

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam mengadakan suatu penelitian, peneliti terlebih dahulu harus menentukan metode yang akan digunakan, karena hal ini merupakan pedoman atau langkah-langkah yang harus dilakukan dalam penelitian yang akan membawa peneliti kepada suatu kesimpulan penelitian yang merupakan pemecahan masalah yang diteliti. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012: 7).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif yang diterapkan pada metode kuantitatif, yaitu, model penelitian yang dilakukan dengan terlebih dahulu mengumpulkan informasi yang diperlukan dan kemudian memproses dan menganalisis untuk merangkum atau memahami kondisi atau masalah.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei, yang merupakan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan sampel populasi konsumen PT Amway cabang Batam menggunakan teknik kuesioner.

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 dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:37)

3.2.1 Variabel Independen

Variabel bebas adalah variabel yang berpengaruh terhadap variabel terikat. Variabel bebas (*independent*) dalam penelitian ini adalah Citra Merek (X1) dan promosi (X2)

3.2.1.1 Citra Merek

Unsur untuk mendorong konsumen membeli sebuah produk maka membutuhkan nama merek yang mana akan diingat konsumen melalui merek tersebut dengan begitu merek membuat suatu sikap dan tindakan kepada konsumen (Pradana, 2017:17). Adapun indikator-indikator citra merek menurut (Amsar, 2017:23) tertuang dalam berikut ini:

1. *Brand Identity* (identitas Merek)
2. *Brand Personality* (Personalitas Merek).
3. *Brand Association* (Asosiasi Merek).
4. *Brand Attitude and Behavior* (sikap dan perilaku merek).
5. *Brand Benefit and Competence* (Manfaat dan Keunggulan Merek).

3.2.1.2 Promosi

Pemasar melakukan pendekatan dengan orang-orang memberitahu produk yang ditawarkan supaya mau membeli produk yang ditawarkan (Oentoro,

2012:173). Adapun indikator-indikator promosi diantaranya adalah (Marupa, 2018:228) :

1. Pesan Promosi.
2. Media Promosi.
3. Waktu Promosi.
4. Frekuensi Promosi.
5. Promosi Wiraniaga (*salesforce promotions*).

3.2.2 Variabel Dependen

Variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah keputusan pembelian.

3.2.2.1 Keputusan Pembelian

Pembeli akan mempertimbangkan suatu produk apa yang dibeli, keputusan pembelian sangat diperlukan untuk memutuskan produk yang dibeli. Memutuskan pembelian berdasarkan memori, informasi dan penilaian untuk memilih beberapa alternatif yang ada (Sunyoto, 2015:45). Indikator keputusan pembelian menjelaskannya bahwa keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk meliputi keputusan sebagai berikut (Priansa, 2017:82):

1. Pilihan produk
2. Pilihan merek
3. Pilihan penyalur.
4. Waktu pembelian.
5. Jumlah pembelian.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Citra Merek (X1)	Unsur untuk mendorong konsumen membeli sebuah produk maka membutuhkan nama merek yang mana akan diingat konsumen melalui merek tersebut dengan begitu merek membuat suatu sikap dan tindakan kepada konsumen (Hudayah, 2017:17)	1. Identitas Merek 2. Personalitas Merek 3. Asosiasi Merek 4. Sikap dan perilaku merek 5. Manfaat dan Keunggulan Merek).	Skala Likert
Promosi (X2)	Pemasar melakukan pendekatan dengan orang-orang memberitahu produk yang ditawarkan supaya mau membeli produk yang ditawarkan (Oentoro, 2012:173)	1. Pesan Promosi 2. Media Promosi 3. Waktu Promosi 4. Frekuensi Promosi 5. Promosi wiraniaga	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Pembeli akan mempertimbangkan suatu produk apa yang dibeli, keputusan pembelian sangat diperlukan untuk memutuskan produk yang dibeli. Memutuskan pembelian berdasarkan memori, informasi dan penilaian untuk memilih beberapa alternatif yang ada (Sunyoto, 2014:45)	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian	Skala Likert

Sumber: (Hudayah, 2017:17), (Oentoro, 2012:173), (Sunyoto, 2014:45)

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah membeli produk di PT Amway cabang Batam pada rentang waktu bulan Agustus sampai Oktober sebanyak 337.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2012: 81). Pada penelitian teknik *sampling* yang digunakan adalah *Sample Random Sampling* dinyatakan simple (sederhana) karena pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Pada penelitian ini, jumlah sampel yang akan diambil didasarkan pada:

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

Rumus 3. 1 Rumus Slovin

Sumber: (Sanusi, 2017: 101)

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

α = Presentasi Kelonggaran Ketidakpastian 5%

$$n = \frac{337}{1+337(0,05)^2}$$

$$n = \frac{337}{1+377(0,0025)}$$

n = 182,9 dibulatkan menjadi 183

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Alat Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner, teknik pengumpulan data yang memberikan responden dengan serangkaian pertanyaan atau informasi tertulis. Dalam pengukuran, setiap responden ditanya pendapatnya tentang pertanyaan atau pernyataan, penilaian skala dari 1 sampai 5.

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Data adalah kumpulan informasi yang dapat digunakan untuk analisa lebih lanjut. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder.

Tabel 3. 2 Skala Likert

PERNYATAAN	Kode	SKOR
Sangat setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-Ragu	RG	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: (Sugiyono , 2012: 94)

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai aturan (Sanusi, 2017: 106). Pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder.

1. Data Primer

Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. (Sugiyono, 2012: 139).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber aslinya dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen perusahaan. Adapun alat pengumpulan data untuk penelitian ini adalah (Sugiyono, 2012: 141) :

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Metode ini dilakukan dengan memberikan sejumlah pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2012: 137). Pertanyaan dalam angket berpedoman pada indikator-indikator variabel, pengerjaannya dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan kepada responden yaitu konsumen PT Amway cabang Batam.

b. Studi Pustaka

Penulis melakukan metode ini dengan mempelajari dan mengumpulkan hasil pengutipan literatur buku-buku serta data tertulis yang berhubungan dengan penulisan meliputi teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian untuk dijadikan sebagai landasan teori untuk pembahasan selanjutnya.

3.5 Metode Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Setelah data dari sampel yang mewakili populasi, langkah berikutnya adalah menganalisisnya untuk menguji hipotesis penelitian. Analisis data didalam penulisan skripsi ini diolah dengan bantuan program peranti lunak SPSS versi 25 (*Statistical Package fo Social Sciences*).

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah data statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan menafsirkan atau menggambarkan data yang dikumpulkan, karena mereka tidak dimaksudkan untuk membuat kesimpulan umum atau umum. Statistik ini dapat digunakan jika peneliti hanya ingin menggambarkan data sampel dan tidak ingin menarik kesimpulan tentang populasi yang cocok untuk mengumpulkan sampel (Sugiyono, 2012:147).

Dalam penelitian ini, analisis data digunakan berdasarkan deskripsi hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada konsumen PT Amway cabang Batam, hasilnya akan diproses menggunakan statistik deskriptif untuk mengekstraksi data dari responden. Adapun rumus untuk menghitung rentang skala adalah:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} \quad \text{Rumus 3.2 Rentang Skala}$$

Sumber: (Nassrulloh,2018:106)

Keterangan:

n = jumlah sampel

m = jumlah alternatif jawaban tiap item

RS = rentang skala

$$RS = \frac{183(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{183-4}{5}$$

$$RS = 146,4$$

Hal yang dilakukan terlebih dahulu dalam mencari rentang skala adalah menentukan skor terendah dan skor tertinggi. Sampel responden berjumlah 146 orang dan banyaknya alternatif jawaban berjumlah 5 orang.

Tabel 3.3 Rentang Skala

No	Pertanyaan	Skor Positif
1	183-329	Sangat Sangat Tidak Setuju
2	330-475	Tidak Setuju
3	476-621	Netral
4	622-767	Setuju
5	768-915	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti, 2020

3.5.2 Uji Kualitas Data

Data yang memperoleh melalui prosedur pengumpulan data selanjutnya dianalisis dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat ukur penelitian, sehingga perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas dari kuesioner yang digunakan.

3.5.2.1 Uji Validitas

Syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel adalah memiliki instrumen penelitian yang valid dan reliabel. Suatu *instrument* yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrument yang kurang valid memiliki validitas rendah. Uji validitas adalah alat yang ditentukan

oleh korelasi dan menerima skor dari setiap item atau urutan dengan skor total (Sanusi, 2017:76).

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan instrumen yang digunakan pada penelitian. Valid atau tidaknya suatu instrument dapat diketahui dengan cara mencari nilai r tabel dan r hasil dengan program SPSS. Kemudian nilai r hasil dibandingkan dengan r tabel. Jika r hasil positif dan r hasil > r tabel maka dapat dikatakan hasil tersebut valid, sedangkan jika r hasil < r tabel maka dapat dikatakan hasilnya tidak valid. Uji validitas dapat dihitung dengan menggunakan perhitungan korelasi.

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Rumus 3.3 Uji Validitas

Sumber: (Sugiyono, 2012: 183)

Keterangan:

R_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y, dua variabel yang korelasikan

X = skor tiap item

Y = skor total item

Tabel 3.4 Range Validitas

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber: (Sugiyono, 2012:184)

3.5.2.2 Uji Realibilitas

Perhitungan reliabilitas instrumen ditentukan oleh skor yang relevan dan skor total yang diperoleh dari setiap item atau urutan (Sanusi, 2017:80). Reliabilitas mengandung pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrument tersebut sudah baik. Instrument yang sudah dapat dipercaya atau reliable akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan. Instrumen dikatakan reliabel apabila dipergunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas digunakan juga untuk menguji ketepatan hasil pengukuran kuesioner yang erat hubungannya dengan masalah kepercayaan. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,70$.

$$rsb = \frac{2rpm}{1+rpm} \quad \text{Rumus 3.4 Uji Reliabilitas}$$

Sumber: (Sanusi, 2017:242)

Keterangan:

r_{sb} = reliabilitas

r_{pm} = koefesien korelasi *product moment*

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai eror yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki

distribusi normal atau mendekati normal sehingga, layak dilakukan pengujian secara statistik. (Ghozali, 2018:161) menyatakan bahwa uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model sebuah regresi variabel dependen dan independen atau keduanya terdistribusi secara normal. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui seberapa besar data terdistribusi secara normal dalam variabel yang digunakan didalam penelitian ini. Data yang baik yang dapat dipakai dalam suatu penelitian adalah data yang telah terdistribusi secara normal. Uji normalitas bisa dilakukan dengan melihat besaran Kolmogrov Smirno. Data dapat dikatakan telah terdistribusi secara normal jika memenuhi kriteria:

- a. Angka signifikansi (SIG) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- b. Angka signifikansi (SIG) $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

3.5.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).”Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Apabila variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Ghozali, 2018:107). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut:

1. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel independen banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel dependen.
 2. Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel independen. Jika antar variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0,90), maka hal ini mengindikasikan adanya multikolinieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen tidak berarti bebas dari multikolinieritas. Multikolinieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel independen.
1. Multikolinieritas dapat juga dilihat dari:
 - a) Tolerance value dan lawannya
 - b) Variance tolerance factor (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/\text{tolerance}$). Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan sebagai berikut:
 - Tolerance value $< 0,10$ atau $VIF > 10$: terjadi multikolinearitas.
 - Tolerance value $> 0,10$ atau $VIF < 10$: tidak terjadi multikolinearitas

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan

lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika tidak tetap maka disebut heterokedastisitas (Ghozali, 2018:137).

Beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas, yaitu melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID, dan deteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot* antara SRESID dan ZPRED. Dasar analisis heterokedastisitas menurut (Ghozali, 2018:138) adalah sebagai berikut:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah pengembangan regresi sederhana terhadap aplikasi yang mencakupnya dua atau lebih variabel independen (*predictor*) atau lebih untuk menduga nilai-nilai variabel dependen (Sanusi, 2017:134).

Model analisis ini dengan alasan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya yaitu antara Citra merek (X1), Promosi (X2) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y). Persamaan regresi berganda ini dapat ditulis:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Rumus 3.5 Regresi Linier
Berganda

Sumber: (Efnita, 2017:117)

Dimana: $b_nX_n + e$

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Citra merek

X_2 = Promosi

3.5.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Sanusi, 2014:136). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

$$R^2_{\text{adjusted}} = 1 - (1 - R^2) \frac{n-1}{n-k}$$

Rumus 3.6 Analisis Koefisien Determinasi

Sumber: (Sanusi, 2017:244)

Keterangan:

R^2 = koefisien determinasi

n = sampel

k = banyak sampel

Tabel 3.5 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2012: 184)

Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Bila $R=0$ berarti diantara variabel bebas (independent) dengan variabel terikat (dependent) tidak ada hubungannya, sedangkan bila $R=1$ berarti antara variabel bebas (independent) dengan variabel terikat (dependen) mempunyai hubungan kuat. Dalam penelitian ini, untuk mengolah data digunakan alat bantu SPSS (Statistical Package for Social Science).

3.5.5 Uji Hipotesis

3.5.5.1 Uji T

Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk menunjukkan pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:98). Uji t dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel pada output hasil regresi dengan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Langkah-langkah uji hipotesis dengan menggunakan Uji t:

- 1) Menentukan dan $H_0: b_i=0$; berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen $H_a: b_i \neq 0$; berarti ada pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen
- 2) Tentukan taraf signifikansi (α) $\alpha = 0,05$ atau 5%

$$t = b_i / S_{b_i} \quad \text{Rumus 3. 7 Uji T}$$

Sumber: (Sanusi, 2017:245)

Keterangan:

B_i = koefisien regresi

S_{b_i} = Standar deviasi dari koefisien b_i

3.5.4.2 Uji F

Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut (Sanusi, 2017:137):

1. Jika $\text{sig} > \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima H_1 ditolak
2. Jika $\text{sig} < \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak H_1 diterima.

$$F_{hitung} = \frac{SSR/k}{SSE/(n-(k+1))}$$

Rumus 3.8 Uji F

Sumber:(Sanusi, 2017:244)

Keterangan:

SSR = rata-rata kuadrat regresi

SSE = rata-rata kuadror

n = Sampel

k = Banyak variabel bebas

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Adapun lokasi yang dipilih sebagai tempat penelitian untuk keperluan tugas akhir ini adalah:

