

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian yang dikaji ini menjalankan proses olah data melalui pengumpulan data yang kemudian dilakukan pengolahan adalah penelitian kuantitatif. Proses penelitian yang dijalankan perlu melalui proses analisa dan pengolahan data yang kemudian memiliki hasil yang sesuai merupakan pandangan dari penelitian kuantitatif. Suatu penelitian perlu memiliki metode dikarenakan memiliki tujuan untuk mengetahui apa yang sedang diteliti seperti populasi, sampel, teknik pengumpulan data dan analisis data yang digunakan serta instrument yang digunakan pada penelitian yang dijalankan (Rifai, 2021: 7). Data yang digunakan terdiri dari dua jenis yaitu data primer dan sekunder. Penelitian menggunakan data buku dan jurnal pendukung yang sejalan dengan penelitian yang akan dikaji, data yang disebut dikenal sebagai data sekunder. Data primernya yaitu data-data yang didapatkan dari pembagian kuesioner. Hasil data yang didapatkan akan dilakukan olah data dengan SPSS 25.

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Penelitian yang dijalankan biasanya mempunyai penjelasan mengenai sifat penelitian yang digunakan. Sifat penelitian perlu ada dikarenakan bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai penelitian yang diteliti. Penelitian yang dijalankan memiliki sifat kausalitas yang memiliki arti bahwa penelitian yang diuji

ini mampu membawakan penjelesan yang membahas akibat dan sebab dari hubungan yang ada pada variabel (Radjab & Jaman, 2017:86).

### 3.3 Lokasi dan Jadwal Penelitian

#### 3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian yang dijalankan pada PT Guna Cipta Karsa Mandiri yang berposisi pada Komplek Lumbung Rezeki Blok F Nomor 13, Kecamatan Lubuk Baja, Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau.

#### 3.3.2 Jadwal Penelitian

**Tabel 3.1** Jadwal Penelitian

Kegiatan	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
Judul Penelitian						
Tinjauan Pustaka						
Proses Penyusunan Data						
Proses Pembuatan Kuesioner						
Proses Penyebarab Kuesioner						
Proses Pengumpulan Isi Kuesioner						
Proses Pengolahan Data						
Proses Perangkuman Data						
Proses Penarikan Simpulan dan Saran						

**Sumber :** Penulis (2022)

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Setiap penelitian yang dijalankan akan memiliki populasi yang artinya sekelompok orang atau benda yang telah dijadikan sebagai bahan penelitian yang telah lolos dalam persyaratan tertentu yang berhubungan dengan masalah dan topik penelitian (Rifai, 2021: 58). Populasi pada penelitian ini adalah hasil data dari PT Guna Cipta Karsa Mandiri yang menyatakan terdiri dari 249 konsumen.

### 3.4.2 Sampel

Penelitian yang dijalankan akan memiliki sampel yang merupakan bagian dari populasi. Sampel dikenal sebagai wakil dari populasi penelitian yang akan diolah datanya. Penelitian yang dijalankan ini menggunakan teknik sampel *random sampling* yang artinya cara pengambilan data pengolahan dilakukan secara acak tanpa menjalankan sesi pemilihan yang sesuai dengan syarat-syarat tertentu. Perhitungan sampel menggunakan rumus *slovin* yang sebagai berikut:

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

**Rumus 3.1 Rumus Slovin**

**Sumber :** (Radjab & Jaman, 2017:103)

Hasil atas perhiungan rumus di atas sebagai berikut:

$$n = \frac{249}{1 + N\alpha^2}$$

$$n = \frac{249}{1 + 249 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{249}{1,63}$$

$$n = 153 \text{ sampel}$$

## 3.5 Sumber Data

### 3.5.1 Data Primer

Sumber data terdiri dari dua bagian, salah satunya adalah sumber data primer yang artinya data penelitian yang akan diolah didapatkan dari pihak pertama

secara langsung baik melalui wawancara oleh pihak pertama, pembagian kuesioner yang dilakukan pihak pertama ataupun cara lainnya. Sumber data primer yang digunakan pada penelitian ini adalah pembagian kuesioner. Kuesioner yang diberikan kepada responden memiliki beberapa pernyataan yang perlu dijawab oleh objek penelitian yaitu kepada konsumen PT Guna Cipta Karsa Mandiri.

### **3.5.2 Data Sekunder**

Sumber data terdiri dari dua bagian, salah satunya adalah sumber data sekunder yang artinya data penelitian yang akan diolah didapatkan dari pihak lainnya yang artinya tidak secara langsung oleh pihak pertama seperti contoh dokumentasi yang ada diperusahaan, jurnal, dan teori buku (Hardani et al., 2020: 401). Penelitian ini memiliki data sekunder yang berupa kumpulan jurnal sesuai dengan variabel yang diteliti, buku yang bersangkutan dengan variabel yang diteliti, dan data-data yang terkumpul oleh pihak perusahaan.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Beberapa cara yang digunakan dalam proses pengumpulan data dikenal sebagai teknik pengumpulan data (Rifai, 2021: 67). Menurut (Rifai, 2021: 68), teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. *Interview*
2. Observasi
3. Kuesioner
4. Dokumentasi

### **3.7 Operasional Variabel**

#### **3.7.1 Variabel Independen**

Terdapat beberapa variabel independen, yaitu:

1. Citra merek

Citra merek dapat didefinisikan sebagai suatu persepsi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat suatu merek dari produk tertentu (Firmansyah, 2019: 60). Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Pasaribu, 2022) menyatakan bahwa citra merek adalah kumpulan kepercayaan masyarakat atas sebuah produk yang diciptakan oleh suatu perusahaan. Sebuah pandangan dari masyarakat mengenai produk yang dijual oleh perusahaan dikenal sebagai pengertian dari citra merek. Citra merek memiliki beberapa indikator berdasarkan pandangan Wulandari dan Iskandar dalam (Veronika & Hikmah, 2020):

a. Produk yang memiliki kualitas

Merek yang ada dalam produk memiliki kualitas yang bisa dirasakan secara langsung dan dinilai baik oleh konsumen sehingga merek tersebut dikenal oleh mayoritas konsumen.

b. Produk praktis untuk dibeli

Merek yang ada dalam produk mempermudah konsumen untuk memiliki karena bisa di lakukan transaksi pembelian dimana saja dan kapan saja sehingga praktis bagi pihak konsumen.

c. Melakukan perjalinan hubungan yang baik

Perusahaan telah menjalin hubungan yang baik sehingga memberikan kenyamanan saat konsumen melakukan transaksi selain hal tersebut, menjalin hubungan yang baik bisa meningkatkan kepercayaan konsumen pada perusahaan yang secara langsung membawa pengaruh pada citra sebuah perusahaan.

d. Pandangan konsumen yang kukuh mengenai merek

Pandangan masyarakat mengenai produk tertentu, ingatan tersebut bisa didapatkan dari pembicaraan, percobaan secara langsung dan lain sebagainya yang bisa bersifat positif maupun negatif. Pandangan positif akan membawa keuntungan bagi perusahaan. Sebaliknya apabila pandangan negatif maka bisa membawa dampak buruk bagi perusahaan seperti penjualan menurun, kepercayaan menurun dan lainnya.

e. Kepercayaan yang ada dalam sebuah merek

Kepercayaan konsumen pada perusahaan yang secara langsung membawa pengaruh pada citra sebuah perusahaan. Kepercayaan konsumen tentang sebuah merek dikatakan baik akan membawa nilai tambah pada penilaian konsumen saat melakukan pembelian produk perusahaan

f. Kemudahan dalam mengenal sebuah merek

Merek yang mudah dikenali akan mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi pembelian dan menawarkan kepada pihak ketiga sehingga sangat dipentingkan bagi perusahaan untuk

membentuk ciri khas yang unik pada sebuah merek agar memiliki karakteristik tersendiri yang khusus dan bisa di terima oleh pihak mayoritas dan mudah dikenali masyarakat

g. Membawa manfaat atas sebuah merek

Pada indikator ini mengukur merek dalam membawa manfaat dalam memberikan label pada sebuah produk agar kualitas bisa dijamin baik dan stabil dalam proses penjualan.

2. Kualitas produk

Assauri berpandangan pada (Nasution et al., 2020) menyatakan bahwa kualitas produk memiliki suatu ketertarikan bagi konsumen dalam mengelola hubungan yang baik dengan perusahaan penyedia produk. Kualitas yang baik menjadi faktor yang penting bagi konsumen untuk melakukan transaksi karena konsumen akan memprioritaskan kualitas dan membandingkan kualitas sebelum melakukan pembelian. Kualitas yang baik mampu meningkatkan penjualan sebuah perusahaan sehingga kualitas produk bisa dikenal sebagai alat bagi perusahaan untuk melakukan penentuan posisi atas produk yang dijual di pasar persaingan. Menurut Gerung dalam (Veronika & Hikmah, 2020), kualitas produk terdiri dari lima indikator, yaitu:

a. Kinerja dalam sebuah produk

Kemampuan yang dimiliki oleh sebuah produk untuk memancing pandangan konsumen untuk melakukan pembelian pada perusahaan atas produk yang ditawarkan.

b. Fungsi dalam sebuah produk

Kualitas produk dikenal sebagai kemampuan yang ada dalam produk tertentu sehingga bisa memberikan manfaat yang berguna baik sehingga bisa meningkat proses penjualan perusahaan dan minat beli konsumen.

c. Keunggulan dalam produk

Karakteristik yang dimiliki pada sebuah produk saat proses perancangan untuk agar bisa memberikan sensasi yang menyenangkan atas keunggulan tertentu yang ada sehingga proses penggunaan akan memberikan rasa yang lebih maksimal kemudian bisa secara langsung membawa pengaruh pada minat beli konsumen.

d. Daya tahan produk

Kualitas produk mengenai usia pemakaian produk yang dijual perusahaan. Produk dengan usia pakai yang lama akan sangat laris dan disukai oleh konsumen karena bisa menghemat biaya konsumen yang secara langsung membawa pengaruh pada minat beli konsumen.

e. Nilai produk

Konsumen yang melakukan transaksi pada perusahaan pastinya menginginkan kelebihan yang ditawarkan oleh perusahaan yang kemudian akan diberikan penilaian atas produk yang dibeli.

### 3.7.2 Variabel Dependen

Keputusan pembelian merupakan solusi dalam menyelesaikan masalah dalam diri konsumen yang terdiri dari prosedur kenal yang kemudian masuk proses analisa kemudian proses pencarian informasi kemudian masuk ke rasa ingin memiliki dan terakhir melakukan pembelian berdasarkan pandangan Kotler dan Armstrong dalam (Pasaribu, 2022). Terdapat indikator dalam pengukuran keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller dalam (Sholihah & Oktini, 2019).

Indikator keputusan pembelian terdiri dari:

a. Keinginan suatu produk

Konsumen melakukan pembelian untuk memenuhi keinginan konsumen atas sebuah produk sehingga perlu segera melakukan pembelian.

b. Mengevaluasi sebelum membeli

Proses yang dijalankan konsumen sebelum melakukan pembelian akan menjalankan proses evaluasi karena perlu dilakukan perbandingan atas beberapa produk sehingga konsumen bisa lebih mengetahui produk apa yang sesuai dengan kebutuhannya.

c. Hasil dari keputusan pembelian

Konsumen akan melewati proses dari perbandingan merek, promosi, berbagai perbandingan lainnya yang kemudian dilakukan penentuan ketetapan untuk membeli atau tidak atas sebuah produk.

d. Kepuasan Konsumen

Keputusan pembelian telah dilakukan sehingga konsumen bisa menggunakan produk yang telah dibeli kemudian dilakukan penilaian atas

sebuah produk sehingga bisa dirasakan apakah produk tersebut sudah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen atau belum.

e. Loyal terhadap Produk

Tingkat kelayaitasan konsumen pada sebuah produk dinilai dari kepuasan dan kepercayaan konsumen atas sebuah produk. Apabila konsumen merasa loyal pada produk maka konsumen akan selalu melakukan pembelian saat perusahaan menawarkan produk baru.

### 3.8 Metode Analisis Data

Penelitian kuantitatif menjalankan pengolahan data. Pengolahan data yang dijalankan menggunakan aplikasi SPSS versi 25 (*Statistical Package fo Social Sciences*) kemudian hasil dilakukan analisis data sesuai dengan metode yang ada, seperti:

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dikenal sebagai penelitian yang dijalankan yang memiliki fungsi memberikan deskripsi mengenai objek penelitian yang ditetapkan yang kemudian dilakukan analisis data serta penarikan kesimpulan yang sederhana (Hamid et al., 2019: 48). Teknik Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan pengukuran skala *likert* dan penentuan skala sesuai dengan kriteriannya. Rumus rentang skala yaitu:

**Tabel 3.2** Rentang Skala

Rentang Kategori Skor/Skala Kategori	Kriteria
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:** (Hamid et al., 2019: 55)

### 3.8.2 Uji Kualitas Data

Proses pengujian data pada sebuah penelitian perlu melalui uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Pengujian kualitas data bisa melalui dua cara yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, sebagai berikut:

#### 3.8.2.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Pengujian validitas tiap butir kuisisioner pada program SPSS dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* antara skor tiap butir kuisisioner dengan skor total (jumlah tiap skor kuisisioner). Validitas memaparkan derajat yang tepat mengenai data yang telah terkumpul oleh pihak penguji. Hasil dari pengujian ini memiliki data yang diambil dari hasil kuesioner dengan korelasi yang digunakan yaitu *Pearson Product Moment* yang artinya korelasi antar item dengan skor total pada satu variabel. Pengukuran yang ada akan menggunakan *software SPSS 25.0* dengan signifikansi sebesar  $(\alpha) = 0,05$  (Hamid et al., 2019: 27). Adapun rumus *Pearson Product Moment* yang digunakan 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 Uji Validitas**

**Sumber :** (Hamid et al., 2019: 28)

Keterangan :

r = koefisien validitas item yang dicari

X = skor yang diperoleh dari subyek dalam tiap item

Y = skor total yang diperoleh dari subyek seluruh item

N = jumlah responden

Tahap berikutnya yakni menentukan  $r_{tabel}$  sejumlah  $n-2$  kesimpulannya melaksanakan ialah  $r_{hitung}$  ialah didapatkan sejak hitungan di atas. Seumpama didapatkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada  $\alpha$  ialah sudah diselesaikan ataupun seterusnya dapat menyatakan apakah ungkapan tersebut valid.

### 3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan pengujian yang dijalankan untuk mengetahui seberapa tingkat kehandalan, stabilitas kepercayaan dan konsistensi pada data yang dilakukan pengukuran. Uji reliabilitas menggunakan instrumen penelitian dengan rumus *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* merupakan salah satu rumus matematis yang digunakan untuk menguji tingkat reliabilitas, dimana apabila data dinyatakan reliabel atau handal maka alpha yang dimiliki minimal memiliki hasil sebesar 0,6 atau lebih besar. (Hamid et al., 2019: 30).

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.3.1 Uji Normalitas

Pengujian yang dijalankan untuk melihat data yang diuji berdistribusi normal atau tidak merupakan uji normalitas. Terdapat beberapa cara untuk mengetahui data yang diuji memiliki distribusi normal atau tidak, yaitu bisa melalui pengujian histogram, pengujian *PP-Plot*, dan pengujian *Kolmogorov-Smirnov* (Hamid et al., 2019: 75). Jika hasil yang diuji berdistribusi normal maka nilai signifikansi  $> 0,05$  pada uji *Kolmogorov-Smirnov*. Ketika gambar histogram berbentuk lonceng dan

titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dalam uji *pp-plot* maka dinyatakan normal.

### **3.8.3.2 Uji Multikolinieritas**

Pengujian multikolinieritas dijalankan pada sebuah penelitian memiliki maksud agar bisa dilakukan pengecekan apakah variabel yang diteliti memiliki korelasi antar hubungan variabel yang diolah. Sebuah penelitian yang baik itu tidak akan mengalami gejala korelasi antar variabel atau tidak akan mengalami gejala multikolinieritas. Uji ini bisa diketahui apakah mengalami gejala multikolinieritas atau tidak melalui hasil variansi dan toleransi yang dimiliki. Apabila nilai variansi yang dimiliki lebih besar dari 10 dan nilai toleransi lebih kecil dari 0,1 maka dinyatakan mengalami gejala korelasi antar variabel atau gejala multikolinieritas. Sebaliknya apabila nilai variansi yang dimiliki lebih kecil dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,1 maka dinyatakan mengalami tidak gejala korelasi antar variabel atau tidak mengalami gejala multikolinieritas (Hamid et al., 2019: 101).

### **3.8.3.3 Uji Heterokedastitas**

Pengujian heterokedastitas dijalankan pada sebuah penelitian memiliki maksud agar bisa dilakukan pengecekan apakah variabel yang diteliti memiliki perbedaan variasi. Sebuah penelitian yang baik itu tidak akan mengalami gejala korelasi antar variabel atau tidak akan mengalami gejala heterokedastitas. Terdapat beberapa teknik dalam pengujian ini, pada pengujian ini menggunakan teknik pengujian *glejser*. Metode yang digunakan ini bisa diketahui mengalami gejala heterokedastitas atau tidak dengan melihat nilai signifikan yang ada pada tabel pengujian apabila nilai sig lebih dari 0,05 maka penelitian dinyatakan tidak

mengalami gejala heterokedatisitas, sebaliknya apabila sig lebih besar dari 0,05 maka penelitian dinyatakan mengalami gejala heterokedatisitas (Hamid et al., 2019).

### 3.8.4 Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian analisis regresi linear berganda dijalankan pada sebuah penelitian memiliki maksud agar bisa memaparkan pengaruh yang ada pada variabel bebas terhadap variabel terikat. Penelitian menggunakan regresi linear berganda dikarenakan variabel bebas yang digunakan lebih dari satu. Pengujian yang dijalankan akan memberikan gambaran hasil peramalan dari data yang telah diuji sehingga mengetahui apakah data mengalami penambahan skor jika mengalami perubahan. Rumus dalam menghitung regresi ini dapat melalui (Hamid et al., 2019: 15).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

**Rumus 3.3** Uji Regresi Linear Berganda

Keterangan :

Y : Nilai prediksi variabel terikat

X<sub>1</sub>,X<sub>2</sub>: Variabel bebas

b<sub>1</sub>,b<sub>2</sub> : Koefisien regresi

a : Konstanta persamaan regresi

#### 3.8.4.2 Uji Determinasi (R<sup>2</sup>)

Pengujian determinasi sering disebut sebagai pengujian R<sup>2</sup>. Pengujian ini dijalankan bertujuan untuk memberikan gambaran hubungan antar variabel bebas

terhadap variabel terikat dengan memaparkan nilai persentase yang dimiliki dari pengaruh tersebut (Hamid et al., 2019: 142).

### **3.9 Uji Hipotesis**

#### **3.9.1 Uji t**

Uji t adalah uji yang biasa digunakan jika peneliti ingin menguji beda mean dari dua kelompok sampel. Tujuannya adalah membandingkan rata-rata dari dua kelompok sampel yang tidak berhubungan satu dengan yang lain (Hamid et al., 2019: 144). Kriteria diterima atau tidak dapat dilihat dari  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  yaitu yaitu sebagai berikut:

- a. Jika hasil  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.
- b. Jika hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.

#### **3.9.2 Uji F**

Uji F dikenal sebagai pengujian simultan dengan tujuan agar dapat memberikan gambaran hubungan variabel bebas terhadap terikat secara bersama-sama (Hamid et al., 2019: 147). Selain melalui kriteria tingkat signifikansi dalam menguji apakah hipotesis di terima atau di tolak, bisa juga melalui kriteria dengan melihat  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  yaitu yaitu sebagai berikut:

- a. Jika hasil  $F_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima
- b. Jika hasil  $F_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.