

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Dalam penelitian membutuhkan desain untuk dijadikan sebagai dasar dalam menganalisa data yang selanjutnya akan digunakan sebagai bahan dalam penelitian. Penelitian dapat memberikan manfaat kepada penulis dalam menentukan data yang akan digunakan dengan tujuan mencapai relevansi dan keakuratan yang lebih tinggi. Perencanaan yang berkaitan dengan proses pelaksanaan suatu rencana dalam penelitian berikut disebut dengan perencanaan penelitian (Sinurat et al., 2017).

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Penelitian berikut memiliki sifat dalam mendeksripsikan dengan sifatnya yang deskriptif untuk menjelaskan permasalahan yang terjadi dan sedang dihadapi oleh subjek penelitian. Dalam penelitian juga menjelaskan mengenai fakta maupun ciri khusus variabel yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan analisa penelitian.

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

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

Lokasi penelitian di selenggarakan pada PT Duta Global Indonesia yang bertempat pada Kawasan Intan Industrial Park Blok C No. 05 Melcem, Tj. Sengkuang, Kec. Batu Ampar, Kota Batam.

### 3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian dilaksanakan dengan periode dari awal proses hingga akhir, dengan jadwal pada Tabel 3.1.

**Tabel 3.1** Periode Penelitian September 2023 – Januari 2024

No	Kegiatan	Pertemuan													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Latar Belakang	■	■												
2	Rumusan Permasalahan		■	■	■										
3	Studi Kepustakaan			■	■	■									
4	Metode Penelitian				■	■	■								
5	Penyusunan dan penyebaran kuesioner							■	■	■	■	■			
6	Penyelesaian Skripsi												■	■	■

Sumber: Peneliti, 2023

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi yakni keseluruhan jumlah lokasi, mencakup benda yang berciri khusus yang sudah ditentukan, dan akan digunakan oleh peneliti dalam mempelajari, menganalisa, yang selanjutnya akan diambil kesimpulan (Hermansyur & Aditi, 2017). Populasi penelitian berikut ialah seluruh pembeli yang melakukan pembelian di PT Duta Global Indonesia periode tahun 2023 yang tidak jelas diketahui secara pasti berapa jumlahnya.

#### 3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Peneliti memutuskan sampel penelitian ini yakni seluruh pembeli yang melakukan pembelian di PT Duta Global Indonesia periode tahun 2023 yang tidak

jelas diketahui secara pasti berapa jumlahnya. Rumus Lemeshow menjadi rumus yang dipergunakan penelitian ini didalam menelusuri banyaknya sampel yang

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

**Rumus 3.1** Metode Lemeshow

**Sumber :** Peneliti, 2023

Keterangan :

n : sampel

z : alpa (1,96)

$\alpha$  : alpha (0,1)

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

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

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

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

Didasarkan penerapan rumus di atas, di nyatakan responden penelitian ini yakni 95 responden, peneliti menggenapkan 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 seluruh pembeli yang melakukan pembelian di PT Duta Global Indonesia periode

tahun 2023. Sejalan perhitungan dengan rumus lameshow, di peroleh sampelnya sebanyak 100 responden.

### **3.5 Sumber Data**

Sumber sebuah data merupakan asal sebuah subjek yang didapatkan oleh peneliti dalam penelitian (Dewi et al., 2017). Data sumber terdiri atas:

1. Sumber primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek peneliti atau responden yang digunakan untuk membantu dalam penelitian.
2. Sumber sekunder, merupakan data yang diperoleh dari pihak kedua atau pihak ketiga, yang tidak diperoleh secara langsung dari sumbernya.

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Dalam melakukan pengumpulan data akan ditetapkan sebuah metode pengumpulan data yang selanjutnya akan diterapkan sebagai acuan. Metode yang digunakan adalah dengan mengajukan sekumpulan pernyataan kepada responden yang dituju dan dilakukan pengumpulan data kembali (D. R. Indah et al., 2020).

### **3.7 Definisi Operasional Variabel**

Variabel operasional yakni segala sesuatu yang memiliki banyak bentuk yang digunakan peneliti dalam melakukan pembelajaran guna memperoleh informasi yang nantinya akan diambil kesimpulannya. Variabel operasional digunakan untuk menghindari kesalahan dalam interpretasi setiap variabel yang dianalisis saat membatasi masalah (Halin, 2018).

Tabel 3.2 **Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
<i>Brand Awareness</i>	Kemampuan dari konsumen potensial untuk mengenali atau mengingat bahwa suatu merek termasuk ke dalam kategori produk tertentu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemampuan mengingat merek dalam <i>level top of mind</i></li> <li>2. Kemampuan mengenali merek</li> <li>3. Kemampuan konsumen dalam mengingat kembali merek</li> <li>4. Memiliki ciri khas</li> </ol>	Likert
<i>Brand Image</i>	Keragaman asosiasi yang melintas dipikiran konsumen saat teringat merek tertentu dan ingin segera menetapkan pembelian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Citra Perusahaan</li> <li>2. Citra Pemakai</li> <li>3. Citra Produk</li> </ol>	Likert
<i>Digital Marketing</i>	Suatu upaya memasarkan yang menerapkan berbagai macam media digital	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aksesibilitas</li> <li>2. Interaktivitas</li> <li>3. Informatif</li> </ol>	
Minat Beli	Proses konsumen dalam pembelian suatu produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat transaksional</li> <li>2. Minat referensial</li> <li>3. Minat preferensial</li> <li>4. Minat eksploratif</li> </ol>	Likert

Sumber: Peneliti, 2023

### 3.8 Metode Analisis Data

#### 3.8.1 Statistik Deskriptif

Peneliti menggunakan statistik deskriptif dalam mengumpulkan data serta memberi informasi yang dibutuhkan peneliti dalam penelitian dengan menggunakan penerapan pada rumus (Syaifullah & Mira, 2018).

#### 3.8.2 Uji Kualitas Data

##### 3.8.2.1 Uji Validitas Data

Pengujian berikut merupakan cara dalam mengukur validitas data dalam sebuah penelitian (Kusuma & Utomo, 2020) yang dijelaskan berikut:

- a.  $R \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ , maka disimpulkan  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima.
- b.  $R \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ , maka disimpulkan  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.

### **3.8.2.2 Uji Reliabilitas**

Pengujian berikut akan menunjukkan konsisten objek penelitian yang akan dilakukan analisa (Wibowo, 2018) dengan penetapan syarat:

- a.  $a > 0,6$  maka data reliabel.
- b.  $a < 0,6$  maka data tidak reliabel.

### **3.8.3 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.8.3.1 Uji Normalitas**

Pengujian berikut dilakukan dalam mencari regresi yang terjadi pada variabel independen dan variabel dependen, dengan tujuan untuk mendapatkan hasil apakah data terdistribusi secara normal atau tidak (Ghozali, 2018). Penelitian berikut menggunakan pengujian dengan uji Kolmogorov Smirnov dengan tingkat sig yang lebih besar dari 0,05.

#### **3.8.3.2 Uji Multikolinearitas**

Pengujian yang digunakan untuk menentukan alasan berkorelasinya dan kaitan pada variabel yang ada dalam sebuah regresi (Ghozali, 2018). Syarat dalam menetapkan ada tidaknya kondisi multikolinearitas dapat dengan ketentuan sebagai berikut.

1.  $VIF > 10$ , maka disimpulkan adanya gejala multikolinearitas.
2.  $VIF < 10$ , maka disimpulkan tidak ada gejala multikolinearitas.

### 3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian berikut akan menampilkan dengan ketidakselarasan regresi dari sebuah penelitian dengan penelitian yang lain. Dalam mengetahui kondisi heteroskedastisitas pada regresi linier berganda dapat mengamati pola pada *scatterplot* ataupun dapat diperlihatkan pada besaran variabel dependen yakni ZPRED. Signifikan dapat terjadi dengan hasil probabilitas yang lebih besar dari 0,05 (Wibowo 2018).

### 3.8.4 Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi berganda menjadi proses pengujian dengan skala yang berasio yang mempunyai sejumlah prediktor (Ghozali, 2018). Pada Rumus 3.2 merupakan persamaan dari regresi linear berganda:

$$Y = a + X_1 + X_2 + X_3 + e$$

**Rumus 3.2** Regresi Linear Berganda

**Sumber:** (Sugiyono, 2018)

Keterangan:

Y = Minat Beli

a = Konstanta

X<sub>1</sub> = *Brand Awareness*

X<sub>2</sub> = *Brand Image*

X<sub>3</sub> = *Digital Marketing*

e = *Standar Error*

### 3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi

Sebuah metode perhitungan didalam penentuan tepatnya sebuah proyek, tujuan efisiensi proses, dan hasil yang akan datang, dan dapat dihitung sebagai satu dikalikan dengan jumlah variabel menjadi nilai produk merupakan analisa koefisien determinasi (Ghozali, 2018). Jika nilai pada pengujian R<sup>2</sup> mencapai 1, maka dapat diprediksi dengan pengujian pada penelitian berikut merupakan pengujian yang sempurna (Halin, 2018).

## 3.9 Uji Hipotesis

### 3.9.1 Uji t

Pengujian pada uji parsial bermaksud untuk mendapatkan hasil pengaruh yang terjadi pada masing-masing variabel independen dengan variabel dependen dalam sebuah penelitian (Ghozali, 2018) dengan (Saribu & Maranatha, 2020) dengan kriteria yakni:

1. Jika nilai  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  akan diterima.
2. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  akan ditolak.

### 3.9.2 Uji F

Pengujian secara simultan dilakukan dengan maksud untuk mendapatkan hasil seberapa pengaruh pada variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen (Pandesia et al., 2017) dengan syarat:

1. Jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$ , maka dinyatakan dengan hasil signifikan.
2. Jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$ , maka dinyatakan dengan hasil tidak signifikan.