

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Hasil penelitian dilakukan untuk melihat adanya hubungan antara pengamatan empiris dengan hasil dari data. Penelitian kuantitatif memiliki tujuan untuk membantu menemukan hubungan antara variabel yang ada dalam populasi. Penelitian kuantitatif fokus ke masalah khusus yang dijadikan sebagai penelitian. Karakteristik yang lain adalah penelitian kuantitatif dapat menjawab permasalahan yang sedang diangkat diangkat oleh peneliti. Penelitian ini tidak berfokus kepada hasil, melainkan kepada prosesnya.

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Sifat penelitian ini berasal dari penelitian sebelumnya dalam bentuk replikasi, dengan kesimpulan yang sama dalam hal penerapan metodologi dan kesamaan dengan situasi penelitian. Penelitian ini sama dengan penelitian sebelumnya tetapi berbeda dalam objek penelitian dan juga waktu penelitian.

#### **3.3 Lokasi dan Periode Penelitian**

##### **3.3.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah dimana tempat pata peneliti untuk melakukan penelitian dengan memperoleh data- data yang dibutuhkan. Lokasi penelitian ini di Kelurahan Sungai Jodoh, Batam.

### 3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian dilakukan selama enam bulan dari Juni 2022 sampai November 2022. Jadwal disajikan sebagai berikut:

**Tabel 3. 1** Jadwal Penelitian

<b>iUraian iKegiatan</b>	<b>Juni 2022</b>	<b>Juli 2022</b>	<b>Agustus 2022</b>	<b>September 2022</b>	<b>Oktober 2022</b>	<b>November 2022</b>
Keputusan Judul						
Studi Literatur						
Mengumpulkan Data						
Memproses Data						
Menganalisis dan Menyimpulkan						

**Sumber:** Peneliti, 2022

### 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Suncreen wardah yang ada di kelurahan Sungai Jodoh.

#### 3.4.2 Tehnik Penentuan Besar Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari total populasi atau beberapa bagian yang diambil dari suatu populasi yang besar, berdasarkan dari mekanisme penelitian yang akan dijadikan bahan penelitian (Sugiyono, 2019). Metode penentuan sampel

yang digunakan adalah tehnik penentuan sampel berdasarkan rumus Lemeshow. Perhitungan sampel dengan pendekatan rumus Lemeshow dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dengan total populasi dengan total populasi yang tidak dapat diketahui secara pasti. Berikut rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 P(1 - p)}{d^2} \quad \text{Rumus 3 1 Rumus Lemeshow}$$

**Sumber:** (Pane & Purba, 2020)

Keterangan :

n =Jumlah sampel

z = nilai standar (1.96)

P = Maksimal estimasi (50%)

d = Alpha (0,10) atau sampling error (10%)

Berdasarkan Rumus, maka :

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2} \\ &= \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01} \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

Dengan menggunakan rumus *Lemeshow* jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 96 responden yang kemudian ditetapkan oleh peneliti menjadi 100 responden.

### 3.4.3 Tehnik Sampling

*Method sampling* didefinisikan sebuah kiat yang digunakan dalam pengutipan suatu *sample*. *Sampling* terbagi menjadi dua, yakni *probability sampling* juga *nonprobability sampling* (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini

penulis menggunakan metode *nonprobability sampling* sedangkan cara pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*.

*Purposive sampling* adalah tehnik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini ialah Laki – laki dan perempuan khususnya remaja produktif yang berumur 18-25 tahun. Alasan penulis menggunakan teknik *purposive sampling* dikarenakan sesuai untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi.

### **3.5 Sumber Data**

Tehnik pengambilan data dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. Sumber data Priemer yang dipakai sebagai penelitian yang di dapatkan dengan cara langsung melalui suatu objek pada penelitian. Data pada penelitian ini di hasilkan menggunakan penyebaran kuesioner terhadap responden yang dijadikan sebagai sampel pada penelitian ini.
2. Sumber data Skunder adalah data yang digunakan bahan pengkajian berikut yang didapatkan selaku tersirat maupun didapatkan melalui berbagai sumber. Seperti jurnal, skripsi, laporan, dan lain sebagainya.

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang menggunakan kuesioner. Berdasarkan Pane & Purba (2020) dalam penelitian teknik pengumpulan data adalah langkah yang sangat strategis untuk suatu mendapatkan data, karena hal ini merupakan tujuan dari utama penelitian. Skala pengukuran yang digunakan untuk setiap indikator menggunakan skala *likert* yang diawali dengan sangat tidak setuju (STS) sampai

dengan sangat setuju (SS). Dibawah ini terdapat tabel skor jawaban kusioner berdasarkan skala *likert*.

**Tabel 3. 2** Penentuan skor jawaban Kuesioner

<b>Jawaban Pertanyaan</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju ( SS)	1
Setuju (S)	2
Netral (N)	3
Tidak setuju (TS)	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	5

**Sumber:** (Sugiyono, 2019)

### 3.7. Defenisi Operasional Variabel

1. Brand Image ( $X_1$ ) sebagai variabel bebas pertama

*Brand Image* bisa dikatakan positif ataupun negatif bergantung terhadap bagaimana penilaian ataupun persepsi konsumen mengenai suatu merek (Supangkat & Pudjoprastyono, 2022).

2. *Electronic word of mouth (EWOM)* ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas kedua

Adalah sebuah tanggapan yang bernilai negatif maupun positif yang dilakukan oleh seorang konsumen secara real, tepat dan terpercaya mengenai suatu perusahaan ataupun mengenai *brand* tertentu melalui jejaring media sosial (Widyanto & Albetris, 2021).

3. *Brand Awareness* ( $X_3$ ) sebagai variabel bebas ketiga

*Brand awareness* dapat dikatakan sebagai suatu kemampuan yang dimiliki oleh seseorang ketika mampu mengingat dan mengetahui suatu *brand* adalah bagian dari suatu produk (Muthiah & Setiawan, 2019).

4. Keputusan Pembelian (Y) sebagai variable terkait

Keputusan pembelian adalah salah satu dari perilaku konsumen, yang mana

perilaku konsumen berisi mengenai perilaku seseorang ataupun kalangan organisasi ketika ingin melakukan pembelian, memilih suatu barang dan kemudian memakai suatu barang maupun jasa ataupun mempunyai suatu pengalaman yang berguna untuk memenuhi perlengkapan sehari hari (Habibah *et al.* 2018).

**Tabel 3. 3** Definisi Operasional

<b>Variabel</b>	<b>Defenisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<i>Brand Image</i> (X <sub>1</sub> )	<i>Brand Image</i> bisa dikatakan positif ataupun negatif bergantung terhadap bagaimana penilaian ataupun persepsi konsumen mengenai suatu merek.	1. Citra Perusahaan 2. Citra Positif	Likert
Ewom (X <sub>2</sub> )	Adalah sebuah tanggapan yang bernilai negatif maupun positif yang dilakukan oleh seorang konsumen secara real, tepat dan terpercaya mengenai suatu perusahaan ataupun mengenai <i>brand</i> tertentu melalui jejaring media sosial.	1. Intensitas 2. <i>Valance of opinion</i> 3. <i>Content</i>	Likert
<i>Brand awarness</i> (X <sub>3</sub> )	<i>Brand awarness</i> dapat dikatakan sebagai suatu kemampuan yang dimiliki oleh seseorang ketika mampu mengingat dan mengetahui suatu <i>brand</i> adalah bagian dari suatu produk.	1. Pembelian produk 2. Pembelian merek 3. Pemilihan saluran 4. Penentu waktu pembelian 5. Jumlah Pembelian	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah salah satu dari perilaku konsumen, yang mana perilaku konsumen berisi mengenai perilaku seseorang ataupun kalangan organisasi ketika ingin melakukan pembelian, memilih suatu barang dan kemudian memakai suatu barang maupun jasa ataupun mempunyai	1. Kemantapan pada suatu produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan Rekomendasi	Likert

**Tabel 3.3** Lanjutan

	suatu pengalaman yang berguna untuk memenuhi perlengkapan sehari hari	Melakukan pembelian ulang	
--	---	---------------------------	--

**Sumber:** Peneliti, 2022.

### 3.8 Metode Analisa Data

Menjadi seorang peneliti hal yang harus dilakukan dengan cepat ialah menentukan metode statistik dengan teliti mengidentifikasi dan mencerna informasi guna mampu memberi simpulan yang dianggap logis. Jenis kajian yang bisa digunakan ialah, analisis kuantitatif ataupun kualitatif. Penggunaan kajian terhadap pengkajian diatas menggunakan analisi kuantitatif ataupun sering disebut dengan *analysis statistic*.

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Statistika Deskriptif adalah dugaan terhadap nilai suatu variabel secara mandiri antara data sampel dan data populasi (jadi bukan dugaan nilai komparasi atau asosiasi) (Sugiyono, 2019).

Analisis deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dari variabel indenpenden yaitu harga, kualitas, citra merek serta variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Berikut ini beberapa teknik analisis deskriptif yang dapat digunakan antara lain:

1. Data yang di sajikan dibuat menggunakan tabel ataupun menggunakan distribusi frekuensi ataupun melakukan tabulasi silang atau serinh disebut dengan crosstab. Sehingga dengan adanya penelitian ini maka nantinya dapat ditarik kesimpulan apakah hasil

yang di teliti dapat dikategorikan tinggi, sedang atau bahkan sangat rendah.

2. Penyajian data dalam bentuk visual seperti histogram, poligon, ogive, diagram batang, diagram lingkaran, diagram pastel (*pie chart*), dan diagram lambang.
3. Penghitungan ukuran tendensi sentral (mean, median modus).
4. Penghitungan ukuran letak (kuartil, desil, dan persentil).
5. Penghitungan ukuran penyebaran (standar deviasi, varians, range, deviasi kuartil, mean deviasi, dan sebagainya).

Agar bisa memberi jawaban terhadap hipotesis deskriptif yang berhubungan dengan penelitian ini, maka hal yang perlu dilakukan ialah membuat kelompok pada data dengan menggunakan dasar variabel. Maka rumus yang dapat dipakai ketika mengukur suatu rentang skala, adalah:

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

**Rumus 3 2 Rentang Skala**

Keterangan:

n = jumlah

m = jumlah alternative jawaban tiap item

RS = rentang skala

Rentang skala didapatkan harus dengan menentukan skor minimum dan skor maksimum terlebih dahulu. Total sampel ialah 100 orang dan berbagai *alternative* jawaban bernilai 5. Nilai rentang skala didapatkan dari perhitungan di bawah ini, yaitu:

$$RS = \frac{100 (5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{100 (4)}{5}$$

$$RS = 80$$

Nilai 80 di dapatkan dari rumus rentang skala, nilai tersebut adalah nilai yang menjadi patokan dari rentang skala perkatagori jawaban oleh responden terhadap variabel. Berikut detail penilaiannya:

**Tabel 3. 4 Rentang Skala**

No	Rentang Skala	Kriteria
1	100 – 180	Sangat Tidak Setuju
2	181 – 261	Tidak Setuju
3	262 – 342	Netral
4	343 – 423	Setuju
5	424 - 504	Sangat Setuju

### 3.8.2 Uji Kualitas Instrumen

Untuk mempermudah pengujian validitas dan reliabilitas butir-butir pernyataan penelitian, pembentukan garis regresi beserta pengujian hipotesis penelitian menggunakan alat bantu SPSS versi 21.

#### 3.8.2.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti (Wahyuni, 2019.). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Pengertian validitas tersebut menunjukkan ketepatan dan kesesuaian alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel. Validitas juga menunjukkan sejauh mana ketepatan pernyataan dengan apa yang dinyatakan sesuai dengan koefisien

validitas. Penghitungan uji validitas ini menggunakan bantuan *Statistical Package for the Social Science* (SPSS) dan Microsoft Office Excel.

Ketika pengujian validitas, alat bantu yang di pakai ialah SPSS. Sehingga ketika salah satu alat ukur tersebut memiliki korelasi yang signifikan ketika membandingkan tingkat signifikan dengan item skor terhadap hasilnya maka bisa diberitahukan bahwa alat ukur yang dipakai bersifat valid. Apabila terdapat data yang tidak valid, data yang tadi akan secara otomatis dikeluarkan kemudian pengujian harus melakukan uji ulangan menggunakan sistematis yang sama seperti sebelumnya. Maka dari itu, agar bisa mengetahui apakah korelasi yang diteliti sah ketika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan *level of significant* sebesar 5%.

### **3.8.2.2 Uji Realibilitas**

Uji reliabilitas instrumen penelitian menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* adalah rumus matematis yang digunakan untuk menguji tingkat reliabilitas ukuran, data dikatakan reliabel apabila  $r_{alpha} > r_{tabel}$  dan  $r_{alpha} > r_{tabel}$   $df = (\alpha, n-2)$ . Dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,60 atau lebih (Zahra & Rina, 2018).

### **3.8.3 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi digunakan untuk memberikan *pre-test*, atau uji awal terhadap suatu perangkat atau instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data, bentuk data, dan jenis data yang akan diproses lebih lanjut dari suatu kumpulan data awal yang telah diperoleh, sehingga syarat untuk mendapatkan data yang tidak bisa menjadi terpenuhi (Santoso *et al*, 2018).

### 3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji ini dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu atau perbedaan yang ada yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang kalau digambarkan akan berbentuk lonceng (Santoso *et al*, 2018).

### 3.8.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Suatu model dikatakan memiliki *problem* heteroskedastisitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama. Gejala ini dapat pula diartikan bahwa dalam model terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi tersebut. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas akan digunakan uji *scatterplot* dengan cara mengorelasikan nilai *absolute* residualnya dengan masing-masing variabel independen. Jika hasil nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi  $>$  nilai alpha-nya (0,05), maka model tidak mengalami heteroskedastisitas (Santoso *et al*, 2018).

### 3.8.3.3 Uji Multikolinearitas

Dalam persamaan regresi tidak boleh terjadi multikolinearitas, maksudnya tidak boleh ada korelasi atau hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel bebas yang membentuk persamaan tersebut (Santoso *et al*, 2018). Gejala multikolinearitas dapat diketahui melalui suatu uji yang dapat mendeteksi dan menguji apakah persamaan yang dibentuk terjadi gejala multikolinearitas. Salah satu cara dari beberapa cara untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan menggunakan atau melihat *tool* uji yang disebut *Variance Inflation Factor*

(VIF). Jika nilai kurang dari 10, itu menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinieritas, artinya tidak terdapat hubungan antar variabel bebas.

### 3.8.4 Uji Hipotesis

#### 3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi berganda menyatakan suatu bentuk hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya. Di dalam penggunaan analisis ini beberapa hal yang bisa dibuktikan adalah bentuk dan arah hubungan yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen, serta dapat mengetahui nilai estimasi atau prediksi nilai dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya jika suatu kondisi terjadi (Santoso *et al*, 2018). Regresi linear berganda di notasikan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots$$

**Rumus 3.3** Regresi Linear Berganda

Keterangan:

Y = variabel dependen (variabel respons)

a = nilai konstanta

b = nilai koefisien regresi

X<sub>1</sub> = variabel independen *brand image*

X<sub>2</sub> = variabel independen kedua *electronic word of mouth*

X<sub>3</sub> = variabel independen ketiga *brand awareness*

X<sub>n</sub> = variabel independen ke-n

#### 3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

R Square (R<sup>2</sup>), disebut juga nilai KD, Koefisien Determinasi, nilai yang digunakan untuk melihat sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan

kondisi yang sebenarnya. Nilai ini merupakan ukuran ketepatan/kecocokan garis regresi yang diperoleh dari pendugaan data yang diobservasi atau diteliti. Nilai  $R^2$  dapat diinterpretasikan sebagai persentase nilai yang menjelaskan keragaman nilai Y, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

$$R^2 = \frac{\text{Sum of Square Regression}}{\text{Sum of Square Total}}$$

**Rumus 3 4** Koefisien determinasi

**Sumber:** (Wibowo, 2012:121)

### 3.8.4.3 UJI T

T-test, merupakan hasil pengujian tingkat signifikansi koefisien yang didapat dari nilai koefisien regresi dibagi dengan kesalahan bakunya. Hal ini dirumuskan sebagai berikut:

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

**Rumus 3 5** Uji T

**Sumber:** (Wibowo, 2012:131)

Keterangan:

$b_i$  = Koefisien regresi variabel i

$S_{b_i}$  = Standar kesalahan variabel i

Jika nilai sig < 0,05 artinya  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima dan jika nilai sig > 0,05 artinya  $H_0$  diterima,  $H_1$  ditolak. Dapat juga dengan melihat perbandingan t tabel dengan t hitung. Jika t hitung > t tabel artinya  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima dan jika t hitung < t tabel artinya  $H_0$  diterima,  $H_1$  ditolak.

### 3.8.4.4 UJI F

Menguji signifikansi dengan membandingkan F hitung dengan F tabel dengan rumus berikut:

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2 (n - m - 1)}{m (1 - R^2)}$$

**Rumus 3 6** Uji statistik F

**Sumber:** (Wibowo, 2012)

Keterangan:

n = jumlah responden

m = jumlah variabel bebas

Kaidah pengujian signifikasi:

Jika  $F \text{ hitung} > F_{\text{tabel}}$ , maka tolak  $H_0$  artinya signifikan dan  $F \text{ hitung} < F_{\text{tabel}}$ , terima  $H_0$  artinya tidak signifikan. Jika  $\text{sig} < 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima dan jika  $\text{sig} > 0,05$   $H_0$  diterima,  $H_1$  ditolak.