

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Desain Penelitian**

Setiap proses dibutuhkan di perencanaan penelitian. Suatu penelitian harus memiliki rancangan yang jelas, karena jika rancangan tidak jelas dapat membuat peneliti tidak dapat melakukan penelitian secara terstruktur yang akhirnya hasil penelitian dipertanyakan kebenarannya. (Sanusi, 2011:13), menjelaskan setiap rancangan penelitian adalah untuk peneliti, jadi *blue print* harus dirangkap duluan sebelum peneliti melakukan suatu penelitian. biasanya, rancangan penelitian terletak di bagian awal material tentang metode penelitian.

Suatu rancangan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah desain penelitian kuantitatif. dimana penelitian kuantitatif yaitu metode yang bisa menguji teori dengan cara melakukan penelitian yang terjadi pada hubungan diantara variabel. Penelitian kuantitatif pada umumnya memakai data yang berisikan angka dan memakai data statistik sebagai alat untuk menganalisis data. Penelitian ini juga dilakukan untuk mengetahui pengaruh promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada PT Alva Niaga Banindo.

#### **3.2. Definisi Operasional Variabel**

(Sanusi, 2011:49), menyatakan bahwa *variable-variable* yang diartikan yaitu telah dinyatakan secara rinci di masalah penelitian dan diperjelas pada rumusan hipotesis. Pertanyaan kuantitatif bisa dipredksi jika hubungan antar *variable* dapat diketahui.

"Penelitian dengan memperhatikan pengaruh suatu tindakan dimasukkan dalam variable penyebab atau independen (X), sedangkan *variable* terikat atau (Y)". variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ialah sebagai berikut:

### **3.2.1. Variabel Tergantung (Variabel Dependen)**

(Sanusi, 2011:50) mengungkapkan variable dependen ialah variable yang diakibatkan oleh variable bebas. biasanya dinotasikan Y atau keputusan pembelian pada PT Alva Niaga Banindo.

Adapun indikator keputusan pembelian pada penelitian ini yang diambil menurut pandangan (Pradana et al., 2017: 18) adalah:

1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk.
2. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai.
3. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.
4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain.

### **3.2.2. Variabel Bebas (Variabel Independen)**

variabel independen ialah variabel yang memengaruhi variabel lain. Dalam kaitanya dengan masalah yang akan diteliti, maka yang menjadi variabel independen (X) adalah Promosi (X1) dan Citra Merek (X2) dalam (Sanusi, 2011:50).

Terdapat beberapa indikator yang dapat diukur menurut (Senggetang et al., 2019: 883), yaitu sebagai berikut :

1. Frekuensi promosi ialah banyaknya promosi yang telah dilakukan dalam kurun satu waktu.
2. Kualitas promosi adalah sebagai ukuran untuk melihat seberapa baik/buruknya promosi yang dilaksanakan.
3. Kuantitas promosi ialah jumlah atau nilai promosi penjualan yang diberikan kepada pelanggan.
4. Waktu promosi ialah berapa lamanya suatu promosi yang dilaksanakan oleh perusahaan.
5. Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi ialah suatu hal yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang dibutuhkan perusahaan.

Variabel citra merek adalah sebuah gambaran dari informasi yang tersedia tentang layanan, produk, dan perusahaan nama merek target. Informasi yang didapatkan dibagi menjadi dua yaitu, pertama dengan melalui pengalaman pelanggan, meliputi kepuasan emosional dan kepuasan fungsional. Merek juga harus bisa memahami kebutuhan pelanggan, membawa nilai yang mereka harapkan dan tercapainya kebutuhan konsumen, sehingga dapat berkontribusi pada hubungan dengan merek. Kedua, pemahaman perusahaan dibentuk dari suatu merek dengan melalui berbagai bentuk komunikasi, seperti periklanan, logo, hubungan, promosi, dll.(Amilia, 2017: 661). Adapun indikator citra merek (X2) menurut (Amilia, 2017:662) yaitu sebagai berikut:

Adapun yang terdapat pada indikator citra merek menurut (Amilia, 2017: 662) yaitu antara lain:

1. *product attribute*, yaitu sesuatu berhubungan dengan *brand* tersebut sendiri.
2. *consumer benefits*, yaitu manfaat barang dan jasa dari suatu merek.
3. *brand personality*, yaitu hubungan tentang kepribadian suatu merek jika *brand* itu merupakan orang.

Adapun pada tabel operasional variabel dependen (Y) dan variabel independen (X) pada peneliti ini dapat dilihat pada Tabel 3.1. seperti berikut ini

**Tabel 3.1.** Operasional Variabel Penelitian

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Keputusan Pembelian (Y)	Pengambilan keputusan pembelian adalah suatu proses yang mengacu pada suatu sikap bersama dan metode yang bijaksana yang dapat dilaksanakan dengan cepat untuk memenuhi permintaan. (Firmansyah, 2018: 25).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk.</li> <li>2. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai.</li> <li>3. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.</li> <li>4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain.</li> </ol> (Pradana et al., 2018 : 18)	Skala likert

**Tabel 3.1.** Lanjutan

Promosi (X1)	Pemasar berusaha memberitahukan dan mempengaruhi seseorang agar terdorong dalam melakukan pembelian terhadap produk atau jasa yang dipasarkan (Oentoro, 2012: 173).	1. Frekuensi Promosi 2. Kualitas Promosi 3. Waktu Promosi 4. Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi (Senggetang et al., 2019: 883)	Skala likert
Citra Merek (X2)	Citra merek adalah Citra merek adalah sebuah gambaran dari semua informasi yang ada tentang layanan, produk, perusahaan nama merek target (Amilia, 2017:661)	1. <i>product attribute</i> 2. <i>consumer benefits</i> 3. <i>brand personality</i> (Amilia, 2017:662)	Skala likert

**Sumber :** (Pradana et al., 2017), (Senggetang et al., 2019) dan Amilia (2017)

### 3.3. Populasi Dan Sampel

#### 3.3.1. Populasi

(Sugiyono, 2012:80) menjelaskan kalau populasi ialah seluruh objek/subjek suatu penelitian, seorang peneliti menseleksi objek/subjek yang akan dijadikan bahan penelitian yang mana karakteristik atau kepribadian yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Populasi dari penelitan ini ialah pelanggan yang membeli produk di bulan Juni pada PT Alva Niaga Banindo dengan populasi mencapai 115 orang dikarenakan jumlah pembeli terbanyak ada pada bulan Juni.

### **3.3.2. Sampel**

Menurut Sugiyono, (2012: 81) sampel merupakan sebagian dari individu yang ada didalam populasi. Beberapa objek yang diperoleh dari sekelompok objek yang akan diteliti dapat mewakili semua populasi serta diperoleh dengan menggunakan teknik khusus yang disebut teknik sampel. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *nonprobability sampling* dengan memakai teknik *sampling* yang dipakai yaitu sampel jenuh. Menurut Sugiyono, (2012: 85) sampel jenuh merupakan metode pengambilan sampel dari seluruh populasi yang diambil sebagai sampel. Sampel yang pakai pada penelitian ini sejumlah 115 orang.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono, (2012: 137) terdiri 2 golongan data, ialah data primer serta sekunder. Data primer ialah sebuah data dengan cara disusun oleh peneliti serta sumbernya dari orang pertama, sebaliknya data sekunder ialah data yang disusun oleh pihak lain dan sebelumnya sudah disediakan.

Data penelitian ini menggunakan metode yang sebagai berikut:

#### **3.4.1. Kuesioner**

Menurut Sugiyono, (2012: 142) kuesioner yaitu metode pengambilan data yang dengan membagikan beberapa pertanyaan ke responden secara tertulis. Jika peneliti dapat mengetahui variable apa yang akan diteliti dan mengetahui apa saja

yang diharapkan oleh orang yang diwawancarai, kuesioner adalah metode pengumpulan data yang sesuai. Jika ukuran sampel besar dan tersebar luas, kuesioner juga cocok. Peneliti akan membagikan kuisisioner kepada pelanggan yang membeli produk di PT Alva Niaga Banindo dengan menggunakan Google Form.

### 3.5. Skala Likert

Menurut Sugiyono, (2012: 93) skala likert dipakai bertujuan untuk mengatur perilaku, pendapat, serta pemahaman individu/sekumpulan individu pada kejadian sosial. Dalam sebuah penelitian, fenomena sosial ditentukan secara khusus oleh peneliti, kemudian disebut variabel penelitian. Model skala ini dapat dilihat berikut ini:

**Tabel 3.2.** Skala Likert pada Teknik Pengumpulan Data

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

**Sumber:** (Sugiyono, 2012: 93)

### **3.6. Teknik Analisis Data**

Analisis data kuantitatif adalah tindakan selanjutnya sesudah seluruh data dari responden dikumpulkan (Sugiyono, 2012: 147). Teknik analisis data dipakai untuk mendeskripsikan metode pengujian yang dipakai oleh peneliti dan analisis data yang sudah terkumpul. Alat analisis yang dipakai berikut ini.

#### **3.6.1. Analisis Deskriptif**

Statistik deskriptif ialah *statistic* yang dipakai pada analisis data, data dianalisis dengan menjelaskan data yang dikumpul, data ini dirancang untuk menarik kesimpulan dari analisis deskriptif (Sanusi, 2011: 116). Penelitian yang dibuat dalam populasi akan memakai *statistic descriptive*.

Menurut Sugiyono, (2012: 147) statistik deskriptif yaitu data statistik yang dipakai dalam mengkaji data, data ini dipakai untuk menjelaskan data yang terkumpul serta tidak dimaksudkan untuk menarik simpulannya yang berlaku untuk masyarakat umum atau generalisasi.

#### **3.6.2. Uji Kualitas Data**

Menurut Wibowo (2012: 34), tujuan penelitian merupakan menganalisis, mengetahui dan perpaduan suatu masalah yang disekeliling peneliti. Didalamnya peneliti mau menjelaskan faktor, aspek serta *variable-variable* yang diteliti. Dalam mengukur serta menjelaskan apa yang akan diteliti maka peneliti memerlukan skala atau alat ukur atau seperangkat alat uji.

Jika penelitian yang diungkapkan menggunakan alat ukur yang salah atau tidak bisa digunakan sebagai alat ukur, itu bisa menyebabkan hasil yang salah. Dengan hasil yang salah, dapat menyebabkan keputusan yang salah tentang masalah yang dihadapi. Kesimpulan yang salah bisa terdistorsi serta mungkin memiliki konsekuensi buruk bagi pengguna informasi.

### 3.6.2.1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu standar keakuratan antar data yang berlaku dalam objek peneliti terhadap data yang dilampirkan dari peneliti (Sugiyono, 2012: 267). Uji validitas pada penelitian dipakai untuk memeriksa keakuratan kuisisioner. Validitas mengukur tingkat ketelitian serta keakurasian sebuah alat ukur ketika menjalankan perannya. Uji validitas dipakai untuk melihat apakah kuisisioner itu valid.

Jika pertanyaan-pertanyaan yang ada di kuisisioner dapat menghasilkan sesuatu yang dapat diukur dengan kuisisioner tersebut, itu menunjukkan bahwa kuisisioner tersebut valid. Jika hasilnya menandakan nilai yang signifikan, setiap indikator pertanyaan yaitu valid. Dalam penelitian ini uji validitas dibuat dengan *program SPSS*.

$$R_{xy} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2][n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

**Rumus 3.1. Koefisien Korelasi**

**Sumber:** (Wibowo, 2012: 37)

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien Korelasi

$i$  = Skor item

$x$  = Skor total dari  $x$

$n$  = Jumlah banyaknya subjek

Nilai uji bisa dilihat pada uji dua sisi dalam taraf signifikansi 0,05 (SPSS secara *default* menggunakan nilai tersebut). *Criteria* diterima atau tidak sebuah data valid atau tidak.

1. Jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel (uji dua sisi dengan nilai sig 0,05) maka opsi dalam pertanyaan dikatakan berhubungan signifikan pada nilai total item maka dikatakan valid.
2. Jika  $r$  hitung  $< r$  tabel (uji dua sisi dengan nilai sig 0,05) maka opsi dalam pertanyaan dikatakan tidak berhubungan signifikan pada nilai total item, maka dikatakan tidak valid.

**Tabel 3.3.** Tingkat Validitas

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

**Sumber:** (Wibowo, 2012: 36)

### 3.6.2.2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas merupakan derajat konsistensi dari stabilitas data serta temuan (Sugiyono, 2012: 268). Sebuah kuisiener dinyatakan *reliable* kalau balasan responden yaitu konsisten atau stabil pada pernyataan itu. Untuk melihat kuisiener itu sudah handal akan dibuat dengan program SPSS Versi 26 tahun 2020. *Criteria* penilaian uji reliabilitas yaitu:

1. Apakah hasil *alpha coefficient* > taraf signifikansi 0,6 atau 60% jadi kuisiener tersebut handal.
2. Apabila hasil *alpha coefficient* < taraf signifikansi 0,6 atau 60% jadi kuisiener tersebut tidak handal.

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

**Rumus 3.2. Koefisien Reliabilitas**

**Sumber:** (Wibowo, 2012: 52)

Keterangan :

$r_{11}$  = Realibilitas Instrumen

$k$  = Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian pada butir

$\sigma_1^2$  = Varian Total

### 3.6.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi dipakai dalam tes awal pada peralatan yang digunakan dalam melakukan pengumpulan data, formulir data, serta jenis data juga diproses lebih

lanjut dari set data awal yang akan didapatkan, sehingga gagal memenuhi persyaratan untuk mendapatkan data dan prinsip *BLUE (Best Linier Unbiased Estimator)* terwujud (Wibowo, 2012: 61).

### 3.6.3.1. Uji Multikolinearitas

Suatu persamaan regresi jika tidak ada hubungan yang sempurna antar *variable independent* yang membentuk persamaan itu maka dinyatakan tidak terjadinya multikolinearitas. Jika variabel independen terjadi korelasi jadi persamaan tersebut dinyatakan mengalami multikolinearitas (Wibowo, 2012: 87).

Menurut Wibowo, (2012: 87), kita dapat menemukan masalah multikolinieritas dari beberapa tes. Bukti-bukti ini dapat membuktikan apakah masalah multikolinieritas terjadi dalam persamaan. Metode untuk membuktikan masalah multikolinieritas yaitu memakai *variance expansion factor (VIF)* adalah mengetahui nilai setiap *variable independent* pada *variable dependent*. Cara melihat apakah terjadi multikolinearitas bisa dengan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*.

Caranya yaitu mengetahui nilai tiap *variable independent* pada *variable dependent*. Cara untuk mengetahui apakah suatu variabel bebas mempunyai hubungan pada *independent variable* lain bisa dilihat dari nilai VIF. Jika nilai VIF kecil dari 10, maka model tersebut tidak mengalami gejala multikolinearitas, berarti tidak adanya hubungan disetiap variabel independen.

### 3.6.3.2. Uji hetetoskedastisitas

Suatu persamaan regresi jika diperoleh suatu yang berbeda antara *variable* pada model yang beda maka dinyatakan terjadinya heteroskedastisitas. Masalah heteroskedastisitas adalah perbedaan atau sesuatu yang beda dari pandangan lain dari model regresi.

Uji heteroskedastisitas dipakai dalam mengukur apakah mengalami heteroskedastisitas. Ada berbagai cara dalam membuat tes ini, seperti metode Barlet dan Rank Spearman atau Ujin Spearman's rho, metode grafik Park Gleyser. Jika hasil nilai probabilitas mempunyai angka signifikan  $>$  nilai alpha (0.05), jadi model tidak terjadi heteroskedastisitas (Wibowo, 2012: 93).

### 3.6.3.3. Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai untuk menemukan skor berbeda yang dipelajari dalam distribusi normal atau distribusi abnormal. Jika tes normalitas terdistribusi normal, kurva akan berbentuk lonceng (*Bell-shaped curve*) pada grafik normal P-Plot (Wibowo, 2012: 61).

*Histogram Regression Residual* bisa dipakai untuk mengukur uji normalitas yang telah ditetapkan, analisis *Chi Square* serta juga memakai nilai Kolmogrov-Smirnov. Uji normalitas dinyatakan berdistribusi normal jika: nilai Kolmogrov-Sminov  $Z < Z$  table atau memakai nilai Probability Sig (2 Tailed)  $> \alpha$  ; sig  $>$  0,05 (Wibowo, 2012: 62).

### 3.6.4. Uji Pengaruh

#### 3.6.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipakai untuk menganalisis korelasi atau ikatan antar *variable dependent* dengan *variable independent* yang nanti akan dijelaskan dengan persamaan regresi linier berganda (Wibowo, 2012:126)

$$Y' = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

**Rumus 3.3. Regresi Berganda**

**Sumber:** (Wibowo, 2012: 127)

Keterangan :

$Y'$  = Variabel dependen

$a$  = Nilai konstanta

$b$  = Nilai koefisien regresi

$x_1$  = Variabel independen pertama

$x_2$  = Variabel independen kedua

#### 3.6.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Analisis koefisien determinasi dipakai untuk melihat berapa *percentage* (%) pengaruh *variable independent* secara bersama pada *variable* tertentu. Koefisien determinasi menunjukkan berapa *percentage variable independent* yang dipakai pada model bisa menjelaskan *variable-variable* tertentu (Wibowo, 2012: 135)

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

**Rumus 3.4. Koefisien Determinasi**

**Sumber:** (Wibowo, 2012: 136)

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien Determinasi

$r_{xy_1}$  = Korelasi variabel x1 dengan y

$r_{xy_2}$  = Korelasi variabel x2 dengan y

$r_{x_1x_2}$  = Korelasi variabel x1 dengan variabel x2

### 3.6.4.3. Uji t (Uji Parsial)

Menurut (Wibowo, 2012: 138), mengatakan bahwa uji t adalah uji untuk melihat ada atau tidak terjadi perbedaan antara dua variabel sampel yang tidak berkaitan. Uji t dilakukan dengan membandingkan antar t hitung dengan t tabel.

Nilai t hitung didapatkan dengan memakai rumus:

$$t - \text{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3.5. Uji t}$$

Sumber: (Sugiyono, 2012: 184)

Jika (*P Value*) < 0,05, maka  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima. Berarti variabel bebas berpengaruh variabel terikat. Jika (*P Value*) > 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti *variable independent* tidak berpengaruh *variable dependent*.

### 3.6.4.4. Uji f (Uji Simultan)

Uji f disebut juga uji ANOVA, ialah *Analysist of Variance*. Fungsi uji f mirip dengan uji t, ialah melihat ada atau tidak adanya perbedaan pada rata-rata atau nilai tengah sebuah data. Hanya berbeda di kelompok data, yang mana dalam

uji f kelompok data yang bisa melebihi dua kelompok (Wibowo, 201:138). Nilai f hitung didapatkan dengan memakai rumus:

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

**Rumus 3.6. Uji f**

**Sumber:** (Sugiyono, 2012: 192)

Keterangan:

f = Nilai f

$R^2$  = Koefisien determinasi

K = Banyaknya variabel bebas

N = Banyaknya sampel

Jika  $f_{\text{tabel}} > f_{\text{hitung}}$ , jadi  $H_0$  diterima serta  $H_a$  ditolak. Jika  $f_{\text{tabel}} < f_{\text{hitung}}$ , jadi  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diterima. Dan tingkat signifikan 95 percent (=5%).  
Jika nilai probabilitas signifikan  $> 0.05$ , maka  $H_0$  diterima serta  $H_1$  ditolak.

### 3.7. Lokasi dan Jadwal Penelitian

#### 3.7.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yaitu PT Alva Niaga Banindo yang beralamat Ruko Golden Gate Blok A No.16-17, Batam.

### 3.7.2. Jadwal Penelitian

**Tabel 3.4.** Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Oktober 2020				November 2020				Desember 2020				Januari 2021			
		Minggu				Minggu				Minggu				Minggu			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	<i>Survey</i>		■	■			■										
2	Pengajuan Surat Penelitian						■	■			■						
3	Kuesioner											■					
4	Pengumpulan Data												■	■	■		
5	Pengolahan Data													■	■	■	
6	Saran dan Kesimpulan																■

**Sumber:** Data Olahan (2020)