

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memilih untuk menerapkan metode penelitian kuantitatif sebagai pendekatan utama. Metode ini, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2021), melibatkan pengumpulan data yang dapat diukur secara numerik, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menghasilkan temuan yang objektif dan terukur. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk menggali hubungan antar variabel yang ada dalam fenomena yang diteliti, sehingga mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai pola dan kecenderungan yang muncul. Salah satu kekuatan utama dari pendekatan ini adalah kemampuannya untuk memberikan hasil yang dapat digeneralisasikan dan diterapkan pada populasi yang lebih luas, asalkan sampel yang digunakan cukup representatif.

Metode kuantitatif menekankan pentingnya data yang bersifat numerik, seperti angka, persentase, dan skor, yang kemudian diolah secara statistik untuk mengidentifikasi adanya hubungan atau perbedaan yang signifikan antar variabel yang diteliti. Dalam hal ini, data yang dikumpulkan tidak hanya berfokus pada deskripsi fenomena semata, tetapi lebih kepada pembuktian atau pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian kuantitatif cenderung bersifat lebih objektif, sistematis, dan terstruktur, di mana analisis statistik digunakan untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diambil

berdasarkan data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Dengan menggunakan pendekatan ini, diharapkan dapat memperoleh hasil yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah serta memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang yang diteliti.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini mengadopsi metode survei sebagai pendekatan utama, yang dilakukan dengan cara membagikan kuesioner untuk mengumpulkan data dari responden yang terpilih. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh informasi secara langsung dari individu yang menjadi sampel penelitian, sehingga data yang dikumpulkan lebih relevan dan mencerminkan kondisi yang sesungguhnya. Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian asosiatif. Berdasarkan penjelasan dari Sugiyono (2021), penelitian asosiatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan mengetahui adanya hubungan antara dua atau lebih variabel yang terlibat dalam fenomena yang diteliti. Dengan kata lain, penelitian ini tidak hanya berfokus pada pengumpulan data, tetapi juga bertujuan untuk mengidentifikasi serta menganalisis hubungan yang mungkin ada antar variabel-variabel tersebut. Metode asosiatif sangat berguna dalam konteks penelitian ini, karena peneliti ingin memahami bagaimana satu variabel dapat mempengaruhi atau berhubungan dengan variabel lain. Penelitian asosiatif umumnya digunakan untuk menguji adanya hubungan sebab-akibat antara satu variabel dengan variabel lainnya, baik yang bersifat positif maupun negatif. Selain itu, pendekatan ini juga bertujuan untuk menguji kebenaran dari suatu teori atau pengetahuan yang telah ada,

dengan cara mengamati dan menganalisis data yang diperoleh untuk melihat sejauh mana hubungan antar variabel dapat diterapkan dalam konteks yang lebih luas. Dengan menggunakan teknik ini, diharapkan peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang fenomena yang sedang dipelajari dan menemukan bukti yang lebih kuat tentang hubungan antara variabel yang diteliti.

3.3 Lokasi Penelitian dan Periode Penelitian

3.3.1 Periode Penelitian

Penelitian ini dijadwalkan berlangsung selama lima bulan, mulai dari Januari 2025 hingga Mei 2025. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mempelajari kegiatan dan proses penelitian yang terjadi dalam rentang waktu tersebut. Rincian lebih lanjut mengenai tahapan penelitian dapat ditemukan pada tabel proses penelitian.

Tabel 3. 1 Rencana Pelaksana Penelitian

No	Kegiatan	Bulan				
		(01) 2025	(02) 2025	(03) 2025	(04) 2025	(06) 2025
1	Mengajukan Judul					
2	Mengumpulkan Data Pendukung					
3	Menyusun Penelitian					
4	Menyusun Kuesioner					
5	Mendistribusikan Kuesioner					
6	Mengumpulkan Data					
7	Memproses Data					
8	Menyelesaikan Analisis dan Mengumpulkan Hasil					

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi, menurut (Riyanto & Hatmawan, 2020), mengacu pada sekelompok orang, objek, atau peristiwa yang memiliki karakteristik tertentu yang sedang dipelajari atau diukur. Populasi ini dapat terdiri dari manusia, objek, atau elemen lain yang terkait dengan studi atau analisis statistik. Penelitian ini melibatkan populasi yang sangat besar, jumlah yang belum diketahui. Orang-orang yang mengonsumsi produk Big Cola termasuk dalam penelitian ini.

3.4.2. Teknik Penentuan Jumlah Sampel

Untuk mewakili populasi, sampel penelitian digunakan (Riyanto & Hatmawan, 2020). Sampel yang dipilih harus memiliki karakteristik yang serupa dengan populasi yang diteliti, sehingga dapat berfungsi sebagai perwakilan yang valid. Dalam kasus di mana populasi terlalu besar untuk diteliti secara menyeluruh, dan terdapat keterbatasan dalam hal waktu, tenaga, serta biaya, pengambilan sampel yang representatif menjadi solusi. Sampel harus mencerminkan karakteristik populasi yang ada. Dalam penelitian ini, peneliti menentukan bahwa sampel adalah konsumen atau pengguna yang sering membeli atau pernah mengonsumsi produk minuman Big Cola.

Ketika populasi yang diteliti sangat besar dan luas, peneliti memerlukan teknik khusus untuk pengambilan sampel. (Riyanto & Hatmawan, 2020) menekankan pentingnya penggunaan teknik yang tepat untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan. Teknik ini harus memastikan bahwa sampel yang

diambil benar-benar representatif. Dalam situasi di mana ukuran populasi tidak dapat diketahui, teknik *snowball sampling* digunakan untuk menghitung jumlah sampel yang diperlukan. Dalam hal ini, *snowball sampling* adalah metode pengambilan sampel *non-probability*, atau sampel dengan probabilitas yang tidak sama. Teknik pengambilan sampel ini khusus digunakan untuk mengumpulkan data yang memiliki bias komunitas dari subjek atau sampel responden dengan kata lain, objek sampel yang kita inginkan sangat jarang dan dikelompokkan ke dalam himpunan. Metode ini juga dikenal sebagai bola salju, untuk mengambil sampel dari satu orang ke orang lain. Dalam metode ini, dilakukan dengan memilih responden sebanyak 5-10 responden awal yang berlanjut hingga responden lain untuk mendapatkan 100 sampel dalam 4-5 ronde pengambilan sampel.

3.4.3 Teknik Sampling

Metode pengambilan sampel adalah metode pengambilan sampel dari populasi atau area tertentu. Untuk alasan praktis, kekurangan sumber daya, atau kebijakan penelitian tertentu, sampling nonprobability sering dipilih. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling dalam penelitian ini, dimana termasuk dalam kategori *non-probability sampling*. *Purposive sampling* adalah metode dimana sampel dipilih berdasarkan tujuan atau kriteria khusus yang relevan untuk penelitian, bukan secara acak. Pemilihan sampel dalam metode ini dilakukan berdasarkan pertimbangan dan penilaian peneliti (Riyanto & Hatmawan, 2020).

Agar seseorang atau subjek dapat dipilih melalui *purposive sampling* harus memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Pengguna Aktif Produk Big Cola

Responden merupakan individu yang dalam kurun waktu tiga bulan terakhir pernah membeli atau mengonsumsi produk minuman Big Cola.

2. Rentang Usia Konsumen

Subjek penelitian berada dalam kelompok usia 15 hingga 45 tahun, yang mencakup remaja hingga dewasa muda, sesuai dengan segmen pasar yang menjadi fokus penelitian.

3. Tingkat Konsumsi

Responden memiliki kebiasaan mengonsumsi Big Cola minimal 2x atau lebih.

4. Pengalaman dengan Produk Sejenis

Responden pernah mencoba produk minuman bersoda dari merek lain, seperti Coca-Cola atau Pepsi, sehingga mampu memberikan perbandingan secara subjektif terhadap Big Cola.

3.4 Sumber Data

1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung oleh peneliti melalui metode seperti observasi, wawancara, atau distribusi kuesioner (Riyanto & Hatmawan, 2020). Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner menggunakan *platform Google Form*. Kuesioner adalah alat untuk

mengumpulkan informasi yang melibatkan serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada responden untuk dijawab.

(Riyanto & Hatmawan, 2020).

2. Data Sekunder

Data sekunder, seperti yang dijelaskan oleh Wittsdy et al. (2023), adalah informasi yang tidak diambil langsung dari sumber asalnya, tetapi diperoleh melalui dokumen atau pihak ketiga. Dalam konteks penelitian ini, data sekunder mencakup berbagai referensi, termasuk jurnal dan sumber literatur lainnya.³

3.5 Metode Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dari responden, penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarluaskan secara online melalui Google Form. Kuesioner ini dirancang dengan pertanyaan objektif yang sesuai dengan standar survei dan ditujukan kepada masyarakat di Kota Batam yang merupakan konsumen produk Big Cola, baik yang telah membeli maupun sering mengonsumsi produk tersebut. Data yang diperoleh akan membantu dalam memahami bagaimana promosi, citra merek, dan ulasan online mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kuesioner yang digunakan adalah jenis tertutup, di mana responden hanya dapat memilih dari jawaban yang telah disediakan, tanpa kesempatan untuk memberikan jawaban terbuka. Hasil dari kuesioner ini akan dianalisis menggunakan skala Likert, yang memungkinkan penilaian terhadap pemahaman dan opini individu atau kelompok mengenai isu sosial (Riyanto & Hatmawan, 2020). Skala Likert yang digunakan akan disertakan untuk penilaian lebih lanjut.

Tabel 3. 2 Skala Likert

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

Sumber : (Riyanto & Hatmawan, 2020)

3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.6.1 Variabel Bebas (X)

Variabel bebas adalah variabel yang dimanipulasi dalam penelitian atau eksperimen untuk mengevaluasi dampaknya terhadap variabel terikat. Variabel ini, yang juga dikenal sebagai variabel penjelas atau prediktor, mempengaruhi perubahan pada variabel terikat. Dalam konteks analisis atau eksperimen, variabel bebas seperti Citra Merek (X1), Kemasan (X2), dan Promosi (X3) berperan dalam memengaruhi hasil yang diukur (Riyanto & Hatmawan, 2020:22).

Tabel 3. 3 Pengoperasian Variabel Independen

Variabel	Pengertian	Indikator
Citra Merek (X1)	Kepercayaan dan keyakinan seorang konsumen terhadap suatu produk atau layanan yang mereka yakini dalam hati (Lestari Widjanarko, 2023).	1. Citra Perusahaan 2. Citra Produk 3. Citra Pengguna

Kemasan (X2)	Kemasan mencakup proses desain dan produksi wadah untuk produk dengan tujuan utama melindungi dan menjaga isinya. D. Rodriguez (2020) menjelaskan bahwa kemasan juga dapat mengubah kondisi bahan pangan guna memperpanjang masa simpannya.	a. Bahan b. Logo dan Label c. Warna d. Ukuran e. Daya Tarik dan Desain
Promosi (X3)	Prilano dan Sudarso (2020) menjelaskan bahwa promosi berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan kelebihan suatu produk kepada konsumen dengan maksud untuk mempengaruhi keputusan mereka dalam melakukan pembelian.	1. Memberikan Informasi 2. Membujuk / mempengaruhi 3. Menciptakan Citra 4. Alat untuk mencapai tujuan

Sumber : Data Sekunder, 2025

3.6.2 Variabel Terikat (Y)

Tabel 3. 4 Pengoperasian Variabel Dependen

Variabel	Pengertian	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Proses emosional dan mental yang dialami konsumen saat memilih barang atau jasa untuk memenuhi keinginannya (Aghitsni & Busyra, 2022).	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian

Sumber : Data Sekunder, 2025

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Berdasarkan pendapat (Dekanawati et al., 2023), analisis deskriptif merupakan metode statistik yang digunakan untuk menjelaskan data apa adanya, tanpa membuat generalisasi atau menarik kesimpulan yang bersifat universal. Dalam studi ini, analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat komputer dan perangkat lunak SPSS.

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3. 1 Rentang Skala

Sumber : (Rustam & Hikmah, 2022)

Penjelasan:

RS: Rentang skala

n: Jumlah total sampel

m: Jumlah total pilihan lainnya

Berikut ini adalah cara menghitung skala:

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

Dengan demikian, nilai terendah dikalikan dengan jumlah sampel adalah $1 \times 100 = 100$, sedangkan nilai tertinggi dikalikan dengan jumlah sampel adalah $5 \times 100 = 500$.

Tabel 3. 5 Rentang Skala

Rentang Skala	Kriteria
80 -180	Sangat Tidak Setuju
180- 260	Tidak Setuju
260- 340	Netral
340- 420	Setuju
420- 501	Sangat Setuju

Sumber : (Sinaga & Evyanto, 2023)

3.8 Uji Kualitas Data

3.8.1 Uji Validitas

(Sumadi et al., 2023) menjelaskan bahwa uji validitas berfungsi untuk menentukan keabsahan dan ketepatan kuesioner. (Dekanawati et al., 2023) menambahkan bahwa validitas mengevaluasi sejauh mana hasil atau skor dari kuesioner mencerminkan kondisi yang ingin diukur. Untuk mengecek validitas item, sering digunakan koefisien korelasi dengan tingkat signifikansi 0,06. Jika item menunjukkan korelasi yang signifikan, maka item tersebut dianggap valid.

Dalam program SPSS, hasil perhitungan korelasi item-total menunjukkan:

1. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada tingkat signifikansi 0,05, maka item dianggap valid.
2. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ pada tingkat signifikansi 0,05, maka item dianggap tidak valid.

3.8.2 Uji Reabilitas

Menurut (Sumadi et al., 2023), reliabilitas mengacu pada kemampuan alat ukur untuk memberikan hasil yang konsisten saat digunakan untuk mengukur fenomena yang sama. Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana kuesioner dapat secara stabil mengumpulkan data terkait variabel yang diteliti. Sebuah kuesioner dianggap reliabel jika dapat menghasilkan hasil yang konsisten ketika diuji berulang kali. (Dekanawati et al., 2023) menambahkan bahwa instrumen dianggap dapat diandalkan jika menunjukkan hasil yang serupa setiap kali diukur. Dua metode utama untuk mengevaluasi reliabilitas adalah:

1. Pengukuran Ulang (*Repeated Measure*): Di mana responden ditanyai tentang pertanyaan yang sama dalam beberapa kesempatan untuk menilai sejauh mana jawaban mereka konsisten.
2. Pengukuran Sekali (*One Shot*): Di mana hasil dari satu pengukuran dibandingkan dengan hasil dari pengukuran lain untuk menilai korelasi antara jawaban. Reliabilitas diukur menggunakan nilai alfa Cronbach; apabila nilai alfa (α) bernilai positif dan lebih besar dari 0,60, maka data tersebut dapat dinyatakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik..

$$r = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2} \right)$$

Rumus 3. 2 Rumus Alpha Cronbach's

Sumber : (Kurniawan & Mansyur, 2023) Penjelasan:

r = Keandalan Alat Ukur

k = Total Jumlah Pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Total Varians pada Pertanyaan

$\sum \sigma t^2$ = Varians Keseluruhan

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum menggunakan regresi linear berganda, uji asumsi klasik dilakukan.

Untuk menilai pengaruh atau dampak saat ini, metode regresi digunakan. Untuk uji regresi dan korelasi, memenuhi kriteria Best Linear Unbiased Estimator (BLUE) sangat penting.

3.8.3.1 Uji Normalitas

Menurut Sahir (2021) dalam bukunya Metodologi Penelitian, uji normalitas merupakan metode yang digunakan untuk menentukan apakah data yang diperoleh berasal dari populasi dengan distribusi yang konsisten atau tidak. Histogram dan grafik P-P Normal pada regresi Stand adalah metode yang dapat membantu mengevaluasi distribusi normal. Jika data menunjukkan distribusi yang mendekati normal, model regresi biasanya lebih dapat diandalkan. Untuk menguji normalitas data, Uji Kolmogorov-Smirnov dalam SPSS sering digunakan. Kriteria pengujian menyatakan bahwa jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, data dianggap berdistribusi normal; sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, data dianggap tidak normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Sahir (2021) dalam bukunya *Metodologi Penelitian*, uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat hubungan linier yang sangat kuat atau bahkan sempurna antara beberapa variabel penjelas dalam model regresi. Analisis nilai toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF) menggunakan perangkat lunak SPSS dapat membantu mengidentifikasi masalah multikolinearitas.

Rumus 3. 3 VIF / Tolerance

$$VIF = \frac{1}{Tolerance} / \frac{1}{VIF}$$

Untuk menentukan apakah ada masalah multikolinearitas dalam data, gunakan dua rumus berikut:

Jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 10,00, maka tidak terdapat multikolinearitas dalam data. Namun, jika nilai VIF lebih dari 10,00, itu menunjukkan adanya multikolinearitas.

Jika nilai toleransi lebih dari 0,10, berarti data tidak mengalami multikolinearitas. Sebaliknya, nilai toleransi yang kurang dari 0,10 menandakan adanya multikolinearitas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Dalam buku "Metodologi Penelitian" yang ditulis oleh Sahir (2021), disebutkan bahwa model regresi yang baik adalah model yang bebas dari heteroskedastisitas, yang berarti model tersebut harus menunjukkan sifat

homoskedastis. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linear tidak melanggar asumsi-asumsi yang diperlukan, terutama terkait dengan adanya heteroskedastisitas. Metode Prak-Glejser digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas dengan cara menganalisis residual secara langsung. Jika nilai signifikansi dalam uji Glejser lebih dari 0,05, ini mengindikasikan bahwa model tidak mengalami heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut buku "Metodologi Penelitian" oleh Sahir (2021), uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan adanya hubungan linier yang kuat atau sempurna di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan model regresi. Untuk mengidentifikasi masalah multikolinearitas, nilai toleransi dan faktor inflasi variatif (VIF) dapat dianalisis dengan menggunakan program SPSS.

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

Rumus 3. 4 Rumus Regresi Linear Berganda

Sumber: (Kinasih & Djawoto, 2021)

Penjelasan:

Y = Keputusan pembelian

e = Kesalahan standar

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

X1 = Citra Merek

X2 = Kemasan

X3 = Promosi

3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam bukunya yang berjudul “Metodologi Penelitian,” Sahir (2021) menjelaskan bahwa koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Koefisien determinasi berkisar antara nol hingga satu. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen hanya memiliki sedikit kemampuan untuk menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Sebaliknya, nilai R^2 yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen hampir sepenuhnya menjelaskan variasi dalam variabel dependen.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T

Dalam “Buku Ajar Statistika” yang ditulis oleh (Rosalina et al., 2023), dijelaskan bahwa uji-t dikenal sebagai uji parsial. Pengujian ini digunakan untuk mengevaluasi signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas, seperti citra merek, kesadaran merek, dan promosi, terhadap variabel terikat, yaitu keputusan pembelian. Uji-t juga mengidentifikasi apakah pengaruh tersebut positif atau negatif secara signifikan. Tujuan utama dari uji-t adalah menentukan seberapa besar

kontribusi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara keseluruhan.

Rumus 3. 5 Uji T

$$t \text{ hitung} = \frac{b}{sb}$$

Untuk mengevaluasi pengaruh faktor-faktor X1, X2, X3, dan Y pada tingkat kepercayaan 0,05, langkah-langkah berikut akan diterapkan. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis alternatif (H1) ditolak.
- Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis alternatif (H1) diterima.

3.9.2 Uji F

Dalam "Buku Ajar Statistika" oleh (Rosalina et al., 2023), Uji F (simultan) adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi pengaruh secara bersamaan dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Tes ini memeriksa hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, dengan tujuan untuk menentukan seberapa besar variabel bebas seperti citra merek, kesadaran merek, dan desain produk mempengaruhi keputusan pembelian.

Rumus 3. 6 Uji F

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

Penjelasan:

R^2 = Koefisien Determinasi Multiple K = Jumlah Variabel Independen

n = Jumlah Total Sampel