

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini adalah jenis pendekatan kuantitatif dimana peneliti akan melakukan pengumpulan data dan mengolah atau analisis data yang diperoleh. Metode penelitian ini adalah metode deksriptif dan asosiatif dimana peneliti akan mengetahui apakah dalam penelitian ini memiliki pengaruh diantara variabel yang digunakan.

#### **3.2 Sifat penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat duplikasi atau replika dari penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya. Penelitian ini menjelaskan atau menggambarkan dari objek yang diteliti dengan karakteristik tertentu atau yang sudah ditetapkan oleh peneliti.

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

##### **3.3.1 Lokasi penelitian**

Lokasi penelitian ini adalah dimana tempat para peneliti untuk melakukan penelitian untuk memperoleh data dan dilaksanakan pada Sociolla atau soco yang berlokasi tepatnya berada di Grand Mall Batam LT Grand Floor yang berlatam lengkap di Jl. Pembangunan, Batu Selicin, Kec. Lubuk Baja, Kota Batam.

### 3.3.2 Periode penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu 6 bulan mulai Agustus 2023 sampai dengan Januari 2024 hingga berakhirnya tugas skripsi dalam penulisan skripsi ini.

**Tabel 3.1** Periode penelitian

No.	Tahapan penelitian	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Latar belakang	■													
2	Perumusan masalah	■													
3	Studi kepustakaan		■	■											
4	Menetaokan metode penelitian				■	■									
5	Penyusunan kuisisioner						■	■							
6	Penyebaran kuisisioner								■	■					
7	Analisis hasil kuisisioner										■	■			
8	Penyelesaian skripsi												■	■	■

Sumber : Peneliti, 2024

### 3.4 Populasi dan sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah sejumlah dari keseluruhan dari tempat atau wilayah yang dipilih untuk menjadi objek dari penelitian dengan ciri-ciri atau karakteristik tertentu. Penelitian ini memilih populasi yang berasal dari pembeli yang melakukan keputusan pembelian pada Sociolla di Grand Mall Batam pada waktu terdekat ini.

#### 3.4.2 Teknik penentuan besar sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari populasi keseluruhan yang mewakili suatu wilayah. Peneliti menetapkan teknik penentuan besaran sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow dikarenakan rumu ini dapat digunakan untuk menghitung jumlah sampel dari populasi yang tidak terindikasi jumlah yang pasti.

Berikut ini adalah rumus dari Lemeshow :

##### **Rumus 3.1** Rumus Lemeshow

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

keterangan:

n = Jumlah sampel

z = nilai standar (1.96)

p = maksimal estimasi (50%)

d = Alpha (0,10) atau sampling error (10%)

Berdasarkan Rumus, maka:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2} \\
 &= \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,01} \\
 &= 96,04
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus Lemeshow, maka jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini sebanyak 96 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden.

### 3.4.3 Teknik sampling

Pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik *probability sampling* yaitu. Pengambilan sampel yang menawarkan kesempatan untuk memilih sampel untuk setiap elemen atau populasi dengan menggunakan metode simple *random sampling*, dimana sampel diambil secara acak dari populasi tanpa memperhatikan tingkatan populasi.

### 3.5 Sumber data

Penelitian ini mendapatkan sumber data primer yang akan di input yakni dengan cara catat dan dikumpulkan, menurut Sugiyono (2019:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber atau tempat objek penelitian dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan dengan menggunakan google form untuk dijawab oleh responden. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan

data yang efektif apabila peneliti memahami variabel yang diukur serta mengerti apa yang diharapkan responden.

### 3.6 Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data merupakan tahapan dalam melaksanakan penelitian serta berfokus pada pencarian data. Tanpa ilmu dan pengetahuan dari metode pengumpulan data, maka peneliti tidak bisa mendapatkan data yang memenuhi standart yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan Skala Likert, dimana didalam kuisioner dijabarkan nilai dari 1 sampai 5 untuk mewakili sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Variabel operasional adalah segala sesuatu yang mempunyai berbagai bentuk yang digunakan peneliti untuk melakukan pembelajaran guna memperoleh informasi untuk selanjutnya menarik kesimpulan. Variabel yang dimanipulasi digunakan untuk menghindari kesalahan penafsiran setiap variabel yang dianalisis ketika membatasi permasalahan.

**Tabel 3.2** Definisi Operasional Variabel

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Brand image	Suatu asosiasi atau perusahaan yang terlintas dalam benak konsumen ketika mereka teringat dengan merek tertentu	1. Citra perusahaan 2. Citra pemakai 3. Citra produk	Likert

Persepsi konsumen	pemikiran konsumen Tentang hubungan tingkat tinggi sebuah nilai produk untuk dijual yang akan ditukarkan beberapa uang dan kemauan mendapatkan produk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Daya saing harga</li> <li>4. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> </ol>	likert
Promosi	Aktivitas bisnis produk saat meraih sasaran serta menjual produk tersebut, bisa dipastikan promosi dilangsungkan bagi produk baik mencakup bermerek ataupun tidak bermerek	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perpaduan iklan</li> <li>2. Promosi penjualan</li> <li>3. Hubungan masyarakat</li> </ol>	Likert
Keputusan pembelian	Konsumen menghasilkan keputusan akan perilaku yang tepat untuk meraih tujuan akhir	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya kebutuhan akan suatu produk</li> <li>2. Timbulnya keinginan terhadap suatu produk</li> <li>3. Daya beli yang dimiliki konsumen</li> </ol>	Likert

### 3.8 Metode Analisis data

#### 3.8.1 Statistik deskriptif

Menurut (Widodo et al., 2023) statistik deskriptif adalah teknik analisis yang menggambarkan atau mendeskripsikan data penelitian dengan menggunakan nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), standar deviasi, total, range, kurtosis, dan kemencengan distribusi. Tujuan dari teknik ini adalah untuk menggunakan data

yang telah dikumpulkan untuk memberikan gambaran tentang yang berkaitan dengan variabel penelitian.

### 3.8.2 Uji kualitas Data

#### 3.8.2.1 Uji Validitas Data

Menurut (Sugiyono, 2022) instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid atau tidaknya suatu variabel. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur dan dapat dikatakan sebagai berikut:

1. Jika  $r$  dihitung  $> r$  table, maka dinyatakan valid.
2. Jika  $r$  dihitung  $< r$  table, maka dinyatakan tidak valid.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kuisisioner yang diajukan dapat memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan

Rumus yang digunakan adalah Rumus *product moment* sebagai berikut:

#### Rumus 3.2 Korelasi Pearson Product

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

**Sumber :** (Sihabudin et al., 2021)

Keterangan:

- $r_{xy}$  = Koefisien korelasi product moment
- $n$  = Jumlah pengamatan (populasi/sampel)
- $\sum X$  = Jumlah dari pengamatan nilai X
- $\sum Y$  = Jumlah dari pengamatan nilai Y

$\sum X^2 =$	Jumlah total X kuadrat
$\sum Y^2 =$	Jumlah total Y kuadrat
$\sum YX =$	Jumlah perkalian total X dan total variabel Y

### 3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Menguji reliabilitas adalah usaha untuk menilai sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten ketika diterapkan secara berulang pada pernyataan dan instrumen pengukuran yang sama. Menurut Ghazali (2020:66) menyatakan bahwa reliabilitas adalah salah satu cara dalam mengukur sebuah kuesioner yang terdiri dari indikator dari sebuah perubahan ataupun konstruksi.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cornbach Alpha* dengan rumus sebagai berikut:

#### Rumus 3.4 Rumus *Cornbach Alpha*

$$R = a = \frac{N}{N-1} \left( \frac{S^2(1 - \sum si^2)}{S^2} \right)$$

keterangan:

$a$  = Koefesien Reliabilitas *Alpha Cronbach*

$S^2$  = Varians skor keseluruhan

$Si^2$  = Varians masing-masing item

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.3.1 Uji Normalisasi

Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah suatu model memiliki distribusi normal atau tidak didalam suatu model regresi (Ghozali, 2021). Dalam konteks ini, strategi yang dapat digunakan untuk memahami normalitas residual, antara lain:

1. Menggunakan Uji Histogram Grafik, jika gambar yang ditampilkan memiliki distribusi yang menyerupai lonceng, maka data tersebut dianggap normal.
2. Menggunakan Uji Statistik, metode yang digunakan untuk menilai keberadaan data normal adalah dengan menggunakan uji non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (Ghozali, 2021: 201). Jika nilai probabilitas dari uji tersebut lebih besar atau sama dengan 0,05, maka distribusi dianggap normal.

#### 3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah situasi di mana semua atau sebagian besar variabel saling terkait dengan kuat, yang berarti tidak ada yang memiliki korelasi bebas yang cukup untuk membentuk, menurut Ghozali (2021: 157) uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah didalam model terdapat korelasi antar variabel, berikut cara untuk menentukan apakah ada multikolinieritas dalam regresi:

1. Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) lebih dari 10, itu menandakan adanya indikasi multikolinieritas.
2. Jika nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10, itu menandakan bahwa tidak ada indikasi multikolinieritas.

### 3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk menentukan apakah terdapat tanda-tanda ini dalam suatu penelitian. Dalam pengujian penelitian ini, digunakan uji Park Gleyser, di mana jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dianggap tidak menunjukkan tanda-tanda heteroskedastisitas.

### 3.8.4 Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisa ini merupakan kaitan secara linear diantara dua atau lebih variabel bebas ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ). Persamaan regresi bergandanya ialah:

**Rumus 3.5** Persamaan Linear Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X1 = Brand Image

X2 = Persepsi Konsumen

X3 = Promosi

e = Error

#### **3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Keuntungan dari analisis ini adalah untuk mengukur seberapa besar sumbangan variabel terhadap variabel independen dan variabel dependen. Jika koefisien determinasi lebih tinggi, itu menunjukkan bahwa variabel X memiliki kemampuan yang lebih baik untuk menjelaskan variasi dalam variabel Y. Sebaliknya, jika koefisien determinasi lebih rendah, itu menandakan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen relatif kecil.

### **3.9 Uji hipotesis**

#### **3.9.1 Uji T**

Uji t adalah proses penting untuk menentukan signifikansi dari setiap koefisien, yang memerlukan penilaian apakah pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen signifikan atau tidak, ada dua kriteria dasar dalam pengambilan keputusan:

1. Jika nilai t hitung berada di antara nilai t tabel bawah dan nilai t tabel atas, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima.
2. Jika nilai t hitung lebih rendah dari nilai t tabel bawah atau lebih tinggi dari nilai t tabel atas, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak.

#### **3.9.2 Uji F**

Tujuan dari uji F adalah untuk mengevaluasi signifikansi dari model regresi yang diterapkan dalam penelitian, Pendekatan ini dilakukan dengan

membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel pada tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Dua kriteria yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai F hitung lebih kecil dari nilai F tabel, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima.
2. Jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak.