

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian sangat penting bagi peneliti, karena mempermudah peneliti saat ingin menghitung populasi dan sampel,, metode penelitian kuantitatif diterapkan dalam penelitian ini. Sugiyono (2022) menyatakan bahwa pendekatan kuantitatif adalah teknik yang digunakan dalam penelitian sampel dan populasi yang didasarkan pada fakta-fakta yang dapat diverifikasi. Data penelitian disajikan sebagai data numerik yang dapat dihitung menggunakan analisis statistik untuk membuat instrumen tes untuk mengevaluasi teori. Survei adalah metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh estetika produk, pemasaran, dan pengenalan merek terhadap pilihan konsumen dalam membeli pakaian Honda PT Capella Dinamik Nusantara di Kota Batam.

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Penelitian ini bersifat asosiatif. Penelitian asosiatif ialah suatu metode yang digunakan untuk menguji bagaimana beberapa variabel berinteraksi, yaitu apakah terdapat hubungan sebab akibat antara kedua variabel tersebut. Metode penelitian asosiatif kuantitatif ini digunakan oleh peneliti karena dapat memudahkan pengujian adanya pengaruh *brand awareness* (X1), estetika produk (X2) dan promosi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).



### 3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

#### 3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para pengguna Apparel Honda PT Capella Dinamik Nusantara yang berlokasi di Kota Batam.

#### 3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan mulai Maret 2024 hingga Juli 2024. Adapun jadwal penelitian yang peneliti jabarkan dalam tabel di bawah ini sebagai berikut:

**Tabel 3.1** Periode Penelitian

No.	Tahapan penelitian	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Penulisan Bab 1	■	■	■											
2	Penulisan Bab 2			■	■	■									
3	Penulisan Bab 3				■	■									
4	Rancangan Kuesioner						■	■							
5	Penyebaran Kuesioner							■	■	■					
6	Pengumpulan Data										■	■			
7	Analisis hasil kuesioner											■	■	■	
8	Penyelesaian skripsi													■	■

**Sumber:** Peneliti (2024)

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi ialah sebuah domain generalisasi, dimana item atau orang mempunyai atribut dan kriteria yang dipilih oleh peneliti untuk memungkinkan kajian dan penarikan kesimpulan yang relevan (Sugiyono, 2022). Populasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah para pengguna apparel Honda PT Capella Dinamik Nusantara di Kota Batam, dimana jumlah populasi tidak dapat dipastikan atau bersifat tidak terhingga.

#### 3.4.2 Teknik penentuan besar sampel

Sampel ialah sebagian dari kuantitas dan kualitas yang dimiliki masyarakat. Selain itu, ukuran sampel mengacu pada upaya yang digunakan untuk memastikan ukuran sampel yang dipilih untuk penelitian. (Sugiyono,2022). Teknik pengambilan jumlah sampel dapat menggunakan rumus *lemeshow* dikarenakan jumlah populasi pengguna apparel Honda PT Capella Dinamik Nusantara di Kota Batam tidak diketahui dengan pasti jumlahnya.

**Rumus 3.1** Jacob Cohen

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

**Sumber:** Ulumudin & Wahyuati (2021)

keterangan:

N = Jumlah sampel

$F^2$  = Efek ukuran (0,1)

u = Jumlah perubahan dalam penelitian

L = Fungsi power (u), hasil tabel power = 0,95

Sampel dengan nilai L tabel (t.s=1%) = 0,95 dan nilai u 19,76 dapat dihasilkan dengan menggunakan rumus. Oleh karena itu, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah

$$N = \frac{L}{F^2} + u + 1$$
$$N = \frac{19,76}{0,1} + 5 + 1$$
$$N = 203,6$$
$$N = 204$$

Dengan menggunakan rumus Jacob Cohen maka jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah 203,6 responden yang kemudian akan ditetapkan oleh peneliti menjadi 204 responden.

### **3.4.3 Teknik Sampling**

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan menggunakan purposive sampling. Teknik nonprobability sampling menurut (Sugiyono, 2022) ialah strategi pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang dan kemungkinan yang sama kepada setiap komponen dan anggota populasi yang dipilih untuk pengambilan sampel. Selain itu, Sugiyono (2022) menjelaskan strategi purposive sampling sebagai metode pemilihan sampel berdasarkan evaluasi yang cermat. Baiklah, jadi persyaratan responden berikut disediakan:

1. Kelompok sampel yang diteliti adalah mereka yang telah melakukan pembelian di PT Capella Dinamik Nusantara lebih dari dua kali.
2. Individu yang telah mencapai usia 17 tahun ke atas akan menjadi responden dalam penelitian ini.

### **3.5 Sumber Data**

Data yang digunakan terbagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder, pada proses pengumpulan informasi untuk penelitian, seperti berikut:

#### **1. Data Primer**

(Sugiyono, 2022), data primer ialah sumber langsung dari mana peneliti memperoleh data, seperti kuesioner dan tanggapan wawancara. Informasi tersebut dihimpun oleh peserta yang melakukan survei online kepada seseorang yang pernah membeli Honda Clothing PT Capella Dinamik Nusantara di Kota Batam.

#### **2. Data Sekunder**

Menurut (Sugiyono, 2022), data sekunder ialah sumber tidak langsung yang memberikan data kepada peneliti; sumber-sumber ini mencakup literatur dan dokumentasi, yang mungkin menawarkan bantuan penelitian. Para sarjana mendapatkan data tambahan dari literatur yang masih ada, makalah ilmiah, jurnal, buku, situs web, dan sumber relevan lainnya.

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data untuk mendukung suatu penelitian yang telah dijalankan saat ini sebagai berikut:

## 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner disebar dalam bentuk tautan yang berisikan pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Pengukuran kuesioner dilakukan dengan skala likert sebagai alat pengumpulan data. Metode ini memungkinkan responden untuk menilai setiap item pada skala likert, mulai dari sangat tidak setuju (STS) hingga sangat setuju (SS). Di bawah ini adalah tabel tanggapan kuesioner pada skala Likert:

**Tabel 3.2** Skala Likert

Skala	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak setuju (STS)	1

**Sumber:** (Hardani, S.Pd. et al., 2020)

## 2. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan menelaah teori-teori, pendapat-pendapat serta pokok-pokok pikiran yang terdapat dalam media cetak, khususnya buku-buku yang menunjang dan relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian. Dengan menggunakan literatur (kepustakaan) baik berupa buku, catatan maupun laporan hasil penelitian dari penelitian terdahulu. Pendekatan ini memungkinkan perluasan wawasan, perolehan sudut pandang yang beragam

dan pembentukan dasar teoretis yang solid untuk menjawab pertanyaan penelitian.

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

Menurut Sugiyono (2019), variabel penelitian adalah karakteristik, sifat, atau nilai individu, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dua variabel penelitian adalah variabel bebas (variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependent). Variabel terikat adalah variabel yang bergantung pada variabel lain, dan variabel bebas adalah variabel yang tidak bergantung pada variabel lain. Untuk tujuan penelitian ini, variabel-variabel berikut digunakan.

#### **3.7.1 Variabel Independen (X)**

Variabel independent merupakan sejumlah gejala dengan berbagai unsur/faktor yang ada didalamnya menentukan atau mempengaruhi adanya variable-variabel yang lain. Variabel bebasnya adalah profitabilitas, leverage, dan likuiditas. Dalam sedang dikaji saat ini, terdapat tiga variable independent khusus yang dipilih, yaitu *brand awareness* (X1), estetika produk (X2) dan promosi (X3).

#### **3.7.2 Variabel Dependen (Y)**

Variabel dependen merupakan sejumlah gejala dengan berbagai induk atau faktor di dalamnya yang ditentukan atau dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel dependen adalah nilai perusahaan. Dalam lingkup khusus penelitian ini, fokus akan ditempatkan pada variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).



**Tabel 3.3** Definisi Operasional Variabel

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
Brand Awareness (X1)	Brand awareness adalah kemampuan konsumen dalam mengenali dan mengidentifikasi merek (Aditya Wardhana, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Brand Recall</li> <li>2. Brand Recognition</li> <li>3. Purchase</li> <li>4. Consumption</li> <li>5. Top of mind</li> </ol>	<i>Likert</i>
Estetika Produk (X2)	Estetika pada dasarnya adalah ilmu yang berusaha untuk memahami keindahan dari suatu objek atau pengetahuan mengenai hal-hal keindahan (Suryajana, 2017).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keindahan desain</li> <li>2. Keunikan model produk</li> <li>3. Kombinasi</li> </ol>	<i>Likert</i>
Promosi (X3)	Promosi adalah tindakan menyampaikan produk atau layanan kepada khalayak yang sesuai, seperti pasar sasaran, dan kemudian menjelaskan fitur, keunggulan, dan daya tarik penawaran untuk menarik konsumen agar membelinya (Surbakti, 2022).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan</li> <li>2. Promosi penjualan</li> <li>3. Hubungan Masyarakat</li> <li>4. Penjualan pribadi</li> <li>5. Pemasaran langsung</li> </ol>	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan dalam tahap evaluasi, konsumen mengurutkan <i>brand</i> dan membentuk niat membeli (Kotler dkk., 2020).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keputusan pembelian produk</li> <li>2. Keputusan merek yang dipilih</li> <li>3. Keputusan penyalur yang dipilih</li> <li>4. Keputusan mengenai waktu pembelian</li> <li>5. Keputusan mengenai jumlah</li> </ol>	<i>Likert</i>

### 3.8 Metode Analisis Data

Setelah mengumpulkan semua data dari responden dan sumber lain, analisis dapat dimulai. Teknik analisis data mencakup berbagai macam teknik, seperti

mengorganisasikan data berdasarkan variabel dan jenis responden, membuat tabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data untuk setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk memverifikasi teori tersebut (Sugiyono, 2022:210).

### **3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang dipergunakan untuk mengkaji data dengan menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2019:206). Analisa ini digunakan dalam menggambarkan demografi responden untuk mengetahui banyaknya responden yang akan dibagi berdasarkan karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, usia, dan penghasilan dalam membeli apparel Honda.

### **3.8.2 Uji Kualitas Data**

Ada klaim yang menyatakan bahwa instrumen penelitian hanyalah alat pengumpulan data. Validitas dan reliabilitas merupakan prasyarat penggunaan instrumen penelitian yang menyediakan data dengan tingkat presisi dan konsistensi yang tinggi. Garis regresi terbentuk dan hipotesis penelitian diuji menggunakan alat SPSS, yang memudahkan penilaian validitas dan reliabilitas item pertanyaan penelitian.

#### **3.8.2.1 Uji Validitas**

Uji validitas adalah kemampuan suatu instrumen dalam mengukur parameter yang diinginkan (Sugiyono, 2022:198). Pertanyaan-pertanyaan tersebut digunakan

untuk menentukan praktis atau tidaknya koefisien korelasi dengan menilai relevansinya. Rentang validitasnya ditunjukkan sebagai berikut pada tabel berikut:

**Rumus 3.2** Person Correlation

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

**Sumber:** (Sugiyono, 2022:305)

Keterangan:

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi setiap item pertanyaan

x = Skor dari setiap item pertanyaan

y = Skor total dari setiap item pertanyaan

n = Jumlah Sampel

### 3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Untuk memastikan instrumen yang digunakan dapat diandalkan atau tidak, dilakukan uji reliabilitas. Reliabilitas dalam konteks ini mengacu pada kemampuan instrumen untuk memberikan temuan yang konsisten dari pengujian berulang. Sugiyono (2022:268) mengatakan bahwa: “Reliabilitas berkaitan dengan derajat konsistensi, sehingga apabila peneliti lain mengulangi atau mereplikasi penelitian pada objek yang sama dengan menggunakan metode yang sama maka akan menghasilkan data yang sama.” Selain itu, keandalan dapat diindeks, yang menunjukkan seberapa baik alat ukur menunjukkan tingkat kepercayaannya. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengevaluasi konsistensi alat ukur. Dengan SPSS, uji statistik Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) dapat digunakan untuk menentukan

reliabilitas. Jika suatu variabel memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6 maka dianggap dapat diandalkan.

### Rumus 3.3 Alpha Cronbach

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right)$$

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

Keterangan :

$r_{11}$  = Nilai reliabilitas yang dicari

$n$  = Jumlah item pertanyaan

$\sum \sigma b^2$  = Total varian pada pertanyaan

$\sigma t^2$  = Varian skor total

Beberapa faktor dapat menentukan keandalan data yang diperoleh, seperti:

Hasil  $\alpha > 0.60$  = dapat dipercaya

Hasil  $\alpha < 0.60$  = tidak dapat dipercaya

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Perangkat lunak SPSS digunakan dalam penelitian ini untuk menangani data penelitian. Pendekatan regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data; Namun sebelum melakukan analisis regresi linier berganda terlebih dahulu dilakukan uji heteroskedastisitas, multikolinearitas, dan normalitas.

#### 3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan metode pengujian untuk memastikan apakah sebaran datanya normal. Pengujian ini dilakukan karena data harus didistribusikan

secara teratur agar analisis statistik parametrik dapat dilakukan (Sinambela,2021:429).

Menurut Ghozali (2021), uji normalitas memiliki kriteria uji sebagai berikut:

1. Jika  $Sig > 0,05$  maka data berdistribusi normal
2. Jika  $Sig < 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal

Pada penelitian ini, teknik yang digunakan untuk menguji normalitas sebuah data, peneliti menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov Test.

### **3.8.3.2 Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas menurut Ghozali (2021:157) bertujuan untuk memeriksa untuk melihat apakah ada korelasi antara variabel independen yang ditemukan oleh model regresi. Seharusnya tidak ada hubungan apa pun antara variabel independen dalam regresi yang layak. Nilai Tolerance dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) sama-sama menunjukkan adanya multikolinieritas. Nilai ambang batas yang sering digunakan untuk mengidentifikasi multikolinieritas adalah toleransi  $< 0,10$  atau setara  $VIF > 10$ .

- 1) Dapat diindikasikan bahwa tidak terjadi multikolinieritas, jika nilai tolerance  $> 0,10$  atau nilai  $VIF < 10$ .
- 2) Dapat diindikasikan bahwa terjadi multikolinieritas, jika nilai tolerance  $< 0,10$  atau nilai  $VIF > 10$

### **3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas menurut Ghozali (2021:178) bertujuan untuk memeriksa apakah terdapat variasi residu antar observasi yang berbeda. Model regresi yang ideal menunjukkan homoskedastisitas, artinya tidak terjadi

heteroskedastisitas. Penelitian ini menguji adanya heteroskedastisitas dalam model regresi dengan menganalisis plot grafik nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) terhadap residunya (SRESID). Sumbu Y mewakili Y yang diprediksi, sedangkan sumbu X mewakili sisa siswa ( $Y$  yang diprediksi –  $Y$  aktual).

### 3.8.4 Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi bertujuan untuk meramalkan dan memprediksi populasi dan nilai rata-rata variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui. Analisis regresi adalah proses menguji suatu variabel terikat dalam kaitannya dengan satu atau lebih variabel bebas. Hal ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai-nilai yang ditetapkan dari variabel independen dengan variabel dependen. Regresi linier berganda mengacu pada penggunaan dua atau lebih regresi independen dalam analisis regresi (Machali, 2021:198).

#### Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Sumber: (Sugiyono, 2022:305)

Keterangan:

$y$  = Keputusan pembelian

$a$  = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien Regresi

$x_1$  = Brand Awareness

$x_2$  = Estetika Produk

x3 = Promosi

e = Error

#### 3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada dasarnya, ini mengukur sejauh mana model dapat memperhitungkan fluktuasi variabel terikat. Angka R<sup>2</sup> berkisar antara 0 hingga 1. Nilai R<sup>2</sup> yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai keterbatasan dalam menjelaskan fluktuasi variabel dependen. Angka yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen mencakup hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk meramalkan variabel dependen (Ghozali, 2021:147).

Untuk melakukan analisis tersebut diperlukan suatu rumusan untuk menilainya, yang dituangkan dalam pemaparan berikut ini:

##### **Rumus 3.5** Koefisien Determinasi

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Sumber: Sugiyono, 2019

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

R<sup>2</sup> = Kuadrat dari koefisien ganda

#### 3.8.5 Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2022:159) menyatakan bahwa hipotesis diartikan sebagai tanggapan sementara terhadap kerangka masalah penelitian. Validitas hipotesis harus dibuktikan dengan bukti yang dikumpulkan. Uji hipotesis dilakukan untuk

mengetahui pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional (X1) dan Budaya Organisasi (X2) terhadap Kinerja Pegawai (Y), baik secara kolektif maupun individual. Proses pengujian hipotesis hubungan ini melibatkan perumusan hipotesis nol (H0) dan hipotesis alternatif (H1).

### 3.8.5.1 Uji Hipotesis Parsial – Uji T

Pengujian hipotesis digunakan untuk memastikan hubungan antara pengetahuan auditor, pengalaman auditor, dan kompleksitas pekerjaan dengan pertimbangan profesional audit melalui penggunaan perhitungan statistik. Eksperimen ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Signifikansi dampak ini dievaluasi menggunakan uji-t pada tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 5%.

Untuk pelaksanaan pengujian ini diperlukan suatu rumus seperti gambar di bawah ini:

#### Rumus 3.6 Uji T

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

**Sumber:** (Sugiyono, 2022)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah Sampel

t = Nilai koefisien dengan derajat bebas (dk) = n-k-1

Distribusi t ini ditentukan oleh derajat kesalahan dk = n-2. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:



- a. Ho ditolak jika t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel
- b. Ho diterima jika t hitung lebih kecil dari pada nilai t tabel

Jika hipotesis nol (Ho) diterima, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruhnya tidak signifikan secara statistik. Sebaliknya jika hipotesis nol (Ho) ditolak berarti variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

### 3.8.5.2 Uji F (Regresi Simultan)

Uji statistik F digunakan untuk memastikan apakah variabel-variabel independen secara kolektif atau bersamaan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Apabila F hitung lebih besar dari nilai F tabel maka hipotesis nol (Ho) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara kolektif mempunyai pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen, dengan ambang signifikansi sebesar 5%. Alternatifnya, Anda dapat mempertimbangkan untuk memeriksa nilai probabilitas. Jika nilai probabilitasnya kurang dari 0,05 (pada tingkat signifikansi 5%), maka faktor-faktor independen secara kolektif mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021:148).

Dalam proses melakukan uji F mungkin perlu menggunakan rumus tertentu, yang akan dijelaskan pada pemaparan selanjutnya.

#### **Rumus 3.7 Uji F**

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

**Sumber:** (Sugiyono, 2019)

Keterangan:

- F = Tingkat signifikan
- $R^2$  = Koefisien korelasi ganda
- K = Jumlah variabel independent
- n = Jumlah sampel