

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Berdasarkan (Sugiyono, 2019) penelitian dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dan tingkat kealamian yang menjadi ciri khas objek yang akan diteliti. Digunakan desain berjenis kausalitas pada penelitian yang merupakan sebuah desain penelitian yang secara khusus dibuat untuk mengetahui kemungkinan korelasi sebab-akibat antara variabel. Disamping itu, metodologi yang digunakan bersifat kuantitatif, yaitu pengukuran dilakukan sebagai komponen utama penelitian.

3.2. Sifat Penelitian

Akan diterapkan penelitian replikasi yang menjadi sifat pada penelitian ini. Penelitian berbasis replikasi menggunakan objek studi yang berbeda dan kerangka waktu penyelesaian sambil merujuk beberapa faktor yang sama dengan penelitian sebelumnya. Alasan tersebut yang menggerakkan penulis menggunakan penelitian bersifat replika untuk menjabarkan variabel yang ada dan mengolah data yang didapatkan untuk mendapatkan data yang valid

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Segala kegiatan yang terkait dengan penelitian ini akan berlangsung di Kota Batam, Kepulauan Riau.

3.3.2. Periode Penelitian

Kerangka waktu pelaksanaan penelitian ini disesuaikan pada rujukan tabel berikut :

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

Keterangan	Agust	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
Pemilihan Judul						
Penulisan Latar Belakang						
Tinjauan Teori						
Penerapan Metodologi						
Pembagian Kuesioner						
Olah data						
Penyajian data						
Penarikan Kesimpulan						
Penuntasan Skripsi						

Sumber : Olah Data 2023

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi merupakan istilah semua anggota kelompok manusia, hewan, peristiwa, atau objek yang memiliki karakteristik atau sekumpulan karakteristik yang sama atau seperangkat karakteristik bersama (Agustianti, 2022). Dimaksudkan dalam penelitian ini, populasi terdiri dari individu yang telah melakukan pembelian sepatu Aerostreet di Kota Batam. Mengingat jumlah masyarakat di Kota Batam yang berpengalaman dalam pembelian sepatu Aerostreet tidak diketahui secara pasti maka dapat disimpulkan bahwa jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui jumlahnya.

3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi (Agustianti, 2022). Peneliti menerapkan rumus Jacob Cohen sebagai pencarian ukuran sampel yang tepat karena ketidakpastian di sekitar ukuran populasi.

$$n = \frac{L}{F^2} + \mu + 1 \quad \text{Rumus 3.1 Rumus Jacob Cohen}$$

Sumber : (Ria Wati & Khoiri, 2023)

Keterangan :

n : Ukuran sampel

F^2 : Efek size (0,1)

μ : Banyaknya ubahan (5)

L : Fungsi power (μ) diperoleh dari t.s 1% (19,76)

Mengikuti rumus tersebut, total sampel pada penelitian ini dapat dikalkulasikan, dengan :

$$n = \frac{L}{F^2} + \mu + 1$$

$$n = \frac{19,76}{0,1} + 5 + 1$$

$$n = 203,6$$

Melalui kalkulasi menggunakan rumus *Jacob Cohen* tersebut, akan digunakan sampel sebesar 203,6, yang akan dibulatkan menjadi 204 sampel.

3.4.3. Teknik *Sampling*

Metode pengumpulan sampel untuk penelitian dikenal sebagai teknik *sampling* (Sugiyono, 2019). Dilakukan aplikasi teknik *nonprobability sampling* melalui metode *purposive sampling* pada penelitian ini. *Purposive sampling* ialah

pendekatan pemilihan sampel digunakan untuk memilih subjek atau item sampel secara sengaja dan selektif berdasarkan kualitas yang ditentukan atau tujuan penelitian. Metode ini memerlukan pemilihan subjek atau fitur yang disengaja yang dianggap paling relevan atau patut dicontoh untuk mengatasi permintaan penelitian atau mencapai tujuan penelitian.. Tujuan utamanya adalah untuk menjamin bahwa sampel yang dipilih memiliki kriteria identik dengan tujuan penelitian, dimana memungkinkan data yang diperoleh dapat menghasilkan wawasan yang lebih mendalam dan berharga.

Selanjutnya, adalah standar sampel yang digunakan :

1. Responden ialah masyarakat Kota Batam yang membeli sepatu Aerostreet tahun 2022-2023
2. Usia minimal responden adalah 17 tahun

3.5. Sumber Data

Di kutip dua sumber pada penelitian ini, yakni data primer dan data sekunder dengan penjelasan berikut:

1. Data primer adalah perolehan data peneliti dengan usaha sendiri (Heriyanto, 2022). Penelitian ini mengumpulkan data primer melalui administrasi kuesioner oleh peneliti. Tujuannya adalah untuk mendapatkan data yang akan diproses validitasnya.
2. Data sekunder adalah sebuah kutipan data (Heriyanto, 2022). Dikutip beberapa data sekunder dengan fungsi pelengkap yang berkesinambungan demi mendukung penelitian ini dan menarik data sekunder dari sumber terpercaya

3.6. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan peneliti guna mengutip data demi tercapainya maksud penelitian ini. Metodologi pengumpulan data yang diterapkan untuk penyelidikan ini melibatkan penyelenggaraan survei. Secara spesifik, kuesioner didistribusikan kepada peserta, yang kemudian diminta untuk memberikan umpan balik tentang pernyataan yang berhubungan dengan citra merek, kualitas produk, *digital marketing*, dan keputusan pembelian. Kuesioner akan dibuat dengan format *google form* lalu dibagikan sampai responden perantara sosial media (Instagram, facebook, whatsapp). Kuesioner akan diukur menggunakan skala likert berdasarkan klasifikasi berikut :

Tabel 3. 2 Skala Likert

Skor	Tanda	Jawaban
5	SS	Sangat Setuju
4	S	Setuju
3	N	Netral
2	TS	Tidak Setuju
1	STS	Sangat Tidak Setuju

Sumber :(Sugiyono, 2019)

3.7. Defenisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1. Variabel Independen (X)

Variabel independen merupakan variabel yang mendahului, dalam hubungan sebab akibat mengacu pada variabel penyebab atau faktor yang memengaruhi perubahan dalam suatu variabel atau mengkondisikan perubahan dalam variabel lain (Heriyanto, 2022). Variabel independent kerap kali disebut variabel mengikat

dan dikatakan variabel X. Disebutkan variabel X ada tiga pada penelitian ini, berikut citra merek (X1), kualitas produk (X2), dan *digital marketing* (X3).

3.7.2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen menyesuaikan terhadap faktor-faktor independen. Hasilnya adalah konsekuensi dari dampak yang diberikan oleh variabel independen, umumnya dikenal sebagai variabel bebas. Variabel terikat adalah variabel yang menunjukkan respons oleh variasi dalam variabel bebas (Heriyanto, 2022). Umum juga dikatakan sebagai variabel Y. Pada penelitian ini peran variabel Y adalah keputusan pembelian.

Tabel 3. 3 Operasional Variabel

No	Variabel	Pengertian	Indikator	Skala
1	Citra Merek (X1)	Keyakinan serta kepercayaan seorang konsumen terhadap sebuah produk ataupun jasa yang diyakini dalam hatinya (Lestari & Widjanarko, 2023)	1. Citra perusahaan 2. Citra pengguna 3. Citra produk	Likert
2	Kualitas Produk (X2)	Karakteristik terbaik yang dimiliki oleh suatu produk, termasuk daya tahan, akurasi, keunggulan dalam pemenuhan permintaan, dan kebutuhan konsumen (Purwadinata, S., Batilmurik, 2020)	1. Berbagai macam variasi produk 2. Ketahanan produk 3. Kualitas produk sesuai dengan spesifikasi konsumen 4. Keunikan kemasan produk 5. Kualits produk antar pesaing	
3	<i>Digital Marketing</i> (X3)	Usaha pemasaran dengan menggunakan banyak jenis media digital untuk mendapatkan perhatian	1. Akseibilitas 2. Interaktivitas 3. Hiburan 4. Kepercayaan	

		calon pelanggan dalam jangkauan luas dalam menawarkan barang ataupun jasa dari sebuah perusahaan (Eri Friyani, 2023)	5. Gangguan 6. Informatif	
4	Keputusan Pembelian (Y)	Tahapan emosional dan mental konsumen ketika melakukan pemilihan barang ataupun jasa sebagai tujuan pemenuhan keinginannya (Aghitsni & Busyra, 2022)	1. Sesuai Kebutuhan 2. Mempunyai manfaat 3. Ketepatan dalam membeli produk 4. Pembelian berulang	

3.8. Metode Analisis Data

3.8.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah jenis statistik diperuntukkan sebagai penjelasan data melalui cara deskripsi data secara benar, tanpa bertujuan untuk menarik kesimpulan menyeluruh atau universal yang berlaku untuk seluruh populasi (Hardani, et al., 2020). Selanjutnya adalah rumus yang akan diterapkan dalam pencarian rentang skala :

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} \quad \text{Rumus 3.2 Analisis Deskriptif}$$

Sumber : (Febriyanti & Rustam, 2023)

Penjelasan :

RS : Rentang skala

n : Total sampel

m : Total opsi lain

Kalkulasi :

$$RS = \frac{204 (5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{816}{5}$$

$$RS = 163,2$$

Tabel 3. 4 Golongan rentang skala

Nomor	Rentang Skala	Golongan
1	204 – 367,2	Sangat Tidak Setuju
2	367,3 – 530,5	Tidak Setuju
3	530,6 – 696,7	Netral
4	693,8 – 856,9	Setuju
5	857 – 1020	Sangat Setuju

3.8.2. Uji Kualitas Data

3.8.2.1. Uji Validitas

Validitas mengacu pada tingkat kebenaran dalam data yang dikumpulkan pada masalah penelitian dan data yang mampu disediakan dari peneliti. Data yang valid mengacu pada informasi yang selaras persis dengan apa yang diberitakan atau dapat diberitakan oleh peneliti. Ini menunjukkan data yang tidak menunjukkan perbedaan antara data yang diberitakan peneliti dan fakta yang diamati pada objek penelitian (Hardani, et al., 2020). Uji validitas diperuntukkan guna mendapatkan kepastian dari kuesioner penelitian. Penggunaan rumus berikut diterapkan demi mendapatkan uji validitas berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum (X_i * Y_i)}{\sqrt{(\sum X_i^2 * \sum Y_i^2)}} \text{ Rumus 3.3. Uji Validitas}$$

Sumber : (Slamet Riyanto, 2020)

Ketika jumlah r^{hitung} pada penelitian melebihi r^{tabel} , data tersebut dianggap valid. Sebaliknya, data dianggap tidak valid jika r^{hitung} kurang dari r^{tabel} .

3.8.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut (Hardani, et al., 2020) konsep reliabilitas dalam konteks pengukuran mengacu pada sejauh mana skala atau instrumen tertentu bersih dari kesalahan (*error*). Keandalan (*reability*) berhubungan erat dengan akurasi dan konsistensi. Sebuah skala dianggap dapat diandalkan jika skala tersebut dapat menghasilkan temuan yang sama ketika pengukuran dilakukan di bawah pengaturan yang terkendali dan konsisten. Dalam kasus penelitian ini alat ukur yang dijadikan patokan adalah model *cronbach alpha* dengan pernyataan kalkulasi *cronbach alpha* lebih besar ($>$) 0,60 bisa dinyatakan reliabel. Tetapi jika hasil kalkulasi lebih kecil ($<$) 0,60 maka dinyatakan tidak reliabel

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1. Uji Normalitas

Maksud dari pengujian normalitas merupakan suatu pembuktian bahwa variabel dalam model regresi berdistribusi normal (Selly, 2022). Pembuktian uji normalitas terurai dalam tiga bentuk berupa histogram, p-p plot standar regresi dan *one sample kolmogorov smirnov* dalam melakukan uji statistiknya dan hasil dikatakan normal ketika hasil sig lebih besar ($>$) 0,05

3.8.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan guna menemukan hubungan antar variabel bebas. Pengukuran menggunakan tolerance value & variance inflation faktor (VIF) pada aplikasi SPSS, bila tolerance value lebih besar ($>$) 0,1 maupun VIF lebih kecil ($<$) berarti tidak ditemukan multikolinearitas dan dianggap regresi kategori baik, berlaku juga sebaliknya (Selly, 2022).

3.8.3.3. Uji Heteroskedasitas

Berdasar pada (Selly, 2022) uji heteroskedasitas digunakan untuk melakukan pengujian keselarasan dari pengamatan satu ke yang lain. Dikatakan homokedasitas ketika pengamatan dari satu variabel tetap ke variabel lain. Tetapi jika pengamatan variabel ke pengamatan lain berbeda maka dikatakan heteroskedasitas. Bila hasil sig lebih besar ($>$) 0,05 maka bukan termasuk heteroskedasitas. Sebuah regresi dapat dikatakan baik apabila tidak terdapat heterokedasitas didalamnya

3.8.4. Uji Pengaruh

3.8.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda pada penelitian ini diterapkan sebagai pengukuran dalam penentuan hubungan dari citra merek, kualitas prdouk, *digital marketing*, dan keputusan pembelian. Selanjutnya rumus kalkulasi regresi berganda :

$$\mathbf{Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3} \quad \mathbf{Rumus\ 3.4\ Analisis\ Regresi\ Berganda}$$

Penjelasan :

Y : Variabel terikat

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

X : Variabel bebas

3.8.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi umumnya dilambangkan sebagai R² yakni metrik statistik pada analisis regresi yang penerapannya berguna sebagai penilaian

tingkat kesesuaian antara model regresi linier dan data yang diamati. Koefisien determinasi, mulai dari 0 hingga 1, mengkuantifikasi sejauh mana model dapat menjelaskan variabilitas variabel dependen.

3.9. Uji Hipotesis

Tujuan pengujian hipotesis mencoba untuk mengevaluasi pernyataan atau anggapan yang dibuat mengenai populasi atau fenomena dengan menggunakan data yang dihasilkan dari sampel. Penelitian ini dibagi menjadi dua bagian: tes parsial (T) dan tes simultan (F).

3.9.1. Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t

Pengujian ini digunakan untuk memastikan interkoneksi antar variabel independen yang berkontribusi untuk menjelaskan variasi yang diamati pada variabel dependen. (Selly, 2022)

Syarat uji t :

1. Diperoleh nilai signifikan ketika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$
2. Tidak diperoleh nilai signifikan ketika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

3.9.2. Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Guna mendapat hasil pengaruh variabel independen (x) pada variabel dependen (y) secara keseluruhan digunakan uji simultan (Sholihah, 2023). Uji simultan dilakukan dengan melakukan perbandingan dari nilai F hitung ke F tabel. Tingkat signifikan untuk menetapkan F table sebesar 5%. Syarat penelitian dalam penentuan uji simultan, sebagai berikut :

1. Diperoleh nilai signifikan ketika dihasilkan $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$
2. Tidak diperoleh nilai signifikan ketika dihasilkan $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$