

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Desain penelitian ini yaitu dengan menggunakan penelitian observasional analitik, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara survey data untuk menjawab pertanyaan sesuai dengan dinamika korelasi antara faktor sebab dengan faktor akibat. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan cross sectional dan deskripsi perawat yaitu mulai dari pendekatan, observasi, pengumpulan data, analisis, dan interpretasi data hasil penelitian (Budiman & Wahyuningsih, 2023).

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini yaitu duplikasi dari penelitian yang sudah ada sebelumnya kemudian dikembangkan dan dianalisis dengan bantuan teori terbaru. Maka penelitian ini termasuk dalam replikasi dari penelitian sebelumnya dengan menggunakan lokasi dan objek penelitian yang berbeda.

3.3 Lokasi Penelitian dan Periode Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada Grand KKV yang ada di kota Batam. Maka penelitian ini akan memberikan output berupa objek penelitian saja. Harapannya melalui penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh brand image, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian Luxcrime pada KKV Grand Batam

3.1.2 Periode Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan bulan september 2024 hingga bulan januari 2025 dengan rincian kegiatan yaitu sebagai berikut

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan	Sept	Sept	Okt	Okt	Nov	Des	Jan
Pengajuan proposal							
Studi literatur							
Metode penelitian							
Pengolahan data							
Penarikan kesimpulan							

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah jumlah total objek di suatu tempat yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang digunakan peneliti untuk meneliti dan kemudian membuat kesimpulan. Subjek penelitian ini adalah pelanggan Luxcrime di KKV Grand Batam.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Berdasarkan persiapan penelitian yang akan diteliti, pendekatan sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow merupakan salah satu metode penentuan sampel yang memungkinkan. Sampel dapat berupa sebagian kecil dari keseluruhan populasi atau sebagian yang diambil dari sejumlah besar populasi.

Rumus penghitungan sampel yaitu sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2} \\
 &= \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,01} \\
 &= 99,04
 \end{aligned}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = nilai standar (1.96)

p = maksimal estimasi (50%)

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

Berdasarkan hasil penghitungan tersebut dapat diketahui bahwa jumlah yang diperoleh yaitu 99.04 maka sampel pada penelitian ini yaitu 100 responden

3.4.3 Teknik Sampling

Sampel penelitian diperoleh dengan menggunakan prosedur pengambilan sampel. Pengambilan sampel secara sengaja dikombinasikan dengan strategi pengambilan sampel non-probabilitas digunakan dalam penelitian ini. Ini berarti bahwa setiap partisipan penelitian memiliki peluang yang sama untuk digunakan sebagai sampel penelitian.

3.5 Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini yaitu :

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh oleh peneliti secara langsung melalui serangkaian proses penelitian. Tentunya melalui penyebaran angket kemudian responden dipersilahkan untuk mengisi sesuai dengan kondisi atau pengalaman yang sudah pernah terjadi.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh oleh peneliti dari penelitian terdahulu salah satunya yaitu melalui jurnal atau skripsi terdahulu.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Instrumen merupakan instrumen yang digunakan selama prosedur penelitian. Kuesioner, yang juga digunakan sebagai alat dalam penelitian kuantitatif, digunakan dalam penelitian ini. Alat ini mencakup sejumlah pertanyaan yang dirancang untuk mengumpulkan data dari responden. Untuk memudahkan proses pengumpulan informasi atau data dari partisipan dalam penelitian ini, peneliti membuat kuesioner. Hal ini membantu menentukan skala Likert, yaitu sebagai berikut, dan dapat digunakan sebagai bahan untuk analisis dan interpretasi data mengenai citra merek, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat yang digunakan dalam membantu perolehan data hasil penelitian

2. Studi kepustakaan

Penggunaan jurnal atau literatur sebagai pendukung penelitian

Tabel 3.1 Skala Likert

Skala Likert	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Deknawati *et al.*, 2023)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel bebas (X)

Terdapat 4 variabel pada penelitian ini yaitu :

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Skala
Brand Image (X1)	Merek yang baik tentunya dapat memberikan gambaran yang berkaitan dengan mutu sebuah produk itu sendiri.	Likert

Kualitas Produk (X2)	barang yang memiliki kapasitas untuk melakukan tugas tertentu, seperti ketepatan, daya tahan, ketergantungan, dan kualitas penting lainnya.	Likert
Promosi (X3)	meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap barang yang dijual untuk menghasilkan pendapatan, baik secara langsung maupun tidak langsung.	Likert

3.7.2 Variabel Terikat (Y)

Keputusan pembelian (y)	Keinginan konsumen untuk memiliki produk	Likert
-------------------------	--	--------

3.8 Metode Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini melalui dua tahapan yaitu :

3.8.1 Analisa Deskriptif

Menurut Dekanawati *et al.*, (2023:130), analisis deskriptif adalah teknik statistik untuk mengkarakterisasikan data dalam bentuk aslinya tanpa melakukan ekstrapolasi atau membuat kesimpulan yang berlaku umum. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan menggunakan perangkat komputer dan program SPSS.

$RS = \frac{n(m-1)}{m}$	Rumus 3.1 Rentang Skala
-------------------------	--------------------------------

Sumber: (Sinaga & Evyanto, 2023)

Rincian :

RS = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

m = Jumlah Alternatif Skor

Dengan demikian, perhitungan skala dilakukan sebagai berikut:

$$RS = 100 (5-1)/5 = 80$$

Dengan demikian, $1 \times 100 = 100$ merupakan skor terendah setelah dikalikan dengan jumlah sampel, dan $5 \times 100 = 500$ merupakan skor tertinggi setelah dikalikan dengan jumlah sampel.

Tabel 3.4 Rentang Skala

Rentang Skala	Kriteria
100 -180	Sangat Tidak Setuju
181- 260	Tidak Setuju
211- 340	Netral
341- 420	Setuju
421- 501	Sangat Setuju

Sumber : (Sinaga & Evyanto, 2023)

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Menurut Sumadi et al., (2023:22), untuk menilai validitas dan akurasi kuesioner, digunakan uji validitas. Dekanawati et al., (2023:129) menjelaskan bahwa tingkat keakuratan skor, nilai, atau pengukuran yang dihasilkan dalam menggambarkan observasi atau temuan pengukuran yang dimaksud disebut validitas. Untuk menentukan validitas item tertentu, uji signifikansi koefisien korelasi pada tingkat 0,05 sering digunakan. Dengan kata lain, jika suatu item memiliki hubungan yang substansial, item tersebut dianggap sah.

Maka rentang validitas pada penelitian ini yaitu sebagai berikut

Tabel 3.5 Koefisien Korelasi Uji Validitas

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat

0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sumadi *et al.*, (2023:24), reliabilitas adalah metrik yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat secara konsisten menilai gejala yang sama. Uji reliabilitas digunakan untuk menilai apakah kuesioner penelitian dapat secara konsisten mengumpulkan data variabel penelitian. Sebuah kuesioner dianggap reliabel jika menghasilkan hasil yang konsisten saat diukur berulang kali. Dekanawati *et al.*, (2023:130) menambahkan bahwa suatu instrumen dianggap dapat dipercaya dan diandalkan jika secara konsisten menghasilkan temuan yang sama ketika diukur.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Apakah variabel yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak ditentukan oleh uji normalitas. Hal ini penting karena jika data tidak terdistribusi normal, statistik parametrik tidak dapat digunakan untuk menguji hipotesis. Lebih jauh, uji ini menentukan apakah komponen residual atau galat dalam model regresi memiliki distribusi normal. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 dalam perangkat lunak SPSS menandakan bahwa data terdistribusi secara teratur.

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Tingkat korelasi antara variabel independen dapat digunakan untuk menilai kualitas model regresi. Masalah multikolinearitas, yang dicirikan sebagai keadaan

di mana dua atau lebih variabel independen dalam model regresi memiliki korelasi yang sangat tinggi satu sama lain, hadir dalam model jika koefisien antara variabel independen lebih dari 0,8. Model dianggap bebas dari multikolinearitas jika koefisien korelasi antara variabel independen kurang dari 0,8. Dalam analisis regresi, penting untuk memperhatikan nilai koefisien korelasi antar variabel independen untuk menilai apakah model dapat menghasilkan estimasi yang konsisten dan akurat. Kehadiran multikolinearitas dapat mengurangi keandalan hasil analisis regresi, sehingga pemahaman yang mendalam tentang hubungan antar variabel independent untuk menilai apakah model dapat menghasilkan estimasi yang konsisten dan akurat. Kehadiran multikolinearitas dapat mengurangi keandalan hasil analisis regresi, sehingga pemahaman yang mendalam tentang hubungan antar variabel independen diperlukan untuk memastikan interpretasi yang tepat dari model regresi yang digunakan

3.8.3.3 Autokorelasi

Periksa apakah ada ketidaksetaraan varians residual antara pengamatan dalam model regresi. Heteroskedastisitas seharusnya tidak ada atau homoskedastisitas dalam model regresi yang baik.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda sebagai metode analisis datanya. Analisis ini merupakan metode untuk menghitung seberapa besar dua atau lebih variabel independen memengaruhi satu variabel dependen. Metode ini

berupaya untuk memastikan apakah ada hubungan kausal atau fungsional antara variabel independen dan dependen.

Persamaan linear berganda dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \epsilon \quad \text{Rumus 3.2 Regresi Linier Berganda}$$

3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis regresi menggunakan koefisien determinasi (R^2) sebagai metrik statistik untuk menilai seberapa efektif variabel independen dalam model regresi menjelaskan variabilitas dalam variabel dependen. Secara khusus, R^2 menentukan persentase total variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. (Kinasih & Djawoto, 2021).

3.8.4.3 Uji T

Menurut Sujarweni dalam jurnal yang disusun oleh Ayaumi & Komariah, (2021:192), tingkat pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dinilai menggunakan uji-t. Nilai t yang dihitung dan tabel t dibandingkan untuk melakukan uji-t ini. Jika ambang batas kemungkinan signifikansi kurang dari 5%, faktor-faktor independen dianggap memiliki dampak substansial terhadap variabel dependen.

3.8.4.4 Uji F

Sujarweni menjelaskan bahwa dengan menggunakan nilai signifikansi sebagai panduan, uji F mengevaluasi signifikansi keseluruhan model regresi.

Variabel independen (X) dianggap memiliki dampak terhadap variabel dependen (Y) jika nilai signifikansi kurang dari 0,05. Untuk memastikan dampak total faktor independen terhadap variabel dependen, uji F digunakan.