak 106 di tahun 2020.

#### 3.4.2. Teknik Penetapan Besar Sampel

Sampel ialah bagian dari total serta ciri populasi yang dipakai dalam riset (Sujarweni, 2019: 81). Riset ini memakai teknik *nonprobability sampling*, ialah teknik penetapan sampel yang tidak memberikan kesempatan sama untuk anggota populasi untuk dijadikan sampel (Sujarweni, 2019: 87).

### **3.4.3. Teknik Sampling**

Riset ini memakai teknik *sampling* jenuh yang berarti seluruh anggota populasi dibuat sebagai sampel (Sujarweni, 2019: 88). Maka, pada penelitian ini jumlah sampelnya sebanyak 106 yang merupakan para agen dan toko-toko area Batu Aji yang dipasok minuman Cap Kaki Tiga oleh PT Anugerah Perkasa Sejahtera.

### **3.5. Sumber Data**

Riset ini memakai sumber data primer karena peneliti mendapatkan data secara langsung melalui kuesioner. Sumber data primer ialah data yang didapat dari informan lewat angket serta wawancara yang hasilnya harus diolah lagi (Sujarweni, 2019: 89).

### **3.6. Metode Pengumpulan Data**

Riset ini memakai kuesioner selaku metode perhimpunan data. Menurut (Sujarweni, 2019: 94) kuesioner ialah teknik perhimpunan data lewat membagikan pertanyaan ataupun pernyataan berbentuk tertulis kepada para informan untuk diisi. Jawaban dari responden selanjutnya diberi skor memakai skala likert. Pemakaian skala likert berguna untuk menilai pandangan seseorang maupun kelompok mengenai suatu peristiwa sosial (Sujarweni, 2019: 104).

**Tabel 3.2** Skala Likert

<b>Keterangan</b>		<b>Skor</b>
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
R	Ragu-Ragu	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

**Sumber :** (Sujarweni, 2019: 104)

### **3.7.Pengertian Operasional Variabel**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang peneliti tetapkan untuk ditelaah guna memperoleh data untuk selanjutnya ditarik kesimpulan (Sujarweni, 2019: 74). Dalam operasional variabel, variabel tersebut dirubah terlebih dahulu menjadi definisi yang pasti untuk digunakan sebagai parameter dalam riset.

#### **3.7.1.Variabel Dependen**

Variabel dependen ialah variabel yang mendapatkan pengaruh ataupun dampak dikarenakan oleh variabel bebas (Sujarweni, 2019: 75). Keputusan pembelian merupakan variabel bebas pada riset ini (Y). Peneliti membatasi parameter keputusan pembelian menurut (Indrasari, 2019: 75), ialah:

1. Keperluan yang dirasakan
2. Kegiatan sebelum membeli
3. Perilaku waktu pemakaian
4. Perilaku pasca pembelian

### 3.7.2. Variabel Independen

(Sujarweni, 2019: 75) menerangkan variabel independen selaku variabel yang memberi pengaruh atau menyebabkan perubahan pada variabel bebas. Kualitas produk ( $X_1$ ) serta Citra merek ( $X_2$ ) merupakan variabel independen pada riset ini.

Peneliti membatasi indikator kualitas produk ( $X_1$ ) menurut (Indrasari, 2019: 33), ialah:

1. Kinerja
2. Reliabilitas
3. Kecocokan dengan spesifikasi
4. Fitur
5. Estetika
6. Daya tahan
7. Kesan kualitas.

Sedangkan batasan indikator untuk citra merek ( $X_2$ ), menurut (Ardiansyah, 2017: 8) ialah:

1. Kesan professional
2. Kesan modern
3. Melayani seluruh bagian
4. Perhatian terhadap pelanggan

**Tabel 3.3** Operasional Variabel

No	Variabel	Pengertian Variabel	Indikator	Skala
1	Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk ialah totalitas atribut beserta fungsi dari sebuah produk yang mempunyai dampak dalam mencukupi keperluan konsumen. (Kiswanto et al., 2019: 15)	1. Kinerja 2. Daya tahan 3. Kecocokan dengan spesifikasi 4. Fitur 5. Reliabilitas 6. Estetika 7. Kesan kualitas	Likert
2	<i>Brand Image</i> (X <sub>2</sub> )	<i>Brand Image</i> ialah bagaimana sebuah brand dapat memberi pengaruh berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap produk maupun perusahaannya. (Ardiansyah, 2017: 4)	1. Kesan professional 2. Kesan modern 2. Melayani seluruh bagian 3. Perhatian terhadap pelanggan	Likert
3	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian ialah seleksi terhadap dua ataupun lebih opsi yang tersedia dengan melaksanakan evaluasi terhadap masing-masing pilihan tersebut untuk dipilih salah satu diantaranya. (Indrasari, 2019: 70)	1. Kebutuhan yang dirasakan 2. Aktivitas sebelum membeli 3. Perilaku waktu pemakaian 4. Perilaku sesudah pembelian	Likert

Sumber : Peneliti, 2021

### 3.8. Metode Analisis Data

(Sugiyono, 2017: 232) menerangkan, analisis data ialah aktivitas untuk memilah data berdasarkan variabel, membuat tabulasi data untuk setiap variabel, melakukan perhitungan untuk mendapatkan jawaban untuk rumusan masalah, dan melaksanakan pengujian hipotesis yang sudah dikemukakan menggunakan suatu metode.

### 3.8.1. Analisis Deskriptif

(Sujarweni, 2019: 122) menerangkan, analisis ini dipakai untuk memberikan gambaran tentang beragam ciri data yang didapat dari sebuah sampel dan diolah pervariabel. Pada penelitian ini, peneliti memakai aplikasi SPSS versi 26 sebagai alat bantu untuk menghasilkan deskripsi jawaban responden pada masing-masing variabel independen dan dependen.

Hasil jawaban yang telah peneliti terima melalui penilaian skor kuesioner, peneliti selanjutnya mendeskripsikan menggunakan rumus rentang skala untuk mengetahui hasil jawaban responden tersebut. Untuk mengetahui rentang skala memakai rumus:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

**Rumus 3. 1** Rentang Skala

**Sumber:** (Umar, 2016: 91)

Dimana:

RS = Rentang Skala

n = Total Responden

m = Jumlah Opsi Jawaban

Sehingga perhitungan rentang skala pada riset ini berdasarkan rumus tersebut yaitu:

$$RS = \frac{106(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{424}{5}$$

$$RS = 84,8$$

Dari hasil perhitungan rentang skala, jadi jawaban responden akan di kategorikan berdasarkan kategori berikut.

**Tabel 3. 4** Kategori Rentang Skala

No.	Rentang Kategori Skor	Kriteria
1	106-190,8	Sangat Tidak Baik
2	190,9-275,7	Tidak Baik
3	276,8-360,6	Cukup Baik
4	360,7-445,5	Baik
5	445,6-530,4	Sangat Baik

**Sumber:** Peneliti, 2021

### 3.8.2. Uji Kualitas Data

#### 3.8.2.1. Uji Validitas

Uji ini dipakai untuk melihat kelayakan suatu pertanyaan maupun pernyataan dalam menjelaskan suatu variabel dengan kondisi empiris di lapangan (Sujarweni, 2019: 108). Pembuktian valid tidaknya suatu kuesioner dapat dilihat dari jumlah koefisien korelasi *Pearson Product Moment* dengan rumus berikut:

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

**Rumus 3.2** Korelasi *Product Moment*

**Sumber :** (Sujarweni, 2019: 108)

Keterangan :

r = koefisien dari correlation

n = Jumlah banyaknya subjek

y = skor item

x = skor total dari x



Hasil dari  $r_{hitung}$  selanjutnya dihitung nilai  $r_{tabel}$  yang mana  $df = n - 2$  dengan signifikansi 5 % untuk melihat apakah data yang diterima dikatakan valid atau tidak, kriterianya (Sujarweni, 2019: 108) :

1. Apabila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  artinya valid serta memperlihatkan hubungan yang signifikan.
2. Apabila  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  artinya tidak valid dan tidak memperlihatkan kaitan yang signifikan.

### 3.8.2.2. Uji Reliabilitas

Uji ini ialah patokan sebuah kestabilan informan didalam memberikan jawaban pertanyaan maupun pernyataan dalam suatu kuesioner untuk masing-masing variabel (Sujarweni, 2019: 110). Untuk mencari reliabilitas suatu data pada riset ini memakai metode *Cronbach Alpha* dengan ukuran apabila nilai  $\text{Alpha} > 0,60$  artinya reliabel, rumusnya ialah:

$$r = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad \text{Rumus 3. 2 Cronbach Alpha}$$

**Sumber :** (Sujarweni, 2019: 110)

Keterangan :

$r$  = Reliabilitas instrument

$k$  = Total butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = Total variasi butir pertanyaan

$\sigma_b^2$  = Total varians

### **3.8.3. Uji Asumsi Klasik**

#### **3.8.3.1. Uji Normalitas**

Dipakai untuk menguji apakah data terdistribusi normal ataukah tidak dalam suatu penelitian (Priyatno, 2016: 97). Pengukurannya memakai cara:

1. Grafik p-plot

Data dalam variabel tersebar normal ketika titik-titik yang dihasilkan merapat dan mengikuti garis diagonal dalam grafik p-plot (Priyatno, 2016: 98).

2. Histogram

Data dikatakan berdistribusi normal apabila grafik histogram berbentuk lonceng dengan pelebaran sampai tak terhingga disisi kanan maupun kirinya (Priyatno, 2016: 98).

3. Kolmogorov-Smirnov

Data tersebar normal jika nilai *Asymp.* signifikannya melebihi 0,05 serta tidak berdistribusi normal jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 (Priyatno, 2016: 99).

#### **3.8.3.2 Uji Multikolinearitas**

Dipakai untuk mengetahui model regresi pada data penelitian apakah mengalami korelasi antar variabel atau tidak (Sujarweni, 2019: 158). Untuk menunjukkan multikolinearitas dalam riset ini, peneliti memakai metode VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan ketentuan apabila nilai VIF diatas 10 dengan *tolerance* dibawah 0,05 berarti dalam data penelitian mengalami gejala multikolinearitas (Sujarweni, 2019: 159).

### 3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dipakai untuk menguji residual yang tidak memiliki varian yang sama (Sujarweni, 2019: 159). Apabila tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas dalam data, berarti model regresi diklaim bagus. Untuk melihat ada tidaknya gejala heteroskedastisitas, peneliti menggunakan cara:

#### 1. Gambar *Scatterplot*

Apabila titik-titik data menyebar serta meluas diatas, dibawah ataupun disekeliling angka 0, titik-titik tidak menghimpun, serta tidak menciptakan sebuah pola yang bergelombang berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Sujarweni, 2019:160).

#### 2. Uji *Glejser*

Uji ini dipakai dengan cara mengkorelasikan nilai absolut residual pada setiap variabel bebasnya. Jika nilai probabilitas memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$  maka penelitian tidak memiliki indikasi gejala heteroskedastisitas (Sujarweni, 2019: 226)

### 3.8.4. Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1. Uji Regresi Linear Berganda

Dipakai untuk melihat ada tidaknya dampak dua ataupun lebih variabel bebas pada variabel terikat serta dipakai untuk menguji kebenaran hipotesis yang sudah diusulkan dalam riset (Sujarweni, 2019: 160). Model dari analisis berganda ialah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

**Rumus 3.4** Analisis Linear Berganda

**Sumber:** (Sujarweni, 2019: 160)

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian      X1 = Kualitas Produk

a = Kontanta      X2 = *Brand Image*

b1,b2,b3 = Koefisien

e = Standar error

### 3.8.4.2. Uji Determinan ( $R^2$ )

Peneliti menggunakan uji  $R^2$  untuk mengetahui seberapa besar persentase transisi pada variabel terikat (Y) yang diakibatkan oleh variabel bebas (X). Menurut (Sujarweni, 2019: 228) makin tinggi nilai  $R^2$  berarti tinggi juga kontribusi persentase transisi variabel terikat yang dikarenakan oleh variabel bebas. Namun apabila  $R^2$  makin kecil rendah, maka kontribusi persentase semakin kecil pula. Pengaruh dari variabel bebas dapat dilihat dari nilai  $R^2$  sebagai model regresi.

## 3.9. Uji Hipotesis

### 3.9.1. Uji T (Parsial)

Uji ini dipakai untuk melihat sebesar apa dampak satu variabel bebas secara parsial didalam menjelaskan variabel terikatnya (Sujarweni, 2019: 229).

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3. 3 Uji t}$$

**Sumber :** (Sujarweni, 2019: 229)

t = nilai  $t_{hitung}$

$r^2$  = koefisien determinasi

$r$  = koefisien korelasi

$n$  = banyak anggota sampel

Pengujian pada uji t ini menggunakan langkah-langkah (Sujarweni, 2019: 229) :

1. Tentukan dahulu formulasi  $H_0$  dan  $H_a$

Hipotesis 1

$H_{01}$ : Kualitas produk tidak berdampak secara parsial atas keputusan pembelian.

$H_{a1}$ : Kualitas produk berdampak secara parsial secara parsial atas keputusan pembelian.

Hipotesis 2

$H_{02}$ : *Brand Image* tidak berdampak secara parsial atas keputusan pembelian.

$H_{a2}$ : *Brand Image* berdampak secara parsial atas keputusan pembelian.

2. Ketentuan kesimpulan

$H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai signifikansi  $< 0,05$ , atau sebaliknya.

### 3.9.2. Uji F (Simultan)

Uji ini dipakai untuk melihat dampak bersama-sama semua variabel bebas pada variabel terikat (Sujarweni, 2019: 228). Hasil dari SPSS untuk uji F ini bisa diketahui pada tabel ANOVA, atau bisa dihitung menggunakan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{1-R^2}}{\frac{1-R^2}{(n-k-1)}}$$

**Rumus 3. 4**  $F_{hitung}$

**Sumber :** (Sujarweni, 2019: 228)

Keterangan :

R<sup>2</sup> = Efek total variabel x

k = jumlah variabel x

n = total ukuran sampel

Adapun tahap-tahap untuk pengujiannya menurut (Sujarweni, 2019: 228) yaitu:

1. Tentukan terlebih dulu formulasi Ho dan Ha

Hipotesis 3:

Ho: Kualitas produk serta *Brand Image* tidak berdampak secara simultan atas keputusan pembelian.

Ha: kualitas produk serta *Brand Image* berdampak secara simultan atas keputusan pembelian.

2. Kriteria kesimpulan

jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dengan signifikansi dibawah 0,05 artinya Ha diterima, Ho ditolak atau sebaliknya.