

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menggali lebih dalam pada sekelompok orang atau contoh tertentu, studi ini mengadopsi metode penelitian berbasis angka yang secara khusus fokus pada proses pengukuran. Sejumlah tugas pengukuran menjadi penekanan utama penelitian ini. Dalam penelitian kuantitatif, konsep ilmiah yang sudah mapan memberikan dasar hipotesis yang diuji dengan menggunakan alat penelitian (Sugiyono, 2015).

Hasil pengukuran dapat dinyatakan untuk melihat bagaimana data empiris dan produk akhir berkorelasi. Tujuan penelitian kuantitatif adalah untuk menemukan korelasi antar variabel tingkat populasi. Aspek-aspek yang menjadi objek kajian dan dapat dimanfaatkan untuk menjawab permasalahan atau pertanyaan yang diajukan peneliti menjadi fokus utama penelitian kuantitatif. Daripada berkonsentrasi pada produk akhir, penelitian kuantitatif ini mengkaji bagaimana proses penelitian dilakukan.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini ialah replikasi penelitian sebelumnya, menunjukkan bagaimana teknik diterapkan secara serupa dan tepat sesuai dengan latar penelitian. Meskipun serupa dengan penelitian lain, namun terdapat perbedaan yaitu dalam variabel, objek, dan waktu.

3.3 Lokasi Dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

In Parfume Kota Batam menjadi objek dari penelitian ini. Dengan demikian penelitian ini memfokuskan pada objek penelitiannya saja. In Parfume beralamat di Jln. Sei Panas Ruko Bengkong Aljabar Blok D No.07 Batam, dan inti dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dampak merek, kepercayaan, dan kualitas produk dalam membentuk keputusan pembelian para konsumen.

3.3.2 Periode Penelitian

Periode penelitian dimulai dari akhir bulan September tahun 2023 hingga awal februari tahun 2024. Berikut adalah priode penelitiannya:

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan	Priode Penelitian					
	Sep	Okto	Nov	Des	Jan	Feb
Pengajuan Judul						
Studi Pustaka						
Metode Penelitian						
Kuesioner						
Pengolahan Data						
Kesimpulan dan pengumpulan						

Sumber: Peneliti, 2023

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2015) populasi mengacu pada jumlah dari keseluruhan individu yang memiliki karakteristik tertentu yang telah di tentukan sebelumnya.

Penelitian harus dilakukan pada populasi yang memiliki jumlah atau ciri yang dapat diukur agar dapat menghasilkan hasil yang kredibel. Meskipun jumlah pasti partisipan belum diketahui secara pasti, penelitian ini akan fokus pada pembeli parfum di Kota Batam sebagai kelompok sampelnya.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sample

Dari (Sugiyono, 2015) segi ukuran dan komposisi, sampel mewakili populasi secara luas. Peneliti biasanya percaya bahwa ketika mereka memilih sampel dari suatu populasi, sampel tersebut akan secara akurat mencerminkan semua atribut yang ada dalam keseluruhan. Objek yang dapat diukur adalah apa yang dimaksud dengan kata “elemen”. Yang termasuk dalam unsur populasi terpilih adalah sampel. Melakukan observasi dengan menerapkan sampel mempunyai beberapa manfaat, seperti:

1. Multi studi lebih baik karena membuat informasi lebih mudah dianalisis, memfasilitasi pengawasan yang lebih efisien, dan menghasilkan pengolahan data yang lebih andal, maka teknik studi kohort adalah pilihan yang lebih baik.
2. Menyampaikan hasil penelitian lebih efisien, mengurangi selisih waktu antara kebutuhan akan informasi dan ketersediaan informasi.

Peneliti menggunakan metode pengambilan sampel untuk memilih sampel yang mewakili atau merupakan bagian dari populasi saat ini, Karena ketidakpastian mengenai ukuran populasi penelitian, maka rumus *Lemeshow* diterapkan untuk menentukan ukuran sampel yang sesuai, yaitu:

Rumus 3.1 Lemeshow

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Sumber: (Ketut Swarjana, 2023)

Keterangan:

n= Jumlah Sampel

z= Skor z kepercayaan 95% atau 1,96

p= Maksimal Estimasi (50% atau 0,5)

d= Tingkat Kesalahan (10% atau 0,01)

Dari rumus tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

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

$$n = \frac{3,8416(0,25)}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sampel berjumlah 96 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Seperangkat aturan untuk mengambil sampel disebut metodologi pengambilan sampel. Pengambilan sampel probabilitas dan pengambilan sampel non-probabilitas adalah dua pendekatan utama dalam pengambilan sampel. Agar setiap wakil dari populasi memiliki peluang setara untuk ikut serta dalam sampel akhir, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yakni cara pengambilan sampel yang bersifat non-probabilitas (Sugiyono, 2015).

3.5 Sumber Data

Sumber data yang di ambil dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Informasi yang dikumpulkan langsung dari sumbernya sering disebut sumber asli disebut dengan data primer.. Sumber atau data Itu tidak ditawarkan dalam bentuk file. Menurut (Sugiyono, 2015) Melalui survei, wawancara, dan kuesioner, peneliti memperoleh data primer. Responden diberikan kumpulan pertanyaan atau pernyataan yang telah dihasilkan dengan menggunakan indikator variabel penelitian sebagai dasar kuesioner. Keputusan untuk menggunakan kuesioner dibuat karena, dalam kondisi dunia nyata, mungkin sulit bagi peneliti untuk melakukan wawancara dengan setiap responden yang tersebar dalam jarak yang jauh dan memiliki waktu yang terbatas. Survei digunakan untuk menyelidiki perilaku individu atau fenomena kelompok karena merupakan penyelidikan kuantitatif. Salah satu cara survei mengumpulkan informasi adalah dengan menggunakan kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan bahan tekstual yang dikumpulkan selain sumber aslinya. Buku, jurnal, terbitan berkala, tinjauan pustaka, internet, dan sumber tertulis lainnya merupakan tempat umum untuk menemukan data sekunder semacam ini, yang mencakup informasi yang telah digunakan dalam penelitian sebelumnya (Sugiyono, 2015).

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data terkait dengan pengaruh kualitas produk citra merek, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian menggunakan skala likert. Skala Likert digunakan sebagai skala pengukuran dalam survei ini. Menurut (Sugiyono, 2015) Salah satu cara untuk mengukur suatu konsep atau variabel adalah dengan menggunakan skala likert, yang mengumpulkan tanggapan masyarakat tentang perasaan mereka terhadap pernyataan yang berkaitan dengan indikator tersebut. Saat menggunakan analisis kuantitatif, skor diberikan untuk setiap jawaban. Setiap indikator dinilai menggunakan skala likert dengan nilai berkisar antara 1 hingga 5, dimulai dari tingkat ketidaksetujuan yang sangat tinggi (STS) hingga tingkat persetujuan yang sangat tinggi (SS). Berikut ini adalah tanggapan skala likert yang dikumpulkan dari survei tersebut.

Tabel 3.2 Penentuan Skala Jawaban Kuesioner

No	Pernyataan	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, 2015)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional mengaju kepada penentuan makna, definisi fungsi dan penyediaan operasi yang dibutuhkan dalam pengukuran suatu variabel. Adapun variabel yang dimaksud yaitu:

1. Kualitas Produk (X_1) merupakan aspek yang memengaruhi keseluruhan kepuasan pelanggan. Salah satu komponen yang berkontribusi terhadap

kebahagiaan pelanggan, yang pada gilirannya mempengaruhi pilihan pembelian, adalah standar kualitas produk yang tinggi.

2. Citra Merek (X_2) merupakan perantara yang mampu mempengaruhi lingkungan sosial dan terhadap keputusan pembelian barang yang memiliki nilai tinggi.
3. Kepercayaan (X_3) merupakan bentuk harapan yang baik bukan hanya melalui perkataan, perbuatan atau keputusan. Kepercayaan dapat terjadi setiap saat, memutuskan untuk membiarkan seseorang bergantung pada orang lain.
4. Keputusan Pembelian (Y) merupakan individu dalam menagmbil keputusan pembelian produk yang mereka minati.

Tabel 3.3 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X_1)	Kualitas produk ialah landasan kepercayaan konsumen; kualitas juga dapat didefinisikan sebagai sesuai dengan tujuan, memenuhi persyaratan, dan memenuhi harapan atau ekspektasi konsumen. (Saragih, 2022)	1. Ketahanan 2. Keandalan 3. Kesan Kualitas	Likert
Citra Merek (X_2)	Ketika orang memikirkan merek tertentu, mereka sering kali membayangkan gambaran mental tertentu. Koneksi ini dapat berkembang secara alami seiring berjalannya waktu sebagai akibat dari representasi mental tertentu dari merek, misalnya ketika identitas seseorang terhubung dengan identitas orang lain (Hastoko & Wati, 2022).	1. <i>Reputation</i> (Nama baik). 2. <i>Recognition</i> (pengenalam) 3. <i>Brand loyalty</i> (loyalitas merek)	Likert
Kepercayaan (X_3)	Kepercayaan ialah bentuk keyakinan pada kemampuan	1. integritas (integrity)	Likert

	penyedia layanan untuk memenuhi janjinya dan memenuhi kebutuhan klien (Mutammam dkk., 2022).	2. konsistensi (consistency) 3. keterbukaan (openness)	
Kepuasan Pembelian (Y)	Kepuasan pembelian mencerminkan keadaan individu ketika mereka membuat keputusan untuk membeli produk yang sangat diminati. Pengambilan keputusan pembeli adalah prosedur untuk memilih satu solusi dari serangkaian alternatif untuk mengatasi suatu masalah. (Arianto & Octavia, 2021).	1. Kemantapan membeli setelah mengetahui Informasi produk; 2. Memutuskan membeli karena merek disukai; 3. Membeli karena sesuai keinginan dan kebutuhan; 4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain;	Likert.

Sumber: Peneliti, 2023

3.8 Metode Analisis Data

Dengan menggunakan analisis ini adalah cara untuk menganalisis informasi dalam eksplorasi ini. Teknik ini dapat mempermudah penulis dalam meneliti terkait pengaruh beberapa variabel yaitu independen dan juga dependen. Analisis ini dapat dilakukan setelah data terkumpul dari populasi kemudian setelahnya dilakukan analisis data untuk dapat menguji hipotesis. SPSS versi 25 ialah salah satu program yang dirancang untuk menganalisis data untuk itu peneliti memanfaatkan fitur SPSS untuk dapat menguji hipotesis dalam penelitian ini.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Saat mempelajari data, statistik deskriptif berguna karena menawarkan ringkasan atau deskripsi informasi yang dikumpulkan tanpa berusaha menggeneralisasi atau menarik kesimpulan yang luas (Sugiyono, 2015). Tabel,

grafik, dan diagram lingkaran hanyalah beberapa representasi visual dari data yang dapat dihasilkan melalui pemrosesan data. Perhitungan statistik seperti median, modus, mean, persentase, dan deviasi standar juga dapat digunakan untuk menunjukkan bagaimana data didistribusikan.

Metode selanjutnya menggunakan analisa statistik untuk memperoleh hasil datanya yang kemudian mendeskripsikan data tersebut dengan menggunakan kedua variabel yaitu dpeneden dan independen serta merumuskan hopotesis deskriptif ataupun jawaban terkait masalah penetian. Untuk memperkirakan rentang skala dalam penelitian ini menggunakan persamaan yaitu:

Rumus 3.1 Rentang Skala

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

Sumber:1(Sugiyono, 2015)

RS= Rentang Sekala

n= Total Sampel

m= Total Alternatiff jawaban

Rentang sekala ditetapkan dengan menetapkan skor minimum dan maksimum. Penelitian ini melibatkan sampel sebanyak 100 orang, dan setiap instrumen memiliki 5 pilihan jawaban alternatif yang berbeda untuk setiap item.

Hasil skala penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$RS = \frac{400}{5}$$

$$RS = 80$$

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

Sumber: Peneliti 2023

3.8.2 Uji Kualitas Instrumen

3.8.2.1 Uji Validitas

Validitas adalah pengujian yang mengevaluasi seberapa efektif kuesioner yang diberikan dapat mengungkapkan data atau informasi yang diinginkan. Seberapa baik suatu tes mengukur konstruk yang dimaksudkan adalah ukuran validitasnya, dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,005 (Nini Ibrahim & Prima Gusti Yanti, 2017). Pengujian validitas dapat dilakukan dengan memanfaatkan bantuan perangkat lunak SPSS. Berikut adalah tahapan dalam proses pengambilan keputusan untuk menguji keabsahan indikator tersebut (Nini Ibrahim & Prima Gusti Yanti, 2017). Jika nilai hitung lebih besar dari nilai tabel, maka elemen-elemen dalam pernyataan atau pertanyaan pada setiap variabel dianggap bersahabat secara serius dengan total skor elemen dan juga diakui sebagai sah. Jika nilai rhitung lebih kecil dari rtabel, maka pernyataan atau pertanyaan dianggap tidak memiliki hubungan yang mencolok dengan skor total item dan dianggap tidak valid.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Keandalan didefinisikan sebagai penilaian yang sama menghasilkan hasil yang sama ketika dilakukan lebih dari satu kali. Kepercayaan hasil pengukuran pun

tercermin dalam reliabilitas. Pengujian reliabilitas, seperti menggunakan *Cronbach's alpha*, digunakan untuk menilai dan mengukur tingkat konsistensi dari instrumen pengukuran, dengan batasan bahwa nilai *Cronbach's alpha* $>0,6$ dianggap sebagai indikasi reliabilitas yang baik (Rizka Hendriyani, 2017).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas tujuannya adalah mengetahui apakah nilai sisa itu mengikuti distribusi yang normal. Model regresi yang paling diinginkan adalah model regresi yang membawa residu dengan distribusi normal, karena kita tidak menguji kewarasan normalitas pada setiap variabel secara terpisah. Sebaliknya, kita memeriksa kenormalan nilai residu secara keseluruhan (Ma'aruf Abdullah, 2021).

Diagram distribusi residu standar, *uji chi-kuadrat*, dan *metode Kolmogorov-Smirnov* bisa dipakai buat mengevaluasi kenormalan. Apabila skor Z dari uji *Kolmogorov-Smirnov* kurang dari 2, sebanding dengan angka di tabel Z, maka kurva nilai sisa terstandarisasi sesuai. Di samping itu, nilai probabilitas Sig (2 sisi) juga mesti lebih tinggi daripada α ; Sig $> 0,05$ (Ma'aruf Abdullah, 2021).

3.8.3.1 Uji Multikolinieritas

Jika hubungan antar variabel independen dalam suatu model regresi sangat erat atau nyaris tak terbantahkan, maka model tersebut dianggap sedang berada dalam pangkuan keseragaman korelasi, atau dalam istilah populernya, "bergandengan tangan". Dalam wujud model regresi yang diimpikan, ikatan antar

variabel independen memang semakin mendekati nilai satu, tapi jangan sampai kelewat mesra atau malah menjadi dingin membeku. Sekilas nilai faktor inflasi varians dapat membantu menentukan apakah model regresi bersifat multikolinear (Ipa Hafsiyah Yakin, 2023).

1. Bila $VIF > 10$, hal ini menunjukkan adanya indikasi multikoliniritas.
2. Bila $VIF < 10$, hal ini menunjukkan tidak adanya indikasi multikoliniritas.

3.8.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Adanya varians residual yang tidak sama antara dua observasi dalam suatu model regresi disebut heteroskedastisitas. Tanpa adanya heteroskedastisitas, model regresi adalah ideal. Uji Glejser merupakan salah satu uji yang dapat mendeteksi heteroskedastisitas. Analisis regresi dijalankan pada variabel independen dan nilai residu absolut digunakan untuk melakukan pengujian ini. Heteroskedastisitas tidak terjadi apabila nilai signifikansi residu absolut lebih besar dibandingkan nilai signifikansi variabel independen (Sugiyono, 2015)

3.9 Uji Hipotesis

Jika Anda ingin melihat apakah hipotesis penelitian Anda benar, Anda harus melihat seberapa signifikan koefisien regresi linier berganda. Pentingnya hasil penelitian diuji dengan menggunakan pengujian hipotesis statistik. Signifikansi ini menunjukkan seberapa besar kesalahan yang mungkin terjadi saat melakukan generalisasi dari sampel penelitian.

3.9.1 Uji Regresi Linear Berganda

Mengeksplorasi dampak variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat dan meramalkan nilai variabel terikat dengan mempertimbangkan faktor-faktor bebas secara bersamaan adalah esensi dari analisis regresi linier berganda. Banyak praanggapan yang menjadi dasar regresi linier berganda, misalnya nilai residu mengikuti distribusi normal, model regresi tidak menunjukkan autokorelasi, heteroskedastisitas, atau multikolinearitas, dan tidak terdapat multikolinearitas.

Rumus 3.2 Persamaan Regresi Linier Berganda

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

Sumber: (Zahriyah dkk., 2021)

Keterangan:

Y = Variabel dependent (nilai yang diprediksikan)

X₁ dan X₂ = Variabel independent

a = Konstan yaitu nilai Y apabila X₁, X₂, ..., X_n = 0

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

3.9.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana relevansi beragam variabel bebas dalam kerangka regresi, serta dampaknya terhadap variabel terikatnya. Analisis ini menyajikan suatu koefisien dengan asumsi sejauh mana model tersebut menjelaskan sebenarnya. Yang dimaksud dengan koefisien ialah rentang 0 sampai 1 untuk koefisien determinasi. Koefisien determinasi bernilai satu menunjukkan bahwa variabel independen cukup menggambarkan varians variabel dependen. Sebaliknya, jika koefisien determinasinya nol, berarti variabel independen tidak

dapat memperhitungkan perubahan apa pun pada variabel dependen (Chicco Davide, 2021).

3.9.3 Uji T (Uji Parsial)

Untuk mengukur sejauh mana suatu variabel berdampak pada variabel lainnya, digunakan uji t. Apabila nilai p kurang dari 5% dan t-nilai estimasi melebihi batas nilai t-tabel maka hipotesis nol (H_0), sesuai dengan temuan uji t yang ditunjukkan oleh output SPSS dan sebaliknya. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor independen mempunyai pengaruh yang cukup besar (Rochmat Aldy Purnomo, 2016).

3.9.4 Uji F (Uji Simultan)

Dengan menjalani uji ini, kita bisa menilai apakah setiap variabel bebas memiliki koefisien regresi yang tidak signifikan dan mengukur seberapa besar faktor-faktor bebas memengaruhi corak atau fluktuasi variabel Y. Relevansi koefisien regresi berganda dapat ditemukan dengan membandingkan F yang dihitung nilai dengan nilai tabel F dikaitkan dengan koefisien korelasi berganda (Sugiyono, 2015). Apabila tingkat sig berada di atas 0,05 berarti variabel bebas memiliki dampak secara Bersama-sama terhadap variabel terikat. Dan apabila tingkat sig berada di bawah 0,05 yang artinya adalah variabel bebas tidak memiliki dampak secara Bersama-sama terhadap variabel terikat.