

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Peneliti melakukan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif, menurut (Sujarweni, 2020), dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis data numerik untuk mendeskripsikan atau merangkum peristiwa. Dengan menggunakan pengukuran seperti frekuensi, persentase, mean, dan standar deviasi, tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran statistik populasi atau sampel. Bidang seperti ilmu sosial, riset pemasaran, dan psikologi sering menggunakannya untuk mempelajari dan menjelaskan topik atau fenomena tertentu. Ada banyak cara untuk melakukan penelitian, seperti survei, kuesioner, dan studi observasional

#### **3.2. Sifat penelitian**

Penelitian ini mereplikasi atau memperluas hasil penelitian sebelumnya untuk menentukan apakah hasil dapat digunakan lagi pada situasi atau populasi yang berbeda. Penelitian ini akan menggunakan desain, teknik, dan protokol penelitian yang sama dengan penelitian sebelumnya.

Studi replikasi sangat penting dalam penelitian karena membantu memverifikasi dan memastikan bahwa penelitian sebelumnya konsisten dan dapat diandalkan, memungkinkan peneliti untuk mengkonfirmasi atau menyangkal hasil dan menguraikan masalah dan generalisasi temuan. Penelitian berulang juga dapat

memperluas penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan menciptakan dasar untuk penelitian yang akan datang.

### 3.3. Lokasi penelitian dan jadwal penelitian

#### 3.3.1. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Batam

#### 3.3.2. Jadwal penelitian

Penelitian ini dijadwalkan dimulai pada Maret 2024 dan berakhir pada Juli 2024 dengan penguploadan jurnal:

**Tabel 3.1** Tabel penelitian

No	Aktivitas	Waktu Pelaksanaan																							
		Maret 2024				April 2024				Mei 2024				Juni 2024				Juli 2024				Agustus 2024			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penyerahan serta Input judul	■																							
2.	Penuntasan Proposal serta Revisi							■	■																
3.	Pembuatan serta Sebar Kuesioner											■													
4.	Pengumpulan dan olah data															■	■								
5.	Penyelesaian Skripsi																			■					
6.	Pemberian Skripsi																							■	
7.	Upload Jurnal																								■

Sumber : Peneliti, 2024

### 3.4. Populasi dan Sampel

#### 3.4.1. Populasi

Populasi mengacu pada sekelompok individu, objek, atau peristiwa yang memiliki satu atau lebih karakteristik yang terkait dengan pertanyaan penelitian. Peneliti menggunakan populasi ini sebagai representasi dari seluruh kelompok yang akan menjadi sasaran penelitian (Aswad et al., 2018) Penelitian ini melibatkan pelanggan yang membeli produk Mie Lemonilo di Batam, yang jumlah mereka tidak diketahui.

### 3.4.2. Teknik penentuan besar sampel

Pilihan sampel adalah bagian dari populasi individu, item, atau kejadian yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari. Pemilihan sampel adalah bagian penting dari penelitian karena memungkinkan peneliti membuat kesimpulan tentang populasi yang mereka cari sambil menghindari masalah atau kesulitan yang terkait dengan mempelajari seluruh populasi. Dengan kata lain, sampel adalah representasi dari populasi yang lebih besar dan mengambil perspektif peneliti terhadap populasi tersebut (Sugiarto, 2017). Kami dapat menganggap populasi umum sebagai populasi dari mana sampel ini diambil. Konsumen mie lemon digunakan sebagai populasi studi. Karena jumlah penduduk tidak dapat ditentukan, diperlukan angka untuk menunjukkan jumlah penduduk. Peneliti menggunakan rumus Lameshow untuk mengambil sampel populasi:

$$n = \frac{z^2 \times p(1-p)}{d^2}$$

**Rumus 3 1.** Rumus Lameshow

**Sumber :** (Sugiyono, 2018a)

Ket : n = total sampe

z = skor z kepercayaan 95 % = 1.96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) ataupun sampling error = 10%

melalui rumus diatas, hingga total sampel yang hendak ditetapkan adalah;

$$n = z^2 \cdot p \cdot (1-p)$$

$$n = 1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)$$

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

$$n = 96,04 = 100$$

Kriteria sampel adalah pelanggan Mie Lemonilo yang tinggal di Batam dan telah membeli minimal sekali. Besar sampel dihitung setelah perhitungan dan perhitungan.

### **3.5. Sumber data**

Sumber data diambil dari :

#### **3.5.1. Sumber data primer**

Sumber data primer adalah data yang didapatkan langsung oleh peneliti untuk proyek penelitian dan sangat berharga karena memberikan pengetahuan langsung tentang fenomena yang diteliti. Dengan menyebarkan kuesioner, berikan contoh sumber data primer. Kuesioner merupakan teknis pengumpulan data yang memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada individu yang disurvei untuk menjawabnya. Menurut (Suharsimi, 1995), metode kuesioner tertutup memungkinkan responden hanya perlu memberi tanda centang (√) pada bidang atau jabatan yang

relevan. Kuesioner terbuka memungkinkan peserta memberikan informasi sesuai kebutuhan mereka. Kuesioner hibrid adalah kombinasi dari kuesioner terbuka dan tertutup. Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan secara tertutup.

### **3.5.2. Sumber data sekunder**

Peneliti menggunakan sumber sekunder untuk merujuk atau mengutip penelitian tertentu. Sumber sekunder dapat melengkapi data primer atau menjawab pertanyaan penelitian yang tidak dapat dijawab melalui pengumpulan data primer.

1. Literatur yang diterbitkan, seperti buku, artikel jurnal, dan laporan, dapat memberikan informasi dan data yang berharga tentang berbagai topik.
2. Sikap dan perilaku individu terhadap topik tertentu dapat diketahui melalui platform media sosial dan forum online.

### **3.6. Metode pengumpulan data**

Penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai metode survei. (Sugiarto, 2017). Kuesioner adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan informasi terkait topik yang berisi serangkaian pertanyaan yang ditujukan kepada individu. Biasanya menggunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data primer dari sampel partisipan. Format kuesioner, seperti skala penilaian, skala Likert, dan pertanyaan terbuka atau tertutup, tergantung pada jenis informasi yang diperlukan. Desain dan susunan kata pertanyaan sangat penting untuk memastikan bahwa peserta memahaminya dan memberikan jawaban yang akurat dan dapat diandalkan. Data penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang tinggal di Batam dan membeli produk mie lemonilo.

Dalam penelitian sosial, skala Likert merupakan skala penilaian yang umum digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang tentang suatu topik tertentu. Skala ini biasanya terdiri dari pernyataan atau item yang mengungkapkan pendapat atau keyakinan seseorang, dan dilengkapi dengan serangkaian pilihan respons mulai dari "sangat setuju" hingga "sangat tidak setuju". Banyak digunakan untuk mengukur sikap atau opini subjektif, skala Likert memungkinkan. Subskala berikut terdiri dari lima pilihan skor dalam skala Likert:

**Tabel 3.1** Tabel skala likert

<b>No</b>	<b>Keterangan Jawaban</b>	<b>Nilai/Skor</b>
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

**Sumber :** (Sugiyono, 2018b)

### **3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Memilih variabel penelitian berdasarkan sifat objek penelitian atau kesimpulan dan informasi yang diperlukan untuk melengkapinya. Menurut Sugiarto (2017), variabel adalah perbedaan yang ada di antara anggota kelompok yang diteliti dan totalnya.

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

Menurut (Sugiarto, 2017), Variabel independen adalah komponen yang mempengaruhi perubahan variabel dependen secara independen.

##### **3.7.1.1. *Brand Ambassador***

*Brand Ambassador* adalah individu atau entitas yang bertindak sebagai perwakilan atau perwakilan perusahaan atau merek, mengadvokasi nilai, tujuan, dan penawarannya. Ambassador merek sangat penting untuk meningkatkan kesadaran merek dan menciptakan citra yang baik tentang merek (Qurtubi et al., 2022)

##### **3.7.1.2. *Brand Image***

*Brand Image* mencakup keseluruhan cara pelanggan melihat suatu merek. Orang-orang yang memiliki pendapat, konsep, dan persepsi tertentu tentang merek

membentuk gambar merek mereka. Cira ini pada dasarnya merupakan gambaran dari pikiran, perasaan, dan ikatan yang diciptakan orang dengan merek (Larassati & Siswoyo, 2021)

### **3.7.1.3. *Word Of Mouth***

*Word Of Mouth* adalah proses di mana pelanggan memberikan informasi antar pribadi tentang barang dan jasa non-komersial kepada pelanggan lain. *Word Of Mouth* ini adalah iklan gratis yang paling efektif untuk menyampaikan barang dan jasa kepada dua atau lebih pelanggan (Agnes Dwita Susilawati et al., 2021)

### **3.7.2. Variabel Terikat (Dependen)**

Faktor yang mempengaruhi perubahan variabel bebas disebut variabel terikat (Sujarweni, 2020).

#### **3.7.2.1. Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian dimulai dengan pengenalan masalah, evaluasi masalah, dan penentuan produk yang paling sesuai.



Variabel	Indikator	Skala
<i>Brand Ambassador</i> (X1)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepopuleran</li> <li>2. Kredibilitas</li> <li>3. Influence (Berpengaruh)</li> <li>4. Kreativitas</li> </ol> (Kusuma Wardani & Istiyanto, 2022a)	<i>Likert</i>
<i>Brand Image</i> (X2)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesadaran Merek</li> <li>2. Keunggulan Merek</li> <li>3. Loyalitas Merek</li> <li>4. Asosiasi Merek</li> </ol> (Kusuma Wardani & Istiyanto, 2022a)	<i>Likert</i>
<i>Word Of Mouth</i> (X3)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemauan konsumen dalam membicarakan hal-hal mengenai produk</li> <li>2. Rekomendasi jasa dan produk kepada orang lain</li> <li>3. Dorongan terhadap teman atau relasi untuk melakukan pembelian terhadap produk dan jasa perusahaan</li> </ol> (Babin et al., 2005)	<i>Likert</i>
Keputusan pembelian (Y1)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas produk</li> <li>2. Citra merek</li> <li>3. Harga</li> <li>4. <i>Brand Ambassador</i></li> <li>5. <i>Word Of Mouth</i></li> </ol> (Miranda, 2021)	<i>Likert</i>

**Tabel 3.2** Operasional Tabel

**Sumber:** Peneliti, 2024

### 3.8. Metode Analisis Data

#### 3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk mendeskripsikan data (Sugiyono, 2018a).

Analitik digunakan untuk menggambarkan informasi yang dapat diperoleh dari data dengan mendefinisikannya dalam berbagai cara.

Ket:

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

**Rumus 3 2** Rentan Skala

- RS = Rentang Skala
- n = Besaran Sampel
- m = Besaran alternative jawaban tiap item

$$RS = (100 (5-1))/5$$

$$RS = 400/5$$

$$RS = 80$$

Perhitungan menunjukkan bahwa 100 sampel dapat diambil, dengan 5 pilihan yang mungkin untuk setiap item. Hasil RS, atau rentang skala, diatur ke 80.

No.	Pernyataan	Skor Positif
1	100 - 180	Sangat Tidak Setuju
2	181 - 261	Tidak Setuju
3	262 - 342	Netral
4	343 - 423	Setuju
5	424 - 500	Sangat Setuju

**Tabel 3.3** Tabel Rentang Skala

**Sumber :** Peneliti, 2023

### 3.8.2. Uji Kualitas Data

#### 3.8.2.1. Uji Validitas

Sangat penting untuk memastikan validitas penelitian. Mereka bertujuan untuk menilai kredibilitas dan keakuratan hasil penelitian. Pengujian validitas adalah proses

untuk memastikan bahwa data penelitian benar dan dapat diandalkan, dan bahwa hasilnya dapat diandalkan dan dapat digunakan untuk membuat keputusan atau rekomendasi yang tepat. Peneliti harus melakukan validitas pengujian proses penelitian mereka untuk menjamin bahwa hasil penelitian dapat dipercaya dan diterima publik (Sugiyono, 2018a)

Nilai n item dianggap valid jika nilainya dapat mengukur ide atau struktur yang akan diukur. Salah satu cara untuk menguji validitasnya adalah dengan menggunakan tes koefisien korelasi, yang mengukur kekuatan hubungan yang ada antara item dan nilai ujian keseluruhan. Tes dengan koefisien korelasi minimal 0,05 dianggap signifikan, yang menunjukkan bahwa item tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur. Selain itu, r hitung dan r tabel diukur untuk menentukan validitas data penelitian. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka data penelitian valid

Uji validitas dilakukan dengan rumus Korelasi Product Moment karya Karl Pearson, yang dapat dilihat di bawah ini:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N\sum x^2 - (\sum x)^2][N\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

**Rumus 3 3** Rumus Validitas

Sumber : (Muzakki, 2020)

Keterangan :

$r_{xy}$  : skor keseluruhan subjek item

$x$  : total skor yang didapatkan dari keseluruhan item

$y$  : jumlah sampel

N : koefisien korelasi

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan  $r_{xy}$  (r hitung) dengan besaran  $r$  hitung dengan taraf signifikan 5% dan derajat bebas ( $df$ ) =  $n-2$ .

1. Suatu variabel dianggap valid ketika  $r$  hitung positif dan  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel
2. Variabel tidak valid ketika  $r$  hitung negatif dan  $r$  hitung kurang dari  $r$  tabel.

### **3.8.2.2. Uji Reabilitas Data**

Pengujian reliabilitas adalah bagian penting dari penelitian karena melibatkan penilaian keakuratan dan stabilitas alat pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data dari subjek penelitian. Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa alat penelitian seperti survei, kuesioner, atau instrumen ukur lainnya menghasilkan hasil yang konsisten dan stabil pada berbagai metode atau sampel. Pengujian juga menentukan apakah instrumen penelitian secara akurat mengukur konstruk atau variabel yang diteliti dan apakah hasil penelitian dapat dipercaya dan diandalkan. Keahlian sangat penting dalam penelitian untuk memastikan data yang dikumpulkan dapat diandalkan serta mengurangi kesalahan acak. Kasus program komputer seperti SPSS digunakan untuk mengolah data, pertanyaan kuesioner dianggap dapat diandalkan jika Cronbach alpha lebih dari 0,60, sedangkan jika Cronbach alpha kurang dari 0,60, pertanyaan kuesioner dianggap tidak dapat diandalkan.

### **3.8.3. Uji Asumsi Klasik**

Asumsi dasar seperti independensi, homogenitas varians, dan normalitas diuji pada kumpulan data menggunakan asumsi klasik. Pernyataan meliputi uji-t, ANOVA, dan analisis regresi. Dalam inferensi statistik, tidak menguji asumsi ini dapat menghasilkan kesimpulan yang tidak akurat, sehingga mengurangi keakuratan dan validitas analisis statistik. Karena itu, pengujian hipotesis klasik memungkinkan peneliti menemukan kesalahan asumsi dan melakukan perbaikan, ataupun mengubah data dan menggunakan banyak tes statistik untuk memastikan bahwa temuan penelitian adalah valid (Sujarweni, 2020).

#### **3.8.3.1. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah kumpulan data memiliki distribusi normal, seperti yang ditunjukkan oleh kurva lonceng. Distribusi normal sangat penting untuk beberapa analisis statistik karena berbagai uji statistik menganggap bahwa distribusi normal berlaku untuk kumpulan data. Uji normalitas sangat penting untuk menentukan reliabilitas inferensi staccato karena data dapat menghasilkan hasil yang tidak akurat dan kesimpulan yang salah. Uji normalitas Kolomgorov-Sminrov (K-S) dan plot P-P adalah dua metode yang digunakan (Kurniawan, 2019). Putusan dapat diambil bilamana uji normalitas berada pada kriteria :

1. Nilai signifikan yang lebih besar dari 0,5 (Sig.) daripada 0,05 menunjukkan bahwa distribusi penelitian ini normal
2. Nilai signifikan 0,5 (Sig.) kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa distribusi penelitian tidak normal

### **3.8.3.2. Uji Multikolinearitas**

Dalam makalah penelitian, uji multikolinearitas digunakan untuk menemukan dan mengevaluasi tingkat multikolinearitas antar variabel prediktor. Multikolinearitas muncul ketika dua atau lebih variabel prediktor menunjukkan korelasi yang sangat tinggi dalam analisis regresi.

Variasi faktor inflasi (VIF) dan toleransi adalah dua metode yang umum digunakan untuk mengukur tingkat multikolinearitas. VIF menghitung rasio variasi setiap prediktor dalam model lengkap dengan variasi yang tidak ada dalam model; nilai VIF di atas 10 menunjukkan adanya multikolinearitas. Toleransi adalah kebalikan dari VIF, dan merupakan ukuran proporsi variasi suatu prediktor yang tidak dapat dijelaskan oleh prediktor lain dalam model. Nilai toleransi yang kurang dari 0,1 menunjukkan adanya multikolinearitas.

### **3.8.3.3. Uji Heterokedastisitas**

Istilah "heteroskedastisitas" di analisis statistik mengacu pada situasi di mana kesalahan varians model regresi tidak konstan pada rentang variabel independen. Ini dapat menimbulkan estimasi kesalahan standar dan koefisien regresi yang salah. Akibatnya, kesimpulan statistik dan pengujian hipotesis dapat dipengaruhi oleh hal ini. Faktor seperti outlier, kesalahan pengukuran, dan data yang hilang adalah beberapa contoh situasi di mana masalah ini dapat muncul. Studi ini menguji plot dispersi. Jika titik-titik tersebar secara acak di atas atau di bawah sumbu 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola, data tersebut dianggap homoskedastik. Sebaliknya, jika titik-titik tersebar merata dan membentuk pola, data tersebut dianggap heteroskedastik

### 3.8.4. Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variasi variabel dependen; analisis regresi linier berganda digunakan untuk menunjukkan bagaimana suatu variabel terikat dan sejumlah variabel bebas berinteraksi satu sama lain. Nilai variabel terikat diprediksi berdasarkan nilai variabel bebas. Rumus multiliniernya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + \dots$$

**Rumus 3 4** Regresi linear berganda

**Sumber :** (Kurniawan, 2019)

Penjelasan :

Y : Besaran Variabel Dependen

a : Koefisien Konstanta

b : Nilai Koefisien Regresi

X1 : Besaran Variabel independen pertama

X2 : Besaran Variabel Independen kedua

X3 : Besaran Variabel Independen ketiga

#### 3.8.4.2. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi merupakan ukuran statistik dimana menunjukkan proporsi variabilitas suatu variabel terikat yang menjelaskan variabel bebas disertakan model regresi. Seberapa sesuai garis regresi dengan data ditentukan oleh pengujian ini.

Nilai R-kuadrat berkisar antara 0 dan 1; nilai yang paling rendah pada skala ini menunjukkan bahwa garis regresi tidak menjelaskan varians pada variabel dependen, dan nilai yang paling tinggi menjelaskan bahwa garis regresi sesuai dengan data. Semakin dekat nilai R-kuadrat dengan satu, semakin cocok model tersebut. Koefisien determinasi adalah alat penting dalam analisis regresi untuk mengukur kekuatan korelasi antara variabel independen dan dependen (Satria, 2021)

### **3.9. Uji Hipotesis**

Pengujian hipotesis adalah metode statistik dalam penelitian yang digunakan untuk menguji bukti dalam sampel data dapat mendukung pernyataan populasi tertentu. Hipotesis nol dan hipotesis alternatif dibuat dalam hal ini. Hipotesis alternatif berpendapat bahwa ada hubungan atau perbedaan yang signifikan antara dua variabel. Sebaliknya, hipotesis nol berpendapat bahwa tidak ada perbedaan atau hubungan yang signifikan antara dua kelompok atau variabel.

Selanjutnya, para peneliti mengumpulkan data dan menggunakan analisis varians, uji-t, dan metode statistik lainnya. Jika p-value kurang dari tingkat signifikan 0,05, hipotesis ditolak. Jadi, bukti yang signifikan mendukung hipotesis alternatif (Sugiarto, 2017) Dalam penelitian ini, hipotesis berikut diuji:

#### **3.9.1. Uji t (Regresi Parsial)**

Uji t parsial diperlukan untuk setiap variabel penelitian mengetahui variabel independen yang signifikan mempengaruhi variabel dependen (Ahyar & Hikmatul, 2020)



1. Bandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel dengan tingkat signifikansi yaitu 5%  $df = n - 2$ .
2. Mengambil kesimpulan berdasarkan standar berikut.
  - a.  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
  - b. Nilai sig.  $> \alpha = 5\%$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
  - c. Nilai sig.  $< \alpha = 5\%$  maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima.

### 3.9.2. Uji F ( Simultan )

Menurut (Paramitha, 2017) Uji F atau ANOVA digunakan untuk mengevaluasi dua sampel. Ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Jika nilainya kurang dari 0,05 ( $\alpha$ ), variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Selain itu, jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan profitabilitas  $> 0,05$  ( $\alpha$ ), variabel dependen tidak dipengaruhi oleh variabel bebas. Prediksi untuk tes ANOVA:

1. Distribusi populasi normal
2. Variasi populasi yang sebanding
3. Sampel tidak terkait atau independen satu sama lain.

Pengujian hipotesis berikut dengan uji dua arah.

$H_0$ : Tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan *Word Of Mouth* secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Mie Lemonilo di Batam.

H1: Terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara *Brand Ambassador*, *Brand Image* dan *Word Of Mouth* secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Mie Lemonilo di Batam.