

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu suatu proses penelitian yang bersifat linier, dimana langkah-langkahnya jelas, mulai dari rumusan masalah, berteori, berhipotesis, mengumpulkan data, analisis data dan membuat kesimpulan dan saran. Penelitian ini bersifat assosiatif yaitu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan yang dipakai adalah hubungan kasual, hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independent (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependent (variabel yang dipengaruhi). (Sugiyono, 2016: 37)

3.2. Operasional Variabel

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016: 38). Variabel yaitu sesuatu obyek penyelidikan, obyek ini sangat bervariasi tergantung dari masalah yang akan dicari pemecahannya (Santoso, 2016: 2). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variable bebas dan variable terikat.

3.2.1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (*dependent variable*).

3.2.1.1. Ekuitas Merek (X1)

Ekuitas merek adalah seperangkat asosiasi dan perilaku yang dimiliki oleh pelanggan merek, anggota saluran distribusi, dan perusahaan yang memungkinkan suatu merek mendapatkan kekuatan, daya tahan, dan keunggulan yang dapat membedakan dengan merek pesaing.

Menurut Yoo & Donthu dalam (Permana *et al.*, 2018: 238) ekuitas merek dapat diukur melalui:

1. Kesadaran Merek (*brand awareness*)
2. Asosiasi Merek (*brand associations*)
3. Persepsi Kualitas (*perceived quality*)
4. Loyalitas Merek (*brand loyalty*)

3.2.2.2. Kualitas Produk (X2)

Kualitas produk adalah suatu kemampuan yang dimiliki produk untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.

David Garvin dalam (Yamit, 2018: 10) mengembangkan dimensi kualitas produk ke dalam delapan dimensi, sebagai berikut:

1. *Performance,*
2. *Features,*
3. *Realibility,*
4. *Conformance,*
5. *Durability,*
6. *Service ability,*
7. *Estetika,*

8. *Perceived.*

3.2.2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (*independent variable*).

3.2.2.1. Minat Beli (Y)

Minat beli merupakan tanggapan pada suatu objek yang ditunjukkan dengan perilaku pelanggan yang mempunyai keinginan untuk membeli.

Menurut Kotler dalam May *et al.*, (2017: 507) indikator minat beli konsumen diantaranya:

1. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk,
2. Ingin Mengetahui produk,
3. Tertarik untuk mencoba,
4. Mempertimbangkan untuk membelinya, dan
5. Ingin membeli produk.

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator - indikator yang membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. 1 Indikator Variabel

Jenis Variabel	Indikator	Skala
Ekuitas Merek (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesadaran Merek 2. Asosiasi Merek 3. Persepsi Kualitas 4. Loyalitas Merek 	Likert

Tabel 3.1 Lanjutan

Kualitas Produk (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Performance 2. Features 3. Reliability 4. Conformance 5. Durability 6. Service ability 7. Estetika 8. Perceived 	
Minat Beli (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk 2. Ingin mengetahui produk 3. Tertarik untuk mencoba 4. Mempertimbangkan untuk membelinya 5. Ingin membeli produk 	Likert

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Dalam setiap penelitian, populasi harus disebutkan secara eksplisit, terkait dengan besarnya anggota populasi dan wilayah penelitian. Hal ini untuk menjaga obyektivitas dan akuntabilitas data yang dikumpulkan. (Wardiyanta, 2010: 20). Populasi dalam penelitian ini berjumlah 287 pembeli merupakan pembeli di 4 bulan terakhir.

3.3.2. Sampel

Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data dari para pengguna *smartphone* Samsung. Data yang diambil adalah dari sampel yang mewakili seluruh populasi. Maka sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili). Dengan jumlah populasi 287 pembeli. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad \text{Rumus 3.1 Rumus Slovin}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan misalnya 5%.

Berdasarkan rumus tersebut maka dapat dihitung:

$$n = \frac{287}{1 + 287.5\%^2} = 167,10$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas maka pada penelitian ini jumlah sampel yang akan dijadikan responden adalah sejumlah 167 pelanggan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan tujuan mendapatkan sampel yang mewakili (*representative*) sesuai dengan kriteria responden yang ditentukan. Kriteria responden antara lain sebagai berikut:

1. Responden adalah pelanggan Samsung Experience Store Nagoya Hill
2. Para pelanggan yang sedang ataupun sudah mengunjungi Samsung Experience Store Nagoya Hill minimal satu kali kunjungan.
3. Minimal responden berumur 19 tahun.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan cara studi pustaka dan kuesioner (angket).

1. Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literature, jurnal-jurnal, referensi website yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Skala pengukuran kuesioner ini menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. (Sugiyono, 2016: 93)

Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa antara lain :

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Jenis Jawaban		Bobot
	Tanda	Keterangan	
1	SS	Sangat Setuju	5
2	S	Setuju	4
3	RG	Ragu-ragu	3
4	TS	Tidak Setuju	2
5	STS	Sangat Tidak Setuju	1

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan bentuk analisis data untuk menguji generalisasi hasil penelitian yang didasarkan atas satu sampel. Analisis deskriptif ini dilakukan melalui pengujian hipotesis deskriptif. Hasil analisisnya adalah apakah hipotesis penelitian dapat digeneralisasikan atau tidak (Misbahuddin & Iqbal, 2013: 258). Jika hipotesis nol (H_0) diterima, berarti hasil penelitian dapat digeneralisasikan. Analisis deskriptif ini menggunakan satu variabel atau lebih, tapi bersifat mandiri. Oleh karena itu, analisis ini berbentuk perbandingan atau hubungan.

Hasil dari kuesioner yang disebarakan pada penelitian ini dilakukan analisis deskriptif untuk mengetahui gambaran yang diteliti dengan melihat distribusi jawaban responden dan nilai mean. Analisis deskriptif ini ditentukan rentang skala dan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Skala Analisis Deskriptif

Rentang Skala	Kriteria
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik / Sangat Rendah
1,80 – 2,59	Tidak Baik / Rendah
2,60 – 3,39	Cukup / Sedang
3,40 – 4,19	Baik / Tinggi
4,20 – 5,00	Sangat Baik / Sangat Tinggi

Sumber: (Muhidin & Abdurahman, 2017: 146)

3.5.2. Uji Kualitas Data

3.5.2.1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat - tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai

validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. (Arikunto, 2013: 213)

Rumus korelasi yang dapat digunakan adalah yang dikemukakan oleh Pearson, yang dikenal dengan rumus korelasi *product moment* sebagai 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
Pearson's Product Moment

Keterangan :

r = koefisien korelasi Pearson's product moment

N = jumlah individu

X = angka mentah untuk variabel X

Y = angka mentah untuk variabel Y

$\sum XY$ = skor per soal dikalikan skor total

Kriteria pengujian valid tidaknya tiap-tiap butir soal yaitu dengan cara membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dari Pearson pada taraf signifikansi 5%. Jika nilai r_{hitung} sama atau $> r_{tabel}$, maka butir dari instrumen yang dimaksud adalah valid. Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir instrumen tidak valid.

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius yang mengarahkan responden untuk memilih jawaban – jawaban tertentu. Apabila

datanya memang benar sesuai dengan kenyataan, maka berapa kalipun diambil, akan tetap sama. (Arikunto, 2013: 221)

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \alpha_b^2}{\alpha_t^2} \right] \quad \text{Rumus 3.3 Cronbach Alpha}$$

Keterangan :

r = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butiran pertanyaan

$\sum \alpha_b^2$ = jumlah varian butir pertanyaan

α_t^2 = varian total

Pengujian reliabilitas ini akan dilakukan dengan uji statistik yang dinyatakan dengan koefisien Cronbach Alpha digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya berbentuk uraian atau berbentuk skala 1-3, 1-5. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha-nya lebih besar dari 0,6.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Dari data-data yang diperoleh dari para responden ketika melakukan uji validitas dan reliabilitas data perlu dilakukan juga pengujian asumsi untuk melihat kelayakan dari instrumen yang diujicobakan kepada responden. Uji asumsi yang dilakukan adalah uji normalitas dan multikolinieritas.

3.5.3.1.Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut.

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya serta menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi persyaratan normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal atau grafik histogram, serta menunjukkan distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi persyaratan normalitas.

Adapun kriteria data berdistribusi normal atau tidak berdasarkan Uji Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut:

1. Angka signifikansi Uji Kolmogorov-Smirnov Sig. $> 0,05$ menunjukkan data berdistribusi normal.
2. Angka signifikansi Uji Kolmogorov-Smirnov Sig. $< 0,05$ menunjukkan data tidak berdistribusi normal.

3.5.3.2.Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent) (Santoso, 2016: 174). Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas pada penelitian ini dapat dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF), dan nilai tolerance. Gejala multikolinieritas tidak terjadi apabila nilai VIF tidak lebih besar dari 10 serta nilai tolerance lebih dari 0,10.

3.5.3.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas tidak terjadi apabila nilai koefisien regresi dari masing – masing variabel bebas dalam model regresi ini tidak signifikan secara statistik. Mendeteksi ada atau tidak heteroskedastisitas yang dilakukan dengan cara melihat hasil dari nilai signifikansi regresi apabila lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan apabila lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilihat dengan menggunakan grafik *Scatterplots*, model regresi dapat dikatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas ataupun di bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu.

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi Berganda (*multiple regression*), disebut berganda karena lebih dari satu predictor atau satu variable bebas (Santoso, 2016: 155) Formula dalam bentuk deviasi. Dalam skor deviasi persamaan itu dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad \text{Rumus 3. 4 Regresi Linier Berganda}$$

Keterangan :

Y = Minat Beli

α = Konstanta

$b_1, b_2,$ = Koefisien regresi variabel independen

X1	= Ekuitas Merek
X2	= Kualitas Produk
e	= Standar error

3.5.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan dari masing - masing variable yang digunakan. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu (1) berarti variabel – variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Rumus determinasi sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\% \quad \text{Rumus 3. 5 Koefisien Determinasi}$$

3.5.5. Uji Hipotesis

3.5.5.1. Uji Korelasi Parsial (Uji Statistik t)

Uji korelasi parsial merupakan pengujian untuk menunjukkan pengaruh secara parsial variable bebas terhadap variable terikat. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai *t hitung* dengan *t tabel*. Apabila *t hitung* > *t tabel* dengan signifikansi di bawah 0,05 (5%), maka secara parsial atau individual variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya.

Rumus *t hitung*

$$t = \frac{b^1}{sb^1} \quad \text{Rumus 3. 6 Uji t}$$

Keterangan :

b^1 : Koefisien regresi

Sb^1 : Standar eror koefisien regresi

Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis:

H_0 : Hipotesis yang menyatakan tidak adanya hubungan atau pengaruh antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y)

H_a : Hipotesis yang menyatakan adanya hubungan atau pengaruh antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y)

Jika nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} maka H_0 ditolak atau menerima H_a , dan sebaliknya jika $t_{hitung} <$ nilai t_{tabel} maka H_0 diterima atau menolak H_a .

Jika nilai signifikan uji t $<$ 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan secara individual masing-masing variabel.

3.5.5.2. Uji Korelasi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F digunakan untuk menguji variabel – variabel bebas secara bersama – sama (simultant) terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi di bawah 0,05 (5%) maka secara bersama – sama (simultant) variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, begitu juga sebaliknya.

$$F = \frac{R^2 / k}{(1-R^2) / (n-k-1)} \quad \text{Rumus 3. 7 Uji F}$$

Keterangan :

F : F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel

R^2 : Koefisien determinasi

n : Jumlah sampel

k : Jumlah variabel bebas

Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis:

H_0 : Hipotesis yang menyatakan tidak adanya hubungan atau pengaruh antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y)

H_a : Hipotesis yang menyatakan adanya hubungan atau pengaruh antara variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y)

Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan persentase 5% ($\alpha = 0,05$). Jika nilai $F_{hitung} \geq$ dari nilai F_{tabel} berarti variabel bebas secara bersama-sama memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat atau hipotesis pertama sehingga dapat diterima. Bila H_0 ditolak maka H_a diterima, menandakan bahwa variabel – variabel bebas yang diuji mempunyai hubungan yang bermakna dengan variabel terikat.

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan sebagai tempat penelitian pada penelitian ini sebagai berikut:

Nama Perusahaan : Samsung Experience Store Nagoya Hill
(PT.Digisellindo Pratama)

Jenis Usaha : Teknologi

No. HP : +62 813-7261-0812

Pemilik : Tri Widinoto (Direktur)

3.6.2. Jadwal Penelitian

Tabel 3. 4 Jadwal Penelitian

Tahap Penelitian	Oktober				November				Desember				Januari				Februari			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■																			
Pencarian Data Awal		■	■	■																
Penyusunan Penelitian					■	■	■	■												
Kuesioner									■	■	■	■								
Bimbingan Penelitian													■	■	■	■				
Penyelesaian Skripsi																	■	■	■	■