

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif sebagai metode yang di landasi positivistik (data konkret), datanya mencakup angka yang hendak di ukur dengan statistika didalam peralatan pengujian penghitungan, berkenaan dengan permasalahan yang di teliti didalam menemukan sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2018). Adapun jenis penelitiannya yang di gunakan yakni penelitian asosiatif yang digunakan didalam memahami pengaruhnya ataupun hubungannya diantara variabel. Peneliti menyebarkan kuesioner pada setiap sampel pada penelitian ini.

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Penelitiannya ini sifatnya replikasi, yang mana penelitiannya ini hampir menyerupai penelitian terdahulu yang sudah pernah dilakukan, namun diberikan adanya perubahan ataupun penambahan pada variabel, objek, dan metode analisisnya yang telah di gunakan penelitian yang sebelumnya.

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

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

Dalam penelitian ini ditentukan lokasi penelitian di akan dilakukan di wilayah kota Batam khususnya kepada masyarakat yang memakai *smartphone* Iphone.

### 3.3.2 Periode Penelitian

Waktu melaksanakan sejumlah kegiatan didalam penelitian ini yakni:

**Tabel. 3.1** Periode Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian					
		2022					
		Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1	Pengajuan Judul						
2	Latar Belakang						
3	Tinjauan Pustaka						
4	Metodologi Penelitian						
5	Pembuatan Kuesioner						
6	Olah Data						
7	Simpulan dan saran						
8	Pengumpulan Skripsi dan Jurnal						

**Sumber:** Peneliti, 2022

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari total individu yang mempunyai ciri yang telah ditentukan. Populasi ialah sesuatu yang memiliki jumlah atau karakteristik untuk dipelajari dengan teliti jika peneliti mengharapkan adanya kesimpulan dari suatu hasil yang baik pada objek penelitian peneliti (Sugiyono, 2018). Populasi penelitiannya ini ialah konsumen di kota Batam khususnya yang sudah memakai *smartphone* Iphone yang tidak jelas diketahui secara pasti berapa jumlahnya.

### 3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Peneliti menetapkan sampelnya pada penelitian ini yakni konsumen yang berada di kota Batam khususnya yang telah menggunakan smartphone Iphone yang tidak jelas diketahui secara pasti berapa jumlahnya. Rumus Lemeshow merupakan rumus yang dapat digunakan untuk dapat mengetahui berapa banyak jumlah sampel yang diperoleh.

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{\alpha^2}$$

**Rumus 3.1** Metode Lemeshow

**Sumber :** Peneliti, 2022

Keterangan :

n : jumlah sampel

z : nilai tabel dengan alfa (1,96), dikarenakan tingkat kepercayaannya 95%.

$\alpha$  : alpha (0,1) atau 10% dari tingkat 90% kepercayaan

p : populasi yang tidak di ketahui (0,5)

Berikut merupakan jumlah responden, yang populasinya tidak diketahui, dihitung menerapkan rumus berikut:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{\alpha^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 P(1 - 0,5)}{\alpha^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 0,5(0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,95}{0,01} = 95 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Lemeshow diatas, maka dapat dinyatakan bahwa responden yang digunakan untuk menentukan sampel adalah 95 responden, namun peneliti menggenapkan hingga menjadi 100 responden.

### **3.4.3 Teknik *Sampling***

Teknik yang di terapkan pada metode ini ialah teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. Dimana penentuan pengambilan sampelnya dengan ditetapkan dengan sejumlah karakteristik yakni masyarakat di kota Batam yang menggunakan *smartphone* Iphone. Sejalan dengan perhitungan dengan menerapkan rumus lameshow, maka diperoleh jumlah sampelnya sebanyak 100 responden.

### **3.5 Sumber Data**

Berikut terdapat berbagai sumber datanya yang digunakan dalam penelitian ini ialah:

#### **1. Data Primer**

Perolehan data ini di dapatkan dari peneliti langsung dari sumber aslinya. Datanya di peroleh dari hasil menyebarkan kuesioner pada responden.

#### **2. Data sekunder**

Data diperoleh dari beberapa sumbernya yang sudah melakukan pengumpulan data senelumnya seperti dengan bantuan pihak lainnya ataupun pihak kedua. Hasil data yang telah ada sebelumnya ini dipergunakan untuk data sekunder pada penelitian tersebut.

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2018), Metode ini menggunakan kuesioner sebagai teknik mengumpulkan data yang dijalankan dengan memberikan sekumpulan pertanyaan ataupun pernyataan pada responden untuk di jawab. Kuesioner itu dilakukan dengan menyebarkan pada konsumen melalui google form (Sugiyono, 2018). Penggunaan skala pada kuesioner yakni skala likert menggunakan skalanya untuk mengukur sikap, sudut pandang, serta persepsi individu atau sekelompok orang terkait peristiwa sosial. Model skala pada penelitian ini sebagai berikut dengan memberikan pertanyaan atau informasi kepada responden. Kuesioner disusun berdasarkan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti, sehingga tidak terjadi penyimpangan dari tujuan penelitian

### 3.7 Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel adalah sebuah aspek penelitian yang mana memberikan informasi mengenai bagaimana meneliti sebuah variabel. Tidak hanya dalam meneliti variabel yang diamati saja namun pernyataan hipotesis yang menjelaskan hubungan antar variabel yang telah diprediksi dahulu apakah berupa hubungan kolerasional atau hubungan kasualitas (Pratise & Yuwono, 2018: 32). Secara terperinci ditampilkan definisi operasional variabel ditabel berikut ini:

**Tabel 3.2** Definisi Operasional variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Ekuitas Merek (X)	Nilai produknya yang bisa di lihat dari tanggapan para konsumennya atas sebuah produk (Zhafira & Rachmawati, 2020).	1. Kesadaran merek 2. Asosiasi merek 3. Loyalitas merek (Badjamal, 2019)	Likert

2.	Perilaku Konsumen (Y1)	Perilaku yang langsung bisa di lihat didalam berusaha memperoleh serta menghabiskan barang/layanan, mencakup prosesnya didalam memutuskan yang mendahului perilaku ini (Fadhli <i>et al.</i> , 2021).	1. Budaya 2. Faktor sosial 3. Faktor pribadi 4. Faktor psikologis (Fadhli <i>et al.</i> , 2021)	Likert
3.	Keputusan Pembelian (X3)	Tahapan di mana konsumennya sudah mempunyai sejumlah alternatif pilihan serta bersedia membayar atas suatu produk maupun jasa tersebut (Fitrianna & Aurinawati, 2020).	1. Menganalisa kebutuhan 2. Menilai sumber yang ada 3. Mengidentifikasi alternatif pembelian 4. Perilaku sesudah membeli (Magdalena <i>et al.</i> , 2021).	Likert

**Sumber:** Peneliti, 2022

### 3.8 Metode Analisis Data

#### 3.8.1 Metode Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, statistik deskriptif akan disusun dengan tabel dan dilengkapi dengan penjelasan dengan tujuan pembaca dapat mengerti. Metode analisis data deskriptif akan dilakukan dengan SPSS. Adapun klasifikasi terkait data respondennya yakni jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir serta lama menggunakan *smartphone* Iphone (Ghozali, 2018).

#### 3.8.2 Metode Analisis Kuantitatif

Dalam melakukan kajian penelitian ini, tentunya ada tujuan yang ingin dicapai yaitu data yang dianalisa di harapkan bisa memberi informasi serta bisa di jadikan referensi didalam mempermudah kegiatan penelitiannya. Di dalam mengelola serta mengujikan datanya di gunakan *Partial Least Squares* (PLS).

Penerapan metode ini dikarenakan terdapatnya variabel mediasi yang menghubungkan variabel independen dan dependen. Ada juga tujuan dalam menggunakan metodenya ini yaitu didalam memberi penjelasan terkait adanya hubungan diantara variabel latennya (Latan dan Ghozali, 2016).

### **3.9 Evaluasi Model**

#### **3.9.1 *Outer Model* (Evaluasi Model Pengukuran)**

*Outer model* merupakan pengukuran yang mengujikan validitas dan reabilitas. Uji validitas yaitu untuk menguji apakah kuesioner yang disebarkan sudah akurat atau belum, ketika sudah maka data tersebut akan digunakan untuk penelitian atau pengujian selanjutnya. Uji reabilitas yaitu untuk menguji seberapa konsisten jawaban yang dijawab oleh responden.

##### **3.9.1.1 Uji Validitas**

Salah satu pengukuran yang mengukur sebuah kuesioner valid tidaknya ialah uji validitas. Uji validitas yang di gunakan yakni konvergen dan diskriminan. Validitas konvergen berkaitan dengan prinsip pengukuran dari konstruk harusnya berkorelasi tinggi. Sesuatu indikator di katakan memiliki reliabilitas baik jika *outer loading* nya  $> 0.70$  (Hair *et al.*, 2014).

##### **3.9.1.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas yaitu uji yang dilakukan untuk menilai sejauh mana jawaban responden dapat diandalkan atau dipercaya. Dalam penelitian ini ada 2 cara didalam mengukur instrumen realibel yakni dengan *Cronbach Alpha* dan *Composite Reliability*. Pengukuran akan dianggap realibel ketika *Cronbach Alpha* dengan nilai di atas 0,7 maka akan dikatakan realibel. Sedangkan pengukuran

*Composite Reliability* akan dianggap reliabel ketika memiliki nilai di atas 0,7 (Latan dan Ghozali, 2016).

### **3.9.2 Inner Model (Evaluasi Model Struktural)**

#### **3.9.2.1 Uji *Direct Effects* (Pengaruh Langsung)**

Uji ini di gunakan didalam memberi informasi terkait besaran signifikan satu variabel ke variabel yang lainnya. Untuk melihat korelasi antara variabel maka akan menggunakan tabel *Path Coefficients* yaitu pada kolom *Sample Mean (M)* dan *P-Values*. Jika *P-Values* < 0,05, maka suatu hubungan variabel akan dianggap signifikan dan pengaruh signifikan positif atau negatif dapat dilihat melalui angka *Sample Mean (M)* (Hair *et al.*, 2014).

#### **3.9.2.2 Uji *Indirect Effects* (Pengaruh Tidak Langsung)**

Menurut Latan dan Ghozali (2016), uji ini digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh antara variabel latennya terhadap variabel latennya yang lain secara tidak langsung. Signifikansi dari hubungannya bisa di lihat dari *Total Indirect Effect* yakni dikolom *Sample Mean (M)* dan *P-Values*. Suatu hubungan akan dinyatakan signifikan yaitu angka *P-Values* kurang dari 0,05 dan pengaruh signifikan positif atau negatif dapat dilihat melalui angka *Sample Mean (M)* (Hair *et al.*, 2014).

### **3.10 Goodness of Fit Model**

#### **3.10.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Menurut Latan dan Ghozali (2016), tujuan ujinya ini adalah untuk memperlihatkan kemampuan model menjelaskan variabel dependen serta mengamati besarnya pengaruh variabel independennya ke variabel dependennya.

Apabila nilai *R Square* bernilai 0,25 maka disimpulkan lemah, untuk nilai sebesar 0,5 disimpulkan *moderate*, dan nilai sebesar 0,75 sampai 1 maka model akan disimpulkan kuat atau *strong*. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa ketika nilai *R Square* makin tinggi tentunya di uji makin baik.

### 3.10.2 Uji *Quality Index*

Uji ini berfungsi untuk memperlihatkan suatu model yang diuji baik atau tidak. Uji ini bisa dilihat dari peroleha *Q Square* ( $Q^2$ ). Nilai  $Q^2 > 0.05$  memperlihatkan modelnya memiliki *predictive relevance* yang akurat atas konstruk tertentu sedangkan nilai  $Q^2 < 0.05$  memperlihatkan modelnya kurang memiliki *predictive relevance* (Sarstedt dkk., 2017).