

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan suatu jenis penelitian deskriptif, dengan menggunakan metodologi kuantitatif. Jenis penelitian deskriptif sebagaimana yang disampaikan oleh Sugiyono (2019:64) merupakan penelitian yang dilakukan dilakukan untuk menetapkan keberadaan variabel bebas, baik pada satu variabel atau lebih tanpa melakukan perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Penelitian deskriptif dalam penelitian yang dilakukan untuk dapat mengetahui dampak dari citra merek, daya tarik iklan dan kepercayaan merek dalam mempengaruhi minat beli tissue merek Multi di Kota Batam. Pendekatan kuantitatif menurut Sugiyono (2019:17) adalah metode penelitian yang berlandaskan positivisme yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan melalui pemeriksaan populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data yang menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data yang bersifat kuantitatif atau kuantitatif.

3.2 Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penyelidikan ini dikenal sebagai penelitian replikasi. Jenis penelitian ini melibatkan reproduksi penelitian sebelumnya atau penelitian yang sangat mirip dengan penelitian sebelumnya, tetapi menggunakan subjek, variabel, dan kerangka waktu yang berbeda. Perbedaan antara penelitian saat ini dan penelitian yang dilakukan di masa lalu terletak pada perusahaan serta periode waktu di mana analisis dilakukan.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Pada suatu penelitian sudah tentu memiliki suatu objek atau lokasi penelitian yang akan dilakukan, hal ini dikarenakan agar penelitian dapat terlaksana dengan baik. Sesuai dengan judul penelitian yang diteliti sehingga peneliti menetapkan objek atau lokasi penelitian ini berada di Kota Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Pada suatu penelitian tentu saja memiliki periode waktu dalam penelitian. Adapun periode penelitian dalam penelitian ini dimulai dari bulan September 2022 sampai Januari 2023. Untuk lebih detail peneliti membuat suatu tabel tentang periode penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan	Tahun/ Pertemuan ke - / Bulan													
	2022										2023			
	1 Sep	2 Okt	3 Okt	4 Okt	5 Okt	6 Okt	7 Okt	8 Nov	9 Nov	10 Des	11 Des	12 Jan	13 Jan	14 Jan
Perancangan	■													
Studi Pustaka		■	■											
Menentukan Metode Penelitian				■										
Penyusunan Kuesioner					■	■	■							
Penyerahan Kuesioner							■	■						
Analisis Hasil Kuesioner										■	■	■	■	■
Kesimpulan														■

Sumber : Data Penelitian 2022

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi sebagaimana yang disampaikan oleh Sugiyono (2019:127) merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari item-item atau orang-orang yang memiliki ciri dan karakteristik tertentu yang diputuskan untuk diselidiki, kemudian ditarik kesimpulan berdasarkan temuan penelitian. Dari penjelasan tentang populasi tersebut sehingga peneliti menetapkan yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini merupakan konsumen yang pernah melakukan pembelian tissue merek Multi di Kota Batam pada tahun 2022, yang dimana jumlah populasi tersebut peneliti batasi dengan menetapkan 101 responden yang akan diteliti.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Penjelasan yang disampaikan oleh Sugiyono (2019:127) sampel mewakili sebagian dari jumlah dan kualitas yang dimiliki oleh kelompok tersebut. Mungkin perlu bagi peneliti untuk menggunakan sampel yang diambil dari populasi yang diselidiki jika populasi yang diteliti sangat besar dan peneliti tidak mungkin menganalisis setiap aspek populasi karena kendala seperti kurangnya waktu, uang, atau orang. Berdasarkan informasi yang disajikan di atas, sampel penelitian ini terdiri dari 101 responden yang dipilih dengan menggunakan teknik *sampling* jenuh.

3.4.3 Teknik *Sampling*

Teknik *sampling* yang terdapat pada penelitian ini dapat mempergunakan *non probability sampling* sebagaimana yang dapat disampaikan Sugiyono

(2019:128) adalah cara pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Jenis yang dapat dipergunakan merupakan *sampling* jenuh yang juga sering disebut dengan sensus. Pada penjelasan Sugiyono (2019:128) adalah strategi pengambilan sampel dimana semua anggota populasi dijadikan sampel. Hal ini dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30, atau bila penelitian ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Nama lain dari praktek pengambilan sampel dari seluruh populasi.

3.5 Sumber Data

Penelitian khusus ini memanfaatkan sumber data dari dua sumber yang berbeda, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari subjek penelitian yang dilakukan. Metode utama pengumpulan data dalam penyelidikan ini adalah wawancara partisipan dan pemberian kuesioner kepada responden penelitian. Semua pertanyaan dalam angket ini merupakan pertanyaan tertutup, artinya sudah ada tanggapan untuk semua pertanyaan.

2. Data Sekunder

Data sekunder dapat didefinisikan sebagai data yang tidak diperoleh langsung atau sebagai data data yang dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang dihadapi. Dalam penelitian ini data sekunder meliputi beberapa jurnal serta buku sebagai pendukung serta referensi pada penelitian ini.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Untuk tujuan penyelidikan ini, pendekatan pengumpulan data terdiri dari beberapa metode, termasuk yang berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah cara mengumpulkan data dengan berbicara dengan responden penelitian dan menanyakan pertanyaan yang relevan dengan masalah yang sedang diselidiki. Dalam perjalanan proyek penelitian ini, wawancara dilakukan dengan pelanggan yang membeli tissue merek multi dari Kota Batam.

2. Kuesioner

Kuesioner mencakup memberikan daftar pertanyaan kepada responden dan menunggu dengan harapan bahwa mereka akan menjawab daftar pertanyaan. Dalam penyelidikan ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui penggunaan kuesioner yang mencakup kriteria evaluasi dalam bentuk *skala likert*, dengan kriteria penilaian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Pemberian Skor Kuesioner

No	Alternatif Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2019:147)

3. Dokumentasi

Pendekatan dokumentasi digunakan selama proses pengumpulan data untuk penyelidikan ini. Data dikumpulkan, dicatat, dan dianalisis setelah diperoleh. Dalam hal tinjauan literatur yang relevan, itu berasal dari penelitian

sebelumnya dan ditambah dengan literatur lain seperti buku, jurnal ilmiah, dan sumber informasi lain yang berkaitan dengan penyelidikan ini.

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Independen (X)

Pendapat dari Sugiyono (2019:69) menjelaskan bahwa variabel independen kadang disebut variabel stimulus, prediktor, dan anteseden. Ini sering disebut sebagai variabel bebas dalam bahasa Indonesia. Variabel dependen adalah variabel yang berubah sebagai akibat dari dampak atau penyebab variabel independen. Dengan dapat meliputi Citra Merek (X1), Daya Tarik Iklan (X2), dan Citra Merek (X3) merupakan variabel independen.

3.7.2 Variabel Dependen (Y)

Pendapat dari Sugiyono (2019:69) berpendapat bahwa variabel dependen dikenal juga dengan variabel output, kriteria, dan konsekuensi. Istilah variabel terikat sering digunakan dalam bahasa Indonesia. Dalam analisis statistik, variabel independen mempengaruhi atau menghasilkan perubahan pada variabel dependen. Dalam penelitian ini digunakan ukuran Minat Beli (Y) sebagai variabel dependen.

Tabel 3.3 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Citra Merek (X1)	Citra merek dipandang sebagai jenis persepsi, asumsi ini mungkin hanya berbentuk ide atau gambar tertentu yang terkait dengan bisnis, atau ketika seseorang berpikir tentang orang lain.	1. Citra Perusahaan 2. Citra Konsumen 3. Citra produk (Satria & Sidharta, 2019:773)	<i>Likert</i>

Tabel 3.3 Lanjutan

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
2	Daya Tarik Iklan (X2)	Daya tarik iklan adalah iklan yang menyampaikan pesannya kepada pembeli potensial dengan berbagai cara. Sejauh mana iklan menangkap minat audiens targetnya adalah ukuran daya tariknya	1. Ketertarikan ketika menonton iklan 2. Keunikan iklan 3. Iklan informatif 4. Kejelasan iklan (Suheri <i>et al.</i> , 2022:113)	Likert
3	Kepercayaan Merek (X3)	Kepercayaan merek terjadi ketika orang cukup percaya diri pada suatu produk atau layanan sehingga mereka bersedia bergantung padanya dalam situasi berisiko tinggi.	1. <i>Brand reliability</i> 2. <i>Brand intentions</i> (Wardani & Maskan, 2019:147)	Likert
4	Minat Beli (Y)	Minat beli mengacu pada ketika seorang konsumen terpapar dan tertarik dengan suatu produk, minat ini kemudian diikuti oleh tindakan ketika konsumen berusaha untuk memperoleh produk tersebut.	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif (Fitria & Qurohman, 2021:30)	Likert

Sumber : Data Penelitian 2022

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk meneliti data dengan cara mendeskripsikan atau memperlihatkan data yang telah diperoleh sebagaimana adanya tanpa maksud untuk menarik kesimpulan yang luas atau membuat generalisasi yang luas. Tabel dan grafik dapat digunakan untuk menyajikan data statistik deskriptif. Perhitungan modus, median, dan mean menggunakan diagram, lingkaran, dan piktogram. Menghitung desil, persentil, distribusi data dengan menghitung rata-rata dan simpangan baku, serta

menghitung persentase (Herdiansyah *et al.*, 2021:85). Dalam penyelidikan ini, uji statistik deskriptif dilakukan dengan menggunakan rumus:

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

Rumus 3.1 Rentang Skala

Sumber: Simanjuntak (2020:6)

Keterangan :

RS : Rentang skala

n : Jumlah responden

m : Jumlah alternative jawaban

Dengan adanya rumus tersebut dapat diperhitungkan hasilnya sebagaimana pada perhitungan berikut:

$$RS = \frac{101(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{(404)}{5}$$

$$RS = 80,8$$

Rentang skala yang yang dapat dihasilkan oleh rumus yang telah dikemukakan seperti tabel berikut:

Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala

No	Rentang Skala	Kategori
1	101-181,8	Sangat Tidak Setuju
2	181,9-262,6	Tidak Setuju
3	262,7-343,4	Cukup Setuju
4	343,5-424,2	Setuju
5	424,3-505	Sangat Setuju

Sumber: Data Penelitian (2022)

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah data yang dapat diandalkan keakuratannya berdasarkan apa yang digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Valid mewakili derajat kesesuaian antara data yang benar-benar terjadi pada item dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas kumpulan pertanyaan kuesioner dilakukan untuk mengetahui seberapa tepat kinerja suatu instrumen sebagai alat ukur (Fandiyanto & Endriyasari, 2019:26). Berikut adalah kriteria untuk menentukan apakah suatu kuesioner valid atau tidak:

1. Pada kuesioner dinyatakan valid apabila menghasilkan r hitung dapat melebihi r tabel.
2. Pada kuesioner dinyatakan tidak valid apabila menghasilkan r hitung tidak dapat melebihi r tabel.

Adapun rumus yang dapat dipergunakan dalam melakukan uji validitas sebagaimana rumus berikut:

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

Rumus 3.2 Korelasi *Product Moment*

Sumber: Fandiyanto & Endriyasari (2019:27)

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi X dan Y

n : Jumlah Responden

X : Skor item

Y : Jumlah skor total

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat bertujuan sebagaimana untuk melihat apakah dapat diandalkan. Jika respon seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, atau jika hasil instrumen yang dapat dipercaya selalu sama setiap kali digunakan untuk menguji hal yang sama, maka instrumen tersebut dapat diandalkan. Kegunaan lain dari prosedur ini adalah untuk menetapkan apakah benda yang diukur dan alat ukurnya konsisten satu sama lain (Fandiyanto & Endriyasari, 2019:26). Dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha* untuk menentukan uji reliabilitas. Kriteria yang dapat mengetahui hasil uji reliabilitas seperti berikut:

1. Pernyataan dapat dinyatakan *reliabel* apabila dapat menghasilkan *cronbach alpha* yang melebihi 0,60.
2. Pernyataan dapat dinyatakan tidak *reliabel* apabila dapat menghasilkan *cronbach alpha* yang tidak dapat melebihi 0,60.

Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan rumus, diantaranya seperti rumus dibawah ini:

$$r = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Rumus 3.3 *Alpha Cronbach*

Sumber: Fandiyanto & Endriyasari (2019:26)

Keterangan:

r : Koefisien reliabilitas instrumen (*alfa cronbach*)

k : Jumlah pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians item

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, variabel independen, dan model regresi berdistribusi regular. Model regresi bekerja paling baik ketika hasilnya terdistribusi secara normal (Dinata & Yulianto, 2021). Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan dengan beberapa uji dimana uji tersebut meliputi grafik histogram, grafik *normal probability plot* dan diperkuat dengan analisis *kolmogrov smirnov*. Menurut Aprilia & Utomo (2022) Adapun dasar pengambilan keputusan uji normalitas dengan grafik maupun dengan *kolmogrov smirnov* sebagai berikut:

1. Analisis Grafik: dengan dapat mengetahui bahwa data terdistribusi secara normal jika titik-titik mengelompok dengan rapi di sekitar garis diagonal dan pola distribusinya mengikuti garis diagonal atau sumbu arah grafik histogram.
2. Analisis Statistik: prosedur uji statistik nonparametrik *Kolmogorov Smirnov* yang memiliki dasar keputusan apabila dapat menghasilkan nilai signifikansi yang melebihi 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data yang ada telah terdistribusi secara normal, begitu juga sebaliknya.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas ini digunakan Untuk mengetahui apakah variabel bebas dalam model regresi berkorelasi, dapat dilakukan uji multikolinearitas. Variabel independen dalam model regresi yang andal harus independen satu sama lain. Jika variabel independen berkorelasi, ini menunjukkan bahwa mereka tidak ortogonal. Variabel adalah ortogonal jika dan hanya jika tidak ada korelasi di

antara keduanya. Dengan memeriksa *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*, dapat memastikan apakah ada multikolinearitas dalam model regresi (Bergitta & Isrudini, 2022:9). Dengan kriteria sebagai berikut:

1. Variabel bebas dapat terbebas dari multikolinieritas apabila dapat menghasilkan *tolerance* yang melebihi 10,00 serta VIF yang tidak melebihi 10,00.
2. Variabel bebas tidak dapat terbebas dari multikolinieritas apabila dapat menghasilkan *tolerance* yang tidak melebihi 10,00 serta VIF yang melebihi 10,00.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan di mana varians residual untuk setiap pengamatan dalam model regresi tidak merata. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa apakah residual model regresi memiliki varians yang tidak sama. Syarat model regresi adalah tidak adanya indikator heteroskedastisitas. Meneliti grafik scatterplot, dimana sumbu X merepresentasikan antisipasi Y dan sumbu Y merepresentasikan residual, untuk sebagaimana dapat mengetahui adanya heteroskedastisitas (Rozi & Nasikan, 2020:134). Dasar pengambilan keputusan:

1. Heteroskedastisitas terjadi jika ada pola, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, membesar kemudian menyempit.
2. Jika tidak ada pola yang terlihat dan titik-titik tersebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah teknik statistik yang mengasumsikan hubungan sebab akibat antara dua variabel melalui penggunaan model regresi linier berganda. Variabel yang dapat memengaruhi merupakan variabel independen serta variabel yang dipengaruhi merupakan variabel dependen (Aprilia & Utomo, 2022:9). Dalam penelitian ini citra merek, daya tarik iklan dan kepercayaan merek merupakan variabel independen dan minat beli sebagai variabel dependen. Regresi linier berganda dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

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

Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda

Sumber: Aprilia & Utomo (2022:9)

Keterangan:

Y	: Variabel minat beli
X1	: Variabel citra merek
X2	: Variabel daya tarik iklan
X3	: Variabel kepercayaan merek
α	: Konstanta
b1- b2-b3	: Koefisien regresi
e	: <i>error</i>

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui dan memprediksi besarnya atau signifikansi pengaruh faktor-faktor independen

terhadap variabel dependen secara keseluruhan. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1. Jika hasilnya mendekati 1, berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen. Namun, jika R² menurun, hal ini menunjukkan bahwa faktor independen memiliki kapasitas yang terbatas untuk menjelaskan variabel dependen (Aprilia & Utomo, 2022:10). Dengan menggunakan rumus berikut, peneliti menganalisis koefisien determinasi (R²) dalam penelitian ini dengan dirumuskan:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Rumus 3.5 Koefisien Determinasi

Sumber: Aprilia & Utomo (2022:10)

Keterangan:

Kd : Koefisien determinasi

r : Koefisien korelasi

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t

Uji hipotesis secara parsial atau uji t dilakukan untuk menunjukkan ada tidaknya pengaruh secara sendiri-sendiri atau secara parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen (Rozi & Nasikan, 2020:135). Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan maka dapat membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dan nilai *Sig.* tidak lebih besar dari 0,05. Untuk menguji uji t dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai t hitung $>$ t tabel dan signifikansi $<$ 0,05 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai t hitung $<$ t tabel dan signifikansi $>$ 0,05 menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat.

Pada melakukan pengujian secara parsial dapat mempergunakan rumus seperti dibawah ini:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3.6 Uji } t$$

Sumber: Fandiyanto & Endriyasari (2019:29)

Keterangan :

- t = Pengujian hipotesis
 r = Koefisien korelasi
 r^2 = Koefisien determinasi
 n = Jumlah responden

3.9.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Uji hipotesis secara simultan atau uji f dilakukan untuk menunjukkan ada tidaknya pengaruh secara bersama-sama atau secara simultan dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen (Rozi & Nasikan, 2020:135). Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan maka dapat membandingkan nilai f hitung dengan f tabel dan nilai *Sig.* tidak lebih besar dari 0,05. Untuk menguji uji f dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai f hitung $>$ f tabel dan signifikansi $<$ 0,05 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

2. Jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$ dan $signifikansi > 0,05$ menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

Pada melakukan pengujian secara simultan dapat mempergunakan rumus seperti dibawah ini:

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

Rumus 3.7 Uji f

Sumber: Fandiyanto & Endriyasari (2019:30)

Keterangan :

R^2 = Koefisien korelasi berganda

K = Jumlah variabel *independent*

n = Jumlah anggota sampel