

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif menjadi jenis penelitian yang dipilih oleh penulis. Penelitian ini melakukan analisa data secara kuantitatif yang akan digunakan dalam uji hipotesis dimana hasil analisa tersebut ditetapkan dan akan diambil kesimpulannya (sugiyono, 2018) dengan berlandaskan pada filosofi positif dimana metode penelitian kuantitatif ini akan digunakan untuk melakukan pengujian pada populasi dan sampel untuk membuktikan hipotesis. (Sugiyono, 2020).

3.2 Sifat Penelitian

Sifat dari penelitian ini yaitu melakukan penelitian ulang dimana sebelumnya telah dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan menggunakan indikator, variabel, serta alat analisa yang sama namun objek yang berbeda. Dengan tujuan untuk mendapatkan data mengenai pengaruh dari citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada objek yang berbeda.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi dari penelitian ini yaitu PT Lim Siang Huat terletak di Komplek Inti Batam Business & Industrial Park, Workshop Blok A No. 8-10, Sei Panas, Batam Kota , Kota Batam, Kepulauan Riau. PT Lim Siang Huat adalah perusahaan minuman yang salah satunya minuman ion pocari sweat.

3.3.2 jadwal penelitian

| Kegiatan | 2023 | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------|------|---|-----|----|---|-----|----|----|-----|---|-----|----|----|----|--|
| | Mar | | Apr | | | Mei | | | Jun | | Jul | | | | |
| | 25 | 1 | 8 | 15 | 6 | 13 | 20 | 17 | 24 | 1 | 8 | 15 | 22 | 29 | |
| Latar Belakang | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | |
| Studi Pustaka | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | |
| Menentukan Metode Penelitian | | | | | ■ | | | | | | | | | | |
| Penyebaran Kuesioner | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | |
| Pengolahan Data | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | |
| Kesimpulan | | | | | | | | | | | | | ■ | | |
| Pengumpulan Hasil | | | | | | | | | | | | | | ■ | |

Sumber: Peneliti, 2023

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam

penelitian ini adalah konsumen dari produk Pocari Sweat di Kota Batam, dimana jumlahnya tidak dapat diketahui secara pasti.

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari populasi (Sugiyono, 2019). Teknik yang akan digunakan dalam menentukan jumlah sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik Cochran. Berikut rumus yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel :

Rumus 3.1 Rumus Cochran

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Sumber: (Sugiono, 2019:136)

Keterangan :

n = Jumlah sampel dalam penelitian

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), biasanya 5%

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

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

$$n = 384,16$$

$$n = 385 \text{ Responden}$$

Dari hasil yang ada diatas yang perhitungan sampelnya menggunakan rumus Cochran, ditentukan jumlah sampel yang akan digunakan berjumlah 385 orang.

3.5 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber Data

Sumber data yang akan diambil dari penelitian ini berdasarkan dua jenis yaitu :

1. Data primer Berupa data dari penyebaran kuesioner kepada responden konsumen Pocari Sweat di Kota Batam yang terpilih sebagai sampel.
2. Data sekunder Dalam data sekunder diambil dari pemilik toko itu sendiri, karyawan, buku, atau dokumen yang mana dapat mengumpulkan data atau informasi baik langsung maupun tidak langsung kepada peneliti dalam mengumpulkan informasi.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan yaitu dengan memberikan pernyataan dalam bentuk kuesioner yang nantinya akan disebarluaskan kepada konsumen dari pocari sweat di Kota Batam. Kuesioner yang digunakan dalam bentuk pernyataan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pernyataan merupakan jawaban-jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis. Respons dari pernyataan ini diskorkan sesuai skala Likert.

Tabel 3.2 Skala Likert

| Skala Likert | Kode | Nilai |
|---------------------|-------------|--------------|
| Sangat Setuju | SS | 5 |
| Setuju | S | 4 |
| Netral | N | 3 |
| Tidak Setuju | TS | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | STS | 1 |

3.6 Operasional Variabel

3.6.1. Variable bebas (variable Independen)

1. Menurut (Veronika & Hikmah, 2020: 215) citra merek terdiri dari tujuh indikator, yaitu:

1. Produk Berkualitas.
2. Saluran (Media) promosi
3. Waktu dalam promosi
4. Frekuensi Promosi

2. Terdapat indikator yang dapat diukur dalam kualitas produk yaitu (Darsono & Husda, 2020) :

4. Kinerja.
5. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan.
6. Kesan kualitas.
7. Ketahanan.
8. Keandalan.

9. Keringanan dalam reparasi Desain.

3. Menurut Rizqillah dan Kurniawan terdapat 4 indikator dalam melakukan promosi: (Wau, 2020)

5. Komunikasi dalam Promosi.
6. Saluran (Media) promosi
7. Daya tahan

3.6.2 Variabel Dependen

Variabel dependennya Menurut (Kotler Phillip, 2021) terdapat beberapa indikator dalam keputusan pembelian sebagai berikut:

1. Hubungan lingkungan
2. Perbedaan dan dampak individu
3. Proses psikologi

Table 3.2 Operasional Variabel Penelitian

| Variabel | Definisi | Indikator | Skala |
|----------------------|--|--|---------------|
| Citra Merek (X1) | Perwakilan dari semua anggapan terkait merek dan digagas dari sumber data serta pengalaman terhadap merek itu | <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk Berkualitas. 2. Saluran (Media) promosi 3. Waktu dalam promosi 4. Frekuensi Promosi | <i>Likert</i> |
| Kualitas produk (X2) | Pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja. 2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan. 3. Kesan kualitas. | <i>Likert</i> |

| | | | |
|-----------------------|---|---|---------------|
| | | <ol style="list-style-type: none"> 4. Ketahanan. 5. Keandalan. 6. Keringanan dalam reparasi Desain. | |
| Promosi (X3) | Aliran data atau pengarahan seseorang atas aktivitas yang melahirkan pertukaran didalam pemasaran | <ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikasi dalam Promosi. 2. Saluran (Media) promosi 3. Daya tahan | <i>Likert</i> |
| Keputusan pembeli (Y) | Tahapan penentuan keputusan pembelian dimana konsumen melangsungkan pembelian | <ol style="list-style-type: none"> 4. Hubungan lingkungan 5. Perbedaan dan dampak individu 6. Proses psikologi | <i>Likert</i> |

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Statistik Deskriptif

Dari buku (Sugiono, 2019) mengatakan bahwa *descriptive statistics* memiliki pengertian yaitu sebuah statistik yang mendeskripsikan atau menggambarkan data dengan tujuan menganalisa data sebagai bahan dalam penelitian, lalu dengan data yang sudah didapatkan akan digunakan untuk meneliti apakah variabel yang digunakan masuk kedalam kategori yang telah dijabarkan sebelumnya. Berikut adalah rumus yang akan digunakan untuk deskriptif ini.

Rumus 3.2 Rentang Skala

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

Sumber: Umar dalam (Sari & Wasiman, 2020)

Keterangan :

RS = Rentang skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah dari seluruh opsi tanggapan

Hal pertama yang harus dilakukan untuk mendapatkan rentang skala yaitu dengan cara menentukan skor minimum dan skor maksimum terlebih dahulu. Total sampel yang telah didapatkan dari perhitungan sebelumnya yaitu 385 responden. Nilai rentang skala yang didapatkan yaitu:

$$RS = \frac{385 (5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{385 (4)}{5}$$

$$RS = 308$$

Dari perhitungan di atas, maka jumlah rentang skalanya adalah 308.

| No. | Rentang Skala | Kriteria |
|-----|---------------|---------------------|
| 1 | 385 – 693 | Sangat Tidak Setuju |
| 2 | 694 – 1001 | Tidak Setuju |
| 3 | 1002 – 1309 | Netral |
| 4 | 1310 – 1617 | Setuju |
| 5 | 1618 – 1925 | Sangat Setuju |

Sumber: Penulis, 2023

3.7.2 Uji Kausalitas Data

3.7.2.1 Uji Validitas

Suatu kuesioner akan diuji terlebih dahulu apakah pada tiap pernyataanya valid atau tidak sebelum disebarikan kepada responden. Validnya suatu kuesioner ditentukan dengan melihat apakah pernyataan ini ketika digunakan mampu

mengungkapkan suatu yang diukur kuesioner tersebut. Pengukuran ini dilihat dengan membandingkan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} melalui r_{tabel} pada *degree of freedom* (df) = $n - k$, n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel.

Landasan Pengujian validitas yaitu:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (dengan sig. 0,05) variabel terhitung valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (dengan sig. 0,05) variabel terhitung tidak valid

3.7.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi ketika dilakukan pengukuran dengan menggunakan kuesioner apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih dengan masalah dan alat ukur yang sama (Priyanto, 2018).

Apabila respon yang didapatkan atas pernyataan tidak berubah maka data akan digolongkan reliabel. Program SPSS digunakan untuk melakukan uji reabilitas dengan menggunakan Teknik *Alpha Cronbach* (α) dengan keputusan data realibel apabila $\alpha > 0,60$

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

3.7.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan bertujuan membuktikan mengenai variabel independen dan variabel dependen apakah berdistribusi normal pada model regresi atau tidak. Uji ini dibutuhkan karena apabila data berdistribusi normal, maka terbukti bahwa data tersebut masuk kedalam populasi (Hatma & Nainggolan, 2021)

Uji normalitas yang akan dilakukan pada penelitian ini yaitu uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Untuk tolak ukur dari pengujian ini maka digunakan ketentuan sebagai berikut :

1. Jika nilai Asymp. Sig < 0,05, maka data dalam penilitan berdistribusi tidak normal
2. Jika nilai Asymp. Sig > 0,05, maka data dalam penelitian berdistribusi normal

3.7.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik digambarkan oleh tidak terjadinya korelasi antar variabel independen. Pengujian ini berlandaskan dengan nilai VIF (Variance Expansion Factor) dikatakan apabila nilai VIF berada dibawah 10 dan nilai toleransinya mendekati 1 maka dinilai tidak terjadi multikolinearitas (V.W Sujarweni, 2019).

3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui keadaan mengenai apakah ada atau tidak kesamaan antar varian dari nilai residual pada suatu penelitian terhadap penelitian lainnya. Uji ini dilakukan dengan mengamati grafik *scatterplot* hasil dari perhitungan SPSS (Sabrudin & Suhendra, 2019).

3.7.4 Uji Pengaruh

3.7.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini bertujuan dalam menentukan pengaruh antara variabel independen yaitu citra merek (X1), kualitas produk (X2), serta promosi (X3) dan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen. Selain itu, analisis regresi digunakan untuk mengetahui uji validitas hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini (V.W Sujarweni, 2019). Tujuan yang ingin dicapai dari analisis ini yaitu mendapatkan hasil dari penentuan antara pengaruh variabel independent dengan dependen baik secara parsial maupun secara langsung.

Regresi ini dirumuskan:

Rumus 3.3 Persamaan Regresi

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

Sumber: (V Wiratna Sujarweni, 2019)

Keterangan:

Y = Variable dependen

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

a = Nilai konstantal

$b_1...b_3$ = Nilai koefisien regresi

X_1, X_2, X_3 = Variabel independen

e = Standar error

3.7.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan yang dimiliki dari uji ini yaitu mengukur seberapa besar *presentase* sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinan yaitu dimulai dari nol sampai satu (0-1). Jika nilai R^2 mendekati angka 1 maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika R^2 mendekati angka 0 maka semakin lemah variasi variabel independen menerangkan variabel dependen.

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji T (Uji Parsial)

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk mencari tau apakah masing-masing dari variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Pada uji T ini akan diketahui tingkat pengaruh signifikan koefisien variabel bebas terhadap variabel terikat baik secara parsial ataupun terpisah (Winarno & Andjarwati, 2019).

Tolak ukur dalam pengujian ini ialah :

1. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$
2. H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

Rumus 3.4 Uji T

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Sumber : (Winarno & Andjarwati, 2019)

Keterangan:

b_i = Koefisien regresi variable

S_{b_i} = Standard error variable

3.8.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mencari tau apakah tiap variabel independen pada penelitian memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen (Manoy et al., 2021).

Rumus 3.5 Uji F

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

Sumber: Sunyoto dalam (Winarno & Andjarwati, 2019)

Keterangan:

f_h = Nilail uji f

R^2 = Koefisien korelasi berganda

k = Jumlahl variabell lindependen

n = Jumlah sampel

Tolak ukur yang digunakan pada uji ini ialah:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.