

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian, ada dua jenis metode utama yaitu kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif fokus pada pemahaman dan deskripsi fenomena dengan menggunakan kata-kata, sering kali melibatkan wawancara langsung. Di sisi lain, metode kuantitatif menggunakan analisis data dalam jumlah besar dengan pendekatan yang lebih terstruktur dan sistematis. Penelitian ini akan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah data yang berbentuk angka-angka yang umumnya dikumpulkan melalui pertanyaan-pertanyaan terstruktur. (Uma Sekaran and Roger Bougie, 2013, p. 2)

3.2 Sifat Penelitian

Metode penelitian memiliki sifat yang perlu dipertimbangkan berdasarkan masalah penelitian yang sedang diteliti, yaitu metode penelitian historis, metode penelitian deskriptif, metode penelitian perkembangan, metode penelitian kasus, metode penelitian korelasional, metode penelitian eksperimental, metode penelitian quasi eksperimental, metode penelitian komparatif, metode penelitian tindakan (Sahir, 2022, p. 6–7).

Penelitian ini akan menggunakan sifat penelitian dengan pendekatan korelasional, agar penelitian ini dapat mengidentifikasi apakah ada hubungan statistik antara tingkat citra merek, kepercayaan merek dan iklan dalam perusahaan. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang disebarakan melalui Google Form, kemudian data yang terkumpul akan diolah menggunakan aplikasi SPSS.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini akan dilaksanakan di Studi penelitian ini dilakukan di PT. Gunung Kawi yang beralamat di Komplek, Jalan Engku Putri, Jl. Citra Buana Industrial Park III No.Lot 37, Belian, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2023 hingga Juli 2024. Jadwal pelaksanaan penelitian yang lebih rinci dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan Tahap Penelitian	Tahun														
	2023							2024							
	05	06	07	08	09	10	11	12	01	02	03	04	05	06	07
Studi Pustaka	■														
Perumusan masalah		■													
Pengumpulan data					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Analisa data					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Sumber: Hasil Penelitian

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi pada dasarnya mencakup semua nilai, baik pengukuran maupun perhitungan, yang bersifat kualitatif atau kuantitatif dan terkait dengan karakteristik tertentu dari sekelompok objek atau subjek yang spesifik (Nurdin & Hartati, 2019). Populasi penelitian yang di ambil untuk periode penelitian ini mencakup konsumen aktif di PT Gunung Kawi Batam, dengan penelitian yang akan berlangsung selama kurang lebih 10 bulan, dimulai dari bulan September 2023 hingga Juli 2024. Asumsi peneliti terdapat sekitar 198 orang konsumen aktif dalam populasi ini.

3.4.2 Sampel

Teknik sampling dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu *probability sampling* juga dikenal sebagai rancangan sampel acak. Disebut sampel probabilitas karena unit-unit sampelnya dipilih berdasarkan hukum probabilitas. Menurut hukum ini, setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Di sisi lain, *non-probability sampling* dikenal sebagai rancangan non-acak. Dalam rancangan ini, pengambilan sampel tidak menggunakan metode acak dan tidak didasarkan pada hukum probabilitas, sehingga tidak setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih (Nurdin & Hartati, 2019).

Teknik sampling yang akan digunakan pada penelitian ini adalah teknik sampling jenuh. Sampling jenuh dilakukan ketika populasi terlalu kecil, sehingga semua anggota populasi digunakan sebagai sampel penelitian (Sahir, 2022, p. 34).

3.5 Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber pertama. Ini berarti peneliti sendiri yang mengumpulkan informasi tersebut melalui berbagai metode seperti survei, wawancara, observasi, atau eksperimen (Nurdin & Hartati, 2019). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dari responden atau konsumen aktif PT Gunung Kawi Batam. Data tersebut dikumpulkan melalui penggunaan kuisisioner yang berupa google form, kemudian disebarluaskan kepada responden yang terdiri dari para konsumen.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang didapatkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang telah ada sebelumnya. Data tersebut sudah dikumpulkan, diolah, dan disimpan oleh pihak lain sebelum digunakan dalam penelitian (Nurdin & Hartati, 2019). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini dapat berupa laporan penjualan, media pemasaran yang telah ada, dan dokumen-dokumen lain yang berkaitan dengan citra merek, kepercayaan merek dan iklan di PT Gunung Kawi Batam. Data sekunder digunakan untuk mendukung dan melengkapi analisis dalam penelitian ini.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan dalam suatu penelitian. Metode ini dapat bervariasi tergantung pada jenis data yang diperlukan dan tujuan penelitian seperti wawancara, kuisisioner, observasi, dan lainnya. (Fauzi & dkk, 2022). Dalam

penelitian ini, metode pengumpulan data menggunakan data primer dengan survei melalui kuesioner. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada konsumen PT Gunung Kawi Batam menggunakan Google Form. Data yang terkumpul dari kuesioner tersebut akan diolah dan dianalisis untuk memahami hubungan antara citra merek, kepercayaan merek, dan iklan terhadap keputusan pembelian di perusahaan tersebut.

Dalam penelitian ini, untuk mengukur variable peneliti menggunakan teknik skala interval. Skala interval adalah skala yang memberikan angka pada klasifikasi atau kategori objek dengan sifat ordinal dan tambahan sifat jarak atau interval yang sama, memungkinkan kita untuk membandingkan jarak atau interval tersebut. Dengan variabel interval, kita tidak hanya dapat mengklasifikasikan dan mengurutkan peringkat, tetapi juga mengukur dan membandingkan perbedaan ukuran antara nilai-nilainya (Nurdin & Hartati, 2019), seperti :

1. 1 untuk sangat tidak setuju
2. 2 untuk tidak setuju
3. 3 untuk netral
4. 4 untuk setuju
5. 5 untuk sangat setuju

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah faktor atau karakteristik yang diukur, diamati, atau dimanipulasi dalam suatu penelitian untuk memahami pengaruhnya terhadap hasil atau fenomena tertentu (Nurdin & Hartati, 2019).

3.7.1 Variabel Bebas (Independen)

Variabel independen (bebas) adalah variabel yang diatur atau dikendalikan oleh peneliti untuk mengevaluasi dampaknya terhadap variabel dependen (terikat) (Fauzi & dkk, 2022). Variabel bebas pada penelitian ini adalah Citra Merek (X₁), Kepercayaan Merek (X₂), dan Iklan (X₃).

3.7.2 Variabel Terikat (Dependen)

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang diukur dalam suatu penelitian untuk melihat bagaimana ia dipengaruhi oleh variabel independen (Fauzi & dkk, 2022).

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Citra Merek (X ₁)	Citra merek adalah persepsi konsumen terhadap perusahaan atau produknya. Citra tidak dapat ditanamkan dalam pikiran konsumen dalam semalam atau disebarkan melalui satu media saja. (Cahyono, 2018, p. 10)	1. Recognition (Pengenalan) 2. Reputation (Reputasi) 3. Affinity (Daya Tarik) 4. Loyalty (Kesetiaan)
Kepercayaan Merek (X ₂)	Keputusan pembelian dipengaruhi oleh kepribadian, seperti usia, pekerjaan, dan status keuangan, serta ditentukan oleh perilaku konsumen (Tjiptono dalam (Dewi, 2020)).	1. Merek dapat dipercaya 2. Merek dianggap aman 3. Merek dianggap jujur
Iklan (X ₃)	Periklanan adalah proses menyebarkan informasi tentang suatu produk, baik barang maupun jasa (Andrews dan Shimp dalam (Ainiyah & Fahma, 2020))	1. Tujuan 2. Pesan yang disampaikan 3. Media yang digunakan
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian dipengaruhi oleh kepribadian, seperti usia, pekerjaan, dan status keuangan, serta perilaku konsumen (Tjiptono dalam (Dewi, 2020)).	1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian

3.8 Metode Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan dari kuesioner dengan skala interval akan diolah dan dimasukkan ke dalam perangkat lunak analisis statistik seperti SPSS. Peneliti akan menggunakan metode regresi linier berganda dalam pendekatan kuantitatif untuk mengevaluasi hubungan antar variabel.

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis data secara deskriptif adalah analisis statistik yang digunakan untuk menggambarkan dan menganalisis data yang sudah terkumpul tanpa melakukan interpretasi atau membuat kesimpulan secara mendalam (Fauzi & dkk, 2022)

3.8.2 Uji Kualitas Data

Kualitas data menunjukkan seberapa dapat dipercayanya data untuk mendukung proses pengambilan keputusan atau analisis yang dilakukan. (Widana & Muliani, 2020).

3.8.2.1 Uji Validitas Data

Validitas data mengacu pada sejauh mana data tersebut benar, tepat, dan relevan untuk tujuan penelitian atau analisis yang sedang dilakukan. Validitas data menilai apakah data yang dikumpulkan benar-benar mengukur atau merepresentasikan konsep atau fenomena yang dimaksud dengan tepat dan akurat. (Nurdin & Hartati, 2019).

Validitas dalam penelitian ini menggunakan *pearson correlation*. Koefisien korelasi Pearson dianggap valid atau signifikan jika nilainya berada antara -1 hingga 1, jika nilai p (biasanya $\leq 0,05$), maka hubungannya dianggap signifikan secara statistik.

Rumus yang dipakai dalam pearson correlation adalah sebagai berikut (Machali, 2021, p. 114)(Sahir, 2022)(Sahir, 2022, p. 32)(Sahir, 2022, p. 32)(Sahir, 2022, p. 32)(Sahir, 2022, p. 32) :

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

Rumus 3. 1 Koefisien Korelasi

Keterangan :

r_{xy} korelasi x dan y

n jumlah subjek

$\sum xy$ jumlah perkalian dari kedua variabel

$\sum x$ jumlah skor variabel pertama

$\sum y$ jumlah skor variabel kedua

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas data adalah langkah penting dalam penelitian untuk menilai konsistensi instrumen pengukuran. Dalam penelitian ini, digunakan Cronbach's Alpha. Nilai mendekati atau di atas 0,6 menunjukkan kevalidan instrumen, sedangkan nilai mendekati 0 menunjukkan ketidakvalidan (Machali, 2021, p. 115). Rumus perhitungan Cronbach's Alpha adalah

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_t} \right\} \quad \text{Rumus 3. 2 Cronbach's Alpha}$$

Keterangan :

r_{11} = nilai reliabilitas

k = jumlah item

ΣS_i = jumlah varian skor tiap-tiap item

S_t = varian total

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merujuk pada serangkaian tes statistik yang dilakukan untuk memverifikasi apakah data yang digunakan dalam analisis regresi linear memenuhi asumsi-asumsi yang diperlukan.

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas mengevaluasi apakah distribusi variabel independen dan dependen mengikuti pola normal. Menggunakan Kolmogorov-Smirnov test, jika nilai signifikansi $< 0,05$, data dianggap tidak normal; jika $> 0,05$, data dianggap normal (Sahir, 2022).

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolonieritas menilai keterkaitan signifikan antara variabel independen dengan menggunakan tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Tolerance kurang dari 1 menunjukkan tidak adanya multikolinieritas antar variabel independen, sementara nilai tolerance lebih dari 1 mengindikasikan kemungkinan adanya multikolinieritas yang signifikan yang dapat memengaruhi hasil analisis regresi (Sahir, 2022).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat variasi yang tidak stabil dalam residual antar pengamatan. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, tidak ada heteroskedastisitas; jika $< 0,05$, ada heteroskedastisitas dalam data (Machali, 2021, p. 158)

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi Berganda adalah analisis untuk menentukan seberapa baik variabel-variabel independen tersebut dapat menjelaskan variasi atau perubahan dalam variabel dependen. (Sahir, 2022).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Rumus 3. 3 Regresi Linear Berganda

Keterangan

Y = variabel dependen

X1, X2 = variabel independen

a = konstanta

b1, b2 = koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi, biasanya disimbolkan sebagai R-squared, mengukur seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Nilai R-squared mendekati nol menunjukkan pengaruh variabel independen yang lemah, sementara mendekati 100% menunjukkan pengaruh yang kuat (Sahir, 2022).

3.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah cara statistik untuk memeriksa apakah apa yang kita anggap benar tentang sebuah kelompok berdasarkan data yang kita kumpulkan. (Fauzi & dkk, 2022)

3.9.1 Uji t

Uji t parsial adalah pengujian terhadap koefisien regresi dari tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesisnya adalah: H0 menyatakan tidak ada pengaruh ($t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$), sedangkan H1 menyatakan adanya pengaruh ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$)(Widana & Muliani, 2020).

3.9.2 Uji F

Uji F digunakan untuk menilai pengaruh bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai f hitung kurang dari nilai f tabel, maka H0 diterima, jika f hitung lebih besar dari f tabel, H0 ditolak (Sahir, 2022).