

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif, yang menggambarkan dan menerangkan setiap tujuan didalam pengaruh iklan, *brand image* dan kualitas produk terhadap minat beli pada produk Scarlett. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menciptakan uraian dengan gambaran yang sistematis, realistis, dan akurat mengenai peristiwa, sifat, dan hubungan antar fenomena yang diteliti (Irawan, 2020)

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat replikasi dan merupakan penelitian berkelanjutan dengan menggunakan banyak variabel, indikator, tujuan penelitian, dan analisis data yang sama seperti pada penelitian sebelumnya.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Survei ini akan dilakukan di Batam yaitu Kota Batam Kepulauan Riau Indonesia.

3.3.2 Periode Penelitian

Tabel 3 1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Sep 2023	Oct 2023				Nov 2023		Dec 2023			Jan 2024			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14

Pengajuan Judul dan Objek Penelitian	■																			
Pengambilan Data		■	■	■																
Studi Pustaka				■	■	■														
Metodologi Penelitian						■	■													
Penyusunan Kuesioner							■	■												
Penyebaran Kuesioner								■	■	■										
Pengolahan Data										■	■	■	■	■						
Penyelesaian Penelitian																				■

3.4 Populasi dan Sample

3.4.1 Populasi

Populasi adalah himpunan semua orang, objek, dan ukuran lain yang mungkin menjadi subjek perhatian dalam suatu penelitian (Suharyadi and Purwanto S. K., 2016). Dalam penelitian ini populasi yaitu seluruh konsumen produk Scarlett di Kota Batam.

3.4.2 Sample

Menurut Siyoto & Sodik (2015) sampel adalah sebagian dari jumlah dan ciri-ciri suatu populasi atau sebagian kecil dari anggotanya yang diambil menurut prosedur

tertentu agar dapat mewakili populasi. Data yang terkumpul dalam penelitian ini nantinya dapat mewakili populasi penelitian yaitu seluruh konsumen produk Scarlett di Kota Batam.

3.4.2.1 Teknik Penentuan Besaran Sample

Dalam penelitian ini, jumlah besaran sample tidak diketahui karena banyaknya individu yang tinggal di Kota Batam. Sehingga tidak dapat diketahui banyaknya masyarakat Kota Batam yang menggunakan produk Scarlett. Maka rumus yang akan di gunakan yaitu rumus *Jacob Cohen*. Jika ingin mengetahui besar dan jumlah populasi maka rumus *Jacob Cohen* adalah yang paling mendekati seperti dibawah ini:

$$N = L/F + U+1$$

Rumus 3.1 Jacob Cohen

Keterangan:

N = Ukuran sample

F = Effect size

U = Banyaknya ubahan yang terkait dalam penelitian

L = Fungsi power dari U, diperoleh dari table power

Maka dengan formula tersebut diperoleh ukuran sampel $N = 19,76 / 0,1 + 5 + 1 = 203,6$. Jadi dibulatkan 204.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode pengambilan sampel *non-probabilitas*. Metode pengambilan sampel probabilitas rendah digunakan Itu adalah *convenience sampling*. Metode *convenience sampling* adalah sampel responden berdasarkan waktu dan tempat peneliti bertemu dan memenuhi kriteria sampel. Dimana tujuan penggunaan metode ini, untuk lebih memudahkan peneliti dalam menghimpun data dengan melakukan penyebaran kuesioner melalui *Google Form* yang nantinya untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam mendukung hasil penelitian ini.

3.5 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2019:194) sumber data dibedakan menjadi 2, yaitu :

1. Data primer adalah data yang diperoleh melalui wawancara atau pengisian kuesioner, artinya sumber data ini langsung memberikan data kepada peneliti.
2. Data sekunder artinya peneliti tidak menerima data langsung dari sumber datanya.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah melakukan penyebaran kuesioner. Menurut Sugiyono (2017) kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pemberian serangkaian pertanyaan atau jawaban tertulis kepada responden. Peneliti menggunakan *Skala likert*. Menurut Sugiyono (2017) *Skala Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap fenomena sosial. Kuisisioner dalam penelitian ini

menggunakan skala likert, variable yang diukur dan dijelaskan adalah variable indikator.

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RR)	3
4	Tidak setuju (TS)	2
5	Sangat tidak setuju (STS)	1

3.7 Definisi Operasional Variable Penelitian

3.7.1 Variable Independen (X)

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel independent atau variable bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau terjadinya variabel terikat. Adapun yang menjadi variable X dalam penelitian ini yaitu iklan (X1), *brand image* (X2), kualitas produk (X3).

3.7.2 Variable Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2017:39) variabel terikat adalah suatu variabel yang dipengaruhi baik sebagai akibat dari variabel yang dipengaruhi tersebut maupun karena adanya variabel bebas. Dikatakan terikat dikarenakan munculnya variable bebas, Variable dependen dalam penelitian ini yaitu minat beli (Y).

Tabel 3.3 Operasional Variabel

Variable	Definisi	Indicator	Skala
Iklan (X1)	Iklan merupakan suatu informasi yang ditayangkan oleh perusahaan untuk memperkenalkan sebuah produk kepada masyarakat dengan tujuan untuk menarik minat beli..	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan informasi • Membujuk • Peningat 	Skala likert
Brand Image (X2)	Brand image salah satu nilai perusahaan yang mampu mempengaruhi dan memberikan kesan pada konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> • Atribut • Manfaat • Nilai 	Skala likert
Kualitas Produk (X3)	Kualitas produk adalah semua sisi karakteristik satu produk yang mencantumkan daya tahan,nilai, keandalan dan berbagai dimens yang tercantum didalamnya.	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian • Kinerja • Keamanan 	Skala likert
Minat beli (Y)	Minat beli adalah sifat pelanggan yang mempunyai hasrat dalam menentukan dan memanfaatkan suatu produk untuk di konsumsi atau digunakan.	<ul style="list-style-type: none"> • Minat transaksional • Minat referensial • Minat preferensial 	Skala likert

3.8 Metode Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk menggambarkan teknik yang digunakan peneliti dalam menganalisis data yang dikumpulkan. Ini juga termasuk dalam uji coba.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menginformasikan atau menjelaskan variabel bebas yaitu iklan, *brand image* dan kualitas produk dan variabel terikat yaitu minat beli. Ukuran deskriptif yang biasa digunakan untuk mendeskripsikan data penelitian adalah frekuensi dan rata-rata (Aristina, 2020:116).

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini diambil berdasarkan hasil jawaban setiap responden yang sudah menerima kuisioner sebagai konsumen Scarlett. Hasil kuisioner akan diolah dengan menggunakan statistik deskriptif untuk menjelaskan hasil data. Sebelum melakukan analisis deskriptif, terlebih dahulu membuat rentang skala yang akan menjadi panduan analisis deskriptif. Menghitung rentang skala, yaitu:

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

Rumus 3.2 Rentang Skala

Keterangan:

RS = Rentang skala

n = jumlah sampel

M = Jumlah alternatif jawaban per sampel

$$\begin{aligned} RS &= \frac{204(5 - 1)}{5} \\ &= \frac{204(4)}{5} \\ &= 163,2 \end{aligned}$$

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji validitas Data

Pengujian keabsahan data merupakan teknik pengukuran yang ditujukan untuk hal tersebut.tentukan keakuratan dengan alat pengukur. Dengan signifikan 0,05 kriteria datanya dikatakan valid apabila:

1. r hitung $>$ r Tabel, item yang di tanyakan berkorelasi signifikan dan valid.
2. r dihitung $<$ r Tabel, item yang di tanyakan berkorelasi tidak signifikan dan tidak valid.

3.8.2.2 Uji Reabilitas

Uji reabilitas dipergunakan didalam menunjukkan konsistensinya sesuatu data yang di ukurkan lebih dari satu kali. Rumus reabilitas didalam perhitungan:

$$A = \frac{K \cdot r}{1 + (K-1) \cdot r}$$

Rumus 3.3 Uji Reabilitas

Keterangan:

A = Reabilitas

K = Jumlah item reabilitas

r = Rata-rata korelasi antar item

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Menguji distribusi antar variabel normal mandiri dan tergantung dalam penelitian. Jika masih ada normalitas, residual terdistribusi secara normal dan independent

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji ini mempunyai tujuan didalam mengikuti model regresinya yang di temukan berkolerasi diantara variabel independennya. Uji ini di lakukan dengan mengamati tolerance atau VIF. Multikolinearitas terjadi jika $VIF > 10$ atau toleransi $< 0,10$.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Suatu model dikatakan memiliki masalah varians yang tidak seragam jika besaran variansnya berfluktuasi. Gejala ini mungkin juga menunjukkan adanya distribusi yang tidak merata pada varians sisa pengamatan dalam model regresi. Dalam penelitian ini, kami menetapkan residu absolut dari setiap variabel independen dan menerapkan teknik Park-Gleyser untuk menguji varians yang tidak seragam. Ketika signifikansi nilai probabilitas melebihi alpha (0,05), model tidak menunjukkan varians heterogen. Wibowo (2012) Untuk mengetahui apakah variance observasi dari satu model regresi dengan model regresi yang lain sama, dilakukan uji unequal variance. Data heterogen diartikan sebagai data yang berbeda antara sisa pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lain (Ghozali, 2013: 139).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Alamsyah and Yasra 2018) model regresi linear berganda dengan sendirinya menyatakan suatu bentuk hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya.

Persamaan linear berganda sebagai berikut:

Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen

α = Konstanta

X1, X2 dan X3 = Variabel independen

b = Nilai koefisien regresi

3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Analisis ini digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah persentase pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Jadi koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Koefisien tersebut dapat diartikan sebagai besaran proporsi atau persentase beragam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas (Alamsyah and Yasra 2018). Uji R² (koefisien determinasi) ini untuk melihat kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen. Nilai R² mempunyai *range* antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu).

3.9 Uji Hipotesis**3.9.1 Uji Parsial (Uji T)**

Menurut (Ghozali, 2018) uji parsial (t-test) pada umumnya dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui perbandingan antara t hitung dengan t table pada tingkat signifikan α 5%. (Sugiyono, 2019:248).

Rumusnya sebagai berikut:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Rumus 3.5 Uji T

Keterangan:

t = nilai uji t hitung yang akan dibanding dengan

t tabel r = koefisien korelasi

r^2 = koefisien

determinasi n = jumlah sampel

Terdapat langkah-langkah analisis uji parsial adalah sebagai berikut apabila

1. $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh pada variabel dependen.
2. $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh pada variabel dependen.

3.9.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen dan untuk mengukur keakuratan fungsi regresi sampel dalam memperkirakan nilai sebenarnya melalui *goodness of fit*. Hipotesis akan diuji pada tingkat signifikansi 0,05.

\