

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Dalam riset ini, penelitian deskriptif akan dilaksanakan bersamaan dengan metodologi kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) untuk memastikan apakah ada variabel independen, penelitian deskriptif dilaksanakan. Hal ini dicapai dengan berkonsentrasi pada satu atau lebih variabel tanpa membandingkannya dengan variabel lain atau membangun hubungan di antara variabel tersebut. Metode kuantitatif menurut Sugiyono (2019) metode kuantitatif adalah suatu metode untuk melakukan penelitian dengan menggunakan populasi atau sampel tertentu. Ini memerlukan pengumpulan data dengan menggunakan berbagai instrumen penelitian dan analisis data kuantitatif atau statistik untuk memverifikasi hipotesis yang telah dikembangkan. Tujuan dari penyelidikan kuantitatif ini adalah untuk mengukur dampak Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2), dan Promosi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

#### **3.2 Sifat Penelitian**

Sifat penelitian replikasi adalah menggunakan variabel, indikator, dan teknik analisis data yang sama dengan penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, sifat penelitian yang dapat digunakan adalah sifat penelitian replikasi. Penelitian ini berbeda dari penelitian lainnya karena mengkaji secara spesifik dan kerangka waktu.

### 3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

#### 3.3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang dapat dijadikan objek riset adalah PT Yafindo Mitra Permata Kabil Indonusa Estate Kompleks Blok A 19 C, Kelurahan Kabil, Kecamatan Nongsa, Kota Batam, Kepulauan Riau. Lokasi ini dipilih karena banyaknya tantangan yang terkait dengan keputusan pembelian, termasuk citra merek, kualitas produk, dan promosi.

#### 3.3.2. Periode Penelitian

Peneliti menetapkan periode bulan Maret hingga Juli 2024 menjadi rentang waktu penelitian ini. Peneliti membuat tabel periode penelitian sebagai berikut untuk mengoptimalkan kejelasan:

**Tabel 3. 1** Periode Penelitian

Kegiatan	Tahun/Pertemuan/Bulan																			
	Mar 2024				Apr 2024				Mei 2024				Jun 2024				Jul 2024			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■																			
Bab I		■	■	■																
Bab II				■	■	■	■													
Bab III							■	■	■	■										
Kuesioner										■	■	■								
Pengolahan Data												■	■	■						
Bab IV														■	■	■				
Bab V															■	■	■	■		
Final																		■	■	■

**Sumber:** Data Penelitian (2024)

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019) mengatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek yang diidentifikasi mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ingin diselidiki dan selanjutnya ditarik kesimpulan. Tujuan dari populasi ini adalah untuk memudahkan penentuan ukuran sampel yang tepat dari individu-individu dari populasi dan untuk membatasi ruang lingkup generalisasi. Populasi dalam penelitian ini adalah individu-individu di Kota Batam yang melakukan pembelian produk Milo.

#### 3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2019) mengatakan bahwa sampel adalah proporsi jumlah dan jenis barang yang dimiliki suatu populasi. Jika populasi penelitian besar dan peneliti tidak memiliki cukup uang, orang, atau waktu untuk melihat semua yang ada di populasi, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Kemudian, rumus *slovin* digunakan untuk mengetahui seberapa besar sampel yang seharusnya, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

**Rumus 3. 1 Slovin**

**Sumber:**(Sugiyono 2019)

Keterangan :

n = jumlah sampel

P= tingkat eror

N= Ukuran Populasi

$$n = \frac{1.269.413}{1 + 1.1269.413(0,1)^2} \quad n = \frac{1.269.13}{1 + 1.1269.413(0,01)} = \frac{1.269.13}{12.694,13}$$

$$n = \frac{1.269.13}{12,695,13} \quad n = 99,99 \text{ sampel}$$

Besar sampel penelitian ini adalah 99,99 sampel yang dibulatkan menjadi 100 responden yang ditentukan dengan rumus Slovin.

### 3.4.3. Teknik Sampling

*Purposive sampling* merupakan salah satu pilihan teknik pengambilan sampel. Teknik *purposive sampling* dapat dijelaskan sebagai berikut: Sugiyono (2019) adalah teknik pengambilan sampel yang mempertimbangkan berbagai faktor. Kriteria ukuran sampel ditentukan oleh faktor-faktor berikut:

1. Responden adalah pembeli produk Milo yang telah melakukan minimal dua kali pembelian.
2. Responden yang digunakan minimal berusia 16 tahun.

### 3.5 Sumber Data

Berikut penjelasan mengenai sumber data penelitian: Merupakan sumber data yang berkaitan dengan tujuan penelitian dan diperlukan untuk penelitian.

1. Data primer

Data primer merupakan peneliti mengumpulkan data secara langsung untuk mengatasi masalah yang mereka coba pecahkan. Sumber data primer penelitian ini adalah kuesioner yang diberikan kepada sampel responden yang pernah melakukan pembelian produk Milo Activ Go UHT.

## 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh untuk tujuan yang tidak secara eksplisit berkaitan dengan pokok bahasan yang sedang dibahas. Memperoleh informasi ini tidak memakan waktu dan tidak mahal. Sumber sekunder, termasuk buku, artikel, jurnal, dan situs web yang relevan, digunakan dalam riset ini.

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Beragam metodologi diterapkan oleh peneliti untuk mengumpulkan data untuk riset selanjutnya. Prosedur berikut digunakan untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini:

#### 1. Kuesioner

Kuesioner adalah rangkaian pertanyaan yang dimaksudkan untuk mendapatkan tanggapan tertulis dari responden mengenai ciri-ciri tertentu dari identitas mereka atau pemahaman mereka tentang hak-hak mereka. Para peneliti menggunakan kuesioner tertutup dalam penelitian ini, yang mengharuskan peserta memasukkan tanggapan mereka ke kolom atau lokasi yang ditentukan. Skor penilaian diterapkan pada tanggapan skala Likert dari responden berikut ini:

**Tabel 3. 2** Pilihan Jawaban Kuesioner

No.	Pilihan Jawaban	Skor
1.	Sangat setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Sumber:** Sugiyono (2019)

### 3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

### 3.7.1. Variabel Independen (X)

Variabel independen menurut Sugiyono (2019) sering disebut sebagai variabel anteseden, prediktor, dan stimulus. Sering disebut sebagai variabel independen dalam bahasa Indonesia. Variabel bebas adalah variabel yang menyebabkan atau mempengaruhi perubahan atau munculnya variabel terikat (dependen). Citra merek (X1), kualitas produk (X2), dan promosi (X3) merupakan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini.

### 3.7.2. Variabel Dependen (Y)

Menurut Sugiyono (2019) variabel dependen adalah variabel *output*, kriteria, dan konsekuensi sering digunakan untuk mendeskripsikan variabel. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel independen mempengaruhi atau mengakibatkan variabel dependen. Keputusan pembelian (Y) merupakan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 3. 3** Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1.	Citra Merek (X3)	Citra merek sebagai keterkaitan yang dimiliki konsumen dalam pemikirannya tercermin dalam visi dan keyakinan yang tertanam dalam benaknya (Saputra, 2022).	1. Citra pembuat 2. Citra Produk/konsumen 3. Citra Pemakai	Likert
2.	Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk adalah kombinasi kualitas dan karakteristik yang menentukan kuantitas output yang diperlukan untuk memenuhi harapan pelanggan (Sandy & Sunargo, 2023).	1. Kinerja 2. Daya tahan 3. Kesesuaian dengan spesifikasi 4. Fitur 5. Reliabilitas	Likert
3.	Promosi (X1)	Promosi merupakan suatu keadaan di mana konsumen	1. Periklanan	Likert

		didorong untuk memperoleh produk untuk dijual dengan melakukan aktivitas (Sembiring & Sunargo, 2022).	2. Pemasaran langsung 3. Promosi penjualan 4. Penjualan Pribadi 5. Hubungan publik	
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah membuat keputusan pembelian ketika mereka menentukan perlu tidaknya membeli suatu produk. proses pemilihan produk atau jasa, serta prosedur pengambilan keputusan yang berlangsung (Maiza <i>et al.</i> , 2022)	1. Keyakinan saat membeli 2. Sesuai dengan apa yang diinginkan 3. Ada niat untuk membeli ulang produk 4. Merekomendasikan kepada orang lain yang berada di sekitar	Likert

**Sumber:** Data Penelitian (2024)

### 3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 3.8.1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara merangkum atau mendeskripsikan fakta-fakta yang diterima apa adanya, tanpa bermaksud menghasilkan kesimpulan atau generalisasi yang dapat digeneralisasikan. Dalam statistik deskriptif, data disajikan dengan berbagai metode, antara lain tabel, grafik, diagram lingkaran, piktogram, penghitungan modus, median, mean, penghitungan desil, simpangan baku, dan penghitungan persentase (Sugiyono, 2019).

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan analisis statistik, dan informasi tersebut selanjutnya diuraikan dengan menggunakan variabel terikat dan bebas. Tanggapan tersebut dapat digunakan untuk menghasilkan hipotesis

deskriptif mengenai permasalahan penelitian. Selanjutnya rentang skala diperkirakan dengan menggunakan rumus:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m} \quad \text{Rumus 3. 2 Rentang Skala}$$

**Sumber:** Pane & Purba(2020)

Keterangan:

RS = Rentang skala

n = Jumlah sampel

m = Keseluruhan opsi tanggapan

Rentang skala akan ditentukan oleh penyelidikan ini dengan menggunakan rumus di atas:

$$RS = \frac{100(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{(400)}{5}$$

$$RS = 80$$

**Tabel 3. 4** Kategori Rentang Skala

No.	Rentang Skala	Kategori
1.	100-180	Sangat Tidak Setuju
2.	181-260	Tidak Setuju
3.	261-340	Netral
4.	341-420	Setuju
5.	421-500	Sangat Setuju

**Sumber:** Data Peneliti (2024)

### 3.8.2. Uji Kualitas Data

#### 3.8.2.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah tahap penilaian isi instrumen, yang dirancang untuk mengevaluasi kebenaran instrumen (kuesioner). Bekerja dalam penelitian,

Waspada kualifikasinya. Alat pengumpul data: korelasi antara skor total dengan masing-masing skor respons yang sesuai. Skor total tersebut kemudian dibandingkan dengan hasil korelasi (Sugiyono *et al.*, 2024) dasar mengambil Keputusan yaitu :

1. Instrumen atau item pertanyaan dinyatakan *valid* jika  $r$  hitung melebihi  $r$  tabel, menunjukkan adanya korelasi yang signifikan dengan total skor. ■ 2.
2. Instrumen atau item pertanyaan dinyatakan tidak *valid* jika  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel dan skor total tidak berkorelasi signifikan..

$$r \text{ hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad \text{Rumus 3. 3 Korelasi Product Moment}$$

**Sumber:** (Sugiyono *et al.*, 2024)

Keterangan:

$R_{xy}$  = efisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

N = banyaknya responden

$\sum Y$  = jumlah skor total

$\sum X$  = jumlah skor tiap item

$\sum X^2$  = jumlah kuadrat skor item

$\sum y^2$  = jumlah kuadrat skor item

$\sum XY^2$  = jumlah perkalian skor item dengan skor total

### 3.8.2.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah data untuk mengevaluasi kuesioner yang berfungsi sebagai indikator suatu variabel atau konstruk. Sebuah kuesioner dianggap dapat diandalkan jika tanggapan seseorang tetap konsisten atau stabil sepanjang waktu.

Reliabilitas berkaitan dengan konsistensi tanggapan ketika diuji pada berbagai sampel secara berkelanjutan (Sugiyono et al., 2024).

$$\alpha = \left( \frac{K-1}{K} \right) \left( J - \frac{\sum a_{5f}}{\sum a_{5p}} \right) \quad \text{Rumus 3.4 Alpha Cronbach}$$

**Sumber:** (Sugiyono *et al.*, 2024)

Keterangan :

$\sigma$  = nilai reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir pertanyaan

$K$  = jumlah responden

$\sum \sigma^2 b$  = jumlah semua varian tiap butir

$X$  = skor pertanyaan

$Y$  = skor total

Kategori koefisien reliabilitas adalah sebagai berikut:

$0,80 < r_{11} \leq 1,00$  : reliabilitas sangat tinggi

$0,60 < r_{11} \leq 0,80$  : reliabilitas tinggi

$0,40 < r_{11} \leq 0,60$  : reliabilitas sedang

$0,20 < r_{11} \leq 0,40$  : reliabilitas rendah.

$-1,00 \leq r_{11} \leq 0,20$  : reliabilitas sangat rendah (tidak reliabel).

### 3.8.3. Uji Asumsi Klasik

#### 3.8.3.1. Uji Normalitas

Dalam model regresi, uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel terikat dan variabel bebas berdistribusi normal. Suatu model regresi dianggap memuaskan jika sebaran datanya berdistribusi normal atau mendekati normal. Pengujian dilakukan untuk memastikan apakah data berdistribusi normal.

Statistik yang tidak bersifat parametrik dapat diterapkan. One Sample Kolmogorov-Smirnov (1-Sampel K-S) adalah uji statistik non-parametrik yang digunakan. Jika hasilnya menunjukkan nilai probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05 maka variabel tersebut dianggap berdistribusi normal (Winarno & Andjarwati, 2019).

### 3.8.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolonieritas merupakan suatu pengujian yang memiliki fungsi untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang signifikan antar variabel independen. Multikolinearitas dapat didefinisikan untuk mendeteksinya menggunakan metode *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* (TOL):

$$\text{VIF} = (b_i^2) = \frac{1}{(1-R_j^2)}$$

**Rumus 3. 5** Uji Multikolinearitas

VIF merupakan varian inflation faktor. VIF akan meningkat ketika  $R_j^2$  mendekati satu atau dengan kata lain ketika variabel bebasnya kolinear. Jika  $R_j^2$  sama dengan 1, maka nilainya tidak terhingga. Adanya multikolinearitas antar variabel independen diduga terjadi ketika nilai VIF meningkat, atau ketika VIF melebihi 10 (Widyananda 2022).

### 3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedanstisitas adalah untuk mengetahui apakah terdapat ketimpangan varians antara sisa pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lain. Yang dimaksud dengan “deviasi heteroskedastisitas” adalah varians variabel-variabel dalam model tidak konstan (Widyananda 2022). Rumus berikut digunakan untuk melakukan pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan korelasi Spearman. Langkah-langkah yang diperlukan untuk mengetahui apakah terdapat masalah heteroskedastisitas pada hasil regresi:

Angka probabilitas diperiksa dengan kondisi sebagai berikut untuk menginformasikan pengambilan keputusan:

1. Hipotesis diterima jika nilai probabilitas atau nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, karena data tidak memiliki heteroskedantitas.
2. Hipotesis ditolak apabila nilai probabilitas atau nilai signifikansinya kurang dari 0,05, karena data menunjukkan adanya heteroskedantitas..

### 3.8.4. Uji Pengaruh

#### 3.8.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda seperti yang didefinisikan oleh Aurelia *et al.* (2022) adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk mengevaluasi hubungan dan dampak satu variabel terikat terhadap dua atau lebih variabel bebas. Kami berupaya memperkirakan dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai variabel terikat dengan memanfaatkan nilai variabel bebas yang diketahui. Regresi berganda dilaksanakan karena adanya dua variabel independen.

Tujuan dari persamaan regresi penelitian ini adalah untuk menghitung pengaruh ketiga variabel independen penelitian yaitu citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Rumus penentuan persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

**Rumus 3. 6** Regresi Linear Berganda

**Sumber:** Aurelia *et al.* (2022)

Keterangan:

y = Keputusan pembelian

a	= Konstanta
x1	= Citra Merek
x2	= Kualitas produk
x3	= Promosi
b1 b2b3	= Koefisien Regresi
e	= Error

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

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana dua variabel atau lebih dapat menjelaskan satu sama lain. Koefisien determinasi dapat digunakan untuk menjelaskan besarnya pergeseran atau pergeseran suatu variabel dengan cara mengkaji pergeseran atau pergeseran variabel lain. Nilai koefisien ini berada dalam kisaran nol hingga satu. Hasil yang mendekati nol menunjukkan bahwa variabel independen tidak cukup memperhitungkan varians yang diamati. Sebaliknya, jika mendekati 1, hal ini menunjukkan bahwa faktor independen hampir seluruhnya menjelaskan varians variabel dependen (Siregar, 2022).

## 3.9 Uji Hipotesis

### 3.9.1. Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t

Menurut Aurelia *et al.* (2022) Uji t disebut juga pengujian hipotesis parsial, merupakan uji statistik yang digunakan untuk memastikan sejauh mana varians suatu variabel terikat dipengaruhi oleh satu variabel bebas.

$$t = \frac{rn-2}{2\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3. 7 Uji T}$$

**Sumber:** Widodo (2021)

Keterangan:

t = Pengujian hipotesis

r = Koefisien korelasi

$r^2$  = Koefisien determinan

n = Jumlah responden

Kriteria pengujian hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

1. Jika tingkat signifikansi kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel dependen.
2. Jika tingkat signifikansi melebihi 0,05 maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel dependen.

### 3.9.2. Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu dengan menggunakan rumus  $F_{hitung}$  seperti yang dikemukakan oleh Sunyoto dalam (Winarto & Adjarwati, 2019).

$$F = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / n - K - 1} \quad \text{Rumus 3. 8 Uji F}$$

**Sumber:** (Winarno & Adjarwati 2019)

Keterangan:

F =  $F_{hitung}$

$R^2 / K$  = koefisien determinan

$(1 - R^2) / n - K - 1$  = jumlah variable independen

Hasil dari pengujian di atas adalah :

Ho ditolak apabila nilai probabilitas (signifikan)  $< 0,05$

Ho diterima apabila nilai probabilitas (signifikan)  $> 0,05$