

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang menjelaskan masalah atau keadaan yang terjadi sekarang ini berdasarkan data-data yang ada kemudian dilakukan analisis dan ditarik sebuah kesimpulan. Sedangkan (Sugiyono, 2016:7) mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang disajikan dalam bentuk angka-angka dan analisis dengan menggunakan statistik. Metode yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Peneliti akan membagi kuesioner kepada konsumen PT Sri Indah Lestari yang sudah dipilih secara acak (*simple random sampling*).

3.2 Definisi dan Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang sudah ditetapkan oleh peneliti dan akan dibahas dalam penelitian ini kemudian ditarik sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2016:38). Variabel yang akan dibahas adalah *brand awareness*, kualitas produk dan keputusan pembelian.

3.3.1. Variabel Dependen

Variabel yang menjadi pusat perhatian dalam sebuah penelitian adalah variabel dependen atau terikat. Variabel dependen atau terikat dapat disebut sebagai variabel yang dipengaruhi (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel dependen adalah keputusan pembelian.

3.3.2. Variabel Independen

Variable independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen (Sugiyono, 2016:39). Dua variabel independen yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu *brand awareness* dan kualitas produk.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala
<i>Brand Awareness</i> (X1)	Kesadaran merek merupakan tingkat dimana konsumen mengetahui merek tersebut dan dapat memasukkan ke dalam suatu kategori produk. (Limakrisna & Purba, 2017:95),	1. Peningkatan suatu merek 2. Pengenalan merek 3. Pembelian produk 4. Penggunaan produk. (Firdaus et al., 2017)	Likert
Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk merupakan semua kriteria yang terdapat dalam suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen. (Syaleh, 2017)	1. Ciri-ciri produk (<i>Features</i>) 2. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance to specifications</i>) 3. Ketahanan (<i>Durability</i>) 4. Keandalan (<i>Reliability</i>) 5. Desain (<i>Design</i>).	Likert

		(Setiyana & Widyasari, 2019)	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan tahapan dimana konsumen melakukan tindakan ataupun mencari tahu manfaat yang dapat diberikan sebelum membeli produk atau jasa tersebut. (Amalia & Asmara, 2017)	1. Mengetahui akan kebutuhan 2. Sumber Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Melakukan pembelian 5. Perilaku Setelah Melakukan Pembelian. (Suryani, 2013:15)	Likert

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah jumlah keseluruhan objek/subjek yang akan diteliti dalam penelitian ini sesuai ketentuan yang sudah ditetapkan dan kemudian dilakukan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2016:80). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Sri Indah Lestari yang aktif pada tahun 2019 yaitu sebanyak 215 orang.

3.3.2. Sampel Penelitian

Jika populasi adalah keseluruhan dari objek/subjek yang akan diteliti maka sampel adalah sebagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016:81). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *probability sampling* yang meliputi *simple random sampling* yaitu peneliti akan memilih secara acak pelanggan PT Sri Indah Lestari tanpa

memperhatikan jenis kelamin, jabatan, dan lainnya. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti dapat menggunakan rumus slovin (Sujarweni, 2016).

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Rumus 3. 1 Rumus Slovin

Dimana :

n = total sampel

N = total populasi

e = Peneliti akan menggunakan tingkat toleransi sebesar 5%.

Maka, didapatkan hasilnya:

$$n = \frac{215}{1 + (215 \times 5\%^2)} = \frac{215}{1 + (215 \times 0,0025)} = \frac{215}{1 + (0,5375)} = \frac{215}{1,5375} = 139,8$$

Berdasarkan hasil yang diperoleh maka pelanggan PT Sri Indah Lestari yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 139,8 di bulatkan menjadi 140 orang responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data primer dalam penelitian ini yaitu data ini didapatkan langsung dari hasil jawaban kuesioner yang sudah diisi oleh responden sebanyak 140 orang. Setiap responden akan dibagikan kuesioner dan kemudian menjawab pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat mereka. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah studi pustaka melalui jurnal/publikasi ilmiah, penelitian terdahulu, buku, dan karya tulis lainnya.

Skala ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert yaitu diberikan lima pilihan mulai dari angka 1 sampai 5. Angka 1 menandakan konsumen sangat tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan. Angka 2 menandakan konsumen tidak setuju. Angka 3 menandakan konsumen netral atau

ragu-ragu dengan pernyataan yang diberikan. Angka 4 menandakan konsumen setuju dan angka 5 menandakan konsumen sangat setuju dengan pernyataan yang diberikan.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif yaitu analisis yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan jawaban responden sebagaimana adanya dan kemudian membuat kesimpulan. Dalam penelitian ini penelitian akan membuat kesimpulan mengenai rata-rata, total skor tertinggi dan terendah dari masing-masing butir pernyataan. Analisis deskripsi dapat dilakukan apabila datanya sudah dikumpulkan semua. Kuesioner yang sudah diisi oleh responden akan diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 24. Kriteria rata-rata dari tanggapan responden terhadap variabel tersebut adalah:

Tabel 3. 2 Kriteria Analisis Statistik Deskriptif

Rata-rata	Keterangan
1,00 - 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 - 2,60	Tidak Baik
2,61 - 3,40	Cukup
3,41 - 4,20	Baik
4,21 - 5,00	Sangat Baik

Sumber : (Husein, 2011:130)

3.5.2 Uji Kualitas Data

Syarat butir pernyataan kuesioner adalah datanya harus valid dan reliabel. Berikut ini penjelasan mengenai uji validitas dan reliabilitas adalah:

3.5.2.1 Uji Validitas Data

Uji validitas dapat digunakan untuk mengukur ketepatan pernyataan kuesioner yang sudah diisi responden. Jika pernyataan yang dibuat mampu menjawab sesuatu yang diukur maka pernyataan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2018:51). Dengan rumus derajat kebebasan (df) = n-2 maka akan memperoleh nilai r tabel. Untuk mengkaitkan dan menghubungkan antara nilai yang diperoleh dapat menggunakan *product moment pearson correlation*

$$R_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{((N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2))}}$$

Rumus 3. 2 Rumus Uji Validitas

Ket:

R_{xy} = Indeks korelasi pearson

N = jumlah sampel sebanyak 140 orang

X = skor item pertanyaan

Y = jumlah skor pertanyaan

Dengan ketentuan uji validitas adalah

1. Pernyataan dapat dikatakan valid apabila hasil yang didapatkan adalah r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai signifikannya harus dibawah atau tidak melebihi 0,05 (taraf signikansi 5%).
2. Pernyataan dikatakan tidak valid apabila hasil yang didapatkan adalah r hitung lebih kecil dari r tabel dan nilai signifikannya melebihi 0,05 (taraf signikansi 5%).

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Untuk mengukur apakah data yang diperoleh dapat dipercaya atau diandalkan tidak maka dapat menggunakan uji reliabilitas. Jika jawaban dari responden sama dan stabil maka kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel (Ghozali, 2018:45).

$$R = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \alpha b^2}{\alpha t^2} \right)$$

Rumus 3. 3 Rumus Uji Reliabilitas

Ket:

R = reliabilitas instrument

K = banyaknya pernyataan

b^2 = jumlah varian butir

αt^2 = varian total

Pernyataan dapat dikatakan reliabel apabila hasil nilai *Cronbach's Alpha* yang didapatkan diatas atau melebihi 0,6. Begitu juga sebaliknya, pernyataan dapat dikatakan tidak reliabel jika hasilnya dibawah atau kurang dari 0,6.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Salah satu tujuan dari uj normalitas adalah untuk mengetahui apakah data yang sudah diolah itu terdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018:161). Dalam penelitian ini akan melihat melalui grafik normal plot dan histogram. Cara melihat grafik *normal plot* adalah jika data yang dihasilkan mengikuti dan menyentuh arah garis lurus diagonal maka data tersebut terdistribusi normal. Begitu juga sebaliknya, data tersebut tidak terdistribusi dengan normal jika datanya berada

tidak pada garis diagonalnya atau menyebar jauh dari garis diagonalnya (Ghozali, 2018:163), sedangkan ketentuan grafik histogram dikatakan memenuhi asumsi normalitas jika garis yang dihasilkan menunjukkan pola lonceng.

Selain grafik normal plot dan histogram, penelitian ini juga menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* untuk lebih melihat apakah data yang sudah diolah terdistribusi dengan normal atau tidak. Apabila nilai signifikansi (Sig) berada dibawah atau kurang dari 0,05 maka data dapat dikatakan tidak terdistribusi normal dan jika hasil signifikansi (Sig) diatas atau melebihi 0,05 maka data dikatakan terdistribusi normal.

3.5.3.2 Uji Multikolinieritas

Dikatakan baik jika tidak terjadi hubungan antar tiap variabel. Cara melihat apakah dalam terdapat hubungan antar tiap variabel bebas adalah dengan melihat nilai *tolerance* (TOL) dan nilai *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* (TOL) diatas 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) dibawah 10,00 maka dikatakan tidak terjadi multikolinieritas. Sebaliknya jika nilai *tolerance* dibawah 0,10 dan nilai VIF diatas 10,00 maka terjadi multikolinieritas.

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Untuk melihat apakah dalam penelitian ini terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu variabel ke variabel yang lain dapat menggunakan uji heterokedastisitas (Ghozali, 2018:137). Suatu model regresi dikatakan baik jika nilai pengamat ke pengamat sama yang artinya homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji Glejser dengan ketentuan jika hasil signifikansinya kurang dari 0,05 maka terjadi gejala heterokedastisitas. Begitu

juga sebaliknya, jika hasil nilai signifikan diatas atau melebihi 0,05, maka dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

Selain itu, dengan melihat pola *scatterplot*, kita dapat mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model. Dikatakan tidak terdapat gejala heterokedastisitas apabila titik-titik data didalam *pola scatterplot* tersebut menyebar diatas dan dibawah angka 0 atau diantara angka 0 dan membentuk pola yang terbentuk tidak jelas (Sujarweni, 2016:232).

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Apabila jumlah variabel yang akan diteliti lebih dari dua maka dapat menggunakan analisis linear berganda. Analisis ini digunakan untuk melihat seberapa besar variabel terikat yang diteliti mengalami peningkatan apabila variabel bebas mengalami peningkatan sebesar satu satuan. Berikut ini rumus dari regresi linier berganda dapat dilihat dibawah ini:

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

Rumus 3. 4 Rumus Regresi Linear Berganda

Keterangan :

Y = keputusan pembelian

a = nilai konstanta

b = nilai koefisien regresi

x1 = *brand awareness*

x2 = kualitas produk

e = tingkat kesalahan

3.5.4.2 Uji Determinasi (R^2)

Menurut (Ghozali, 2018:97), uji determinasi digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel dependen jika nilai yang dihasilkan mendekati angka 1. Begitu juga sebaliknya, akan semakin kecil atau rendah pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat apabila nilai yang dihasilkan mendekati angka 0.

3.5.5 Uji Hipotesis

3.5.5.1 Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji T)

Menurut (Ghozali, 2018), dengan menggunakan uji t kita melihat seberapa besar pengaruh dari satu variabel independen atau bebas terhadap variabel-variabel dependen atau terikat.

H1 = *Brand Awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian kunci dekkson pada PT Sri Indah Lestari.

H2 = Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kunci dekkson pada PT Sri Indah Lestari.

Berikut ini ketentuan untuk menguji uji t adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis 1 dan 2 diterima apabila hasil nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansinya dibawah 0,05.
2. Hipotesis 1 dan 2 ditolak apabila hasil nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansinya diatas 0,05.

3.5.5.2 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji F)

Dengan melakukan Uji F, kita dapat mengetahui apakah variabel bebas secara bersamaan memberikan pengaruh terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Nilai F tabel dapat diperoleh dengan menggunakan rumus $df1 = k-1$ dan $df2 = n-k$, dimana k adalah jumlah variabel dan n adalah jumlah sampel.

Berikut ini ketentuan untuk mengukur Uji F yaitu :

1. Apabila nilai F hitung yang dihasilkan lebih besar daripada nilai F tabel maka H3 diterima dengan nilai sig dibawah 0,05. Dengan kata lain bahwa variabel *brand awareness* dan kualitas produk secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian
2. Apabila nilai F hitung yang dihasilkan lebih kecil daripada nilai F tabel maka H3 ditolak dengan nilai sig diatas 0,05. Dengan kata lain bahwa variabel *brand awareness* dan kualitas produk secara bersama-sama tidak mempengaruhi keputusan pembelian.

3.6. Tempat dan Agenda Penelitian

3.6.1 Tempat Penelitian

Peneliti akan melakukan penelitian di PT Sri Indah Lestari yang berlokasi di Pertokoan Aku Tahu Blok B No.08, Sei Panas, Batam. Dimana perusahaan tersebut merupakan salah satu perusahaan distributor produk kunci merek Dekkson di Kota Batam.

3.6.2 Agenda Penelitian

Peneliti melakukan penelitian mulai dari bulan September 2019 sampai Februari 2020. Berikut ini jadwal penelitian ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel 3.3 Agenda Penelitian

[illegible]