

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis studi yang dipakai pada studi ini yaitu penelitian kuantitatif, ialah metode ilmiah dengan pendekatan objektif dalam menarik informasi dan menganalisis data, serta disusun berdasarkan hubungan yang jelas antar variabel yang diteliti (Varidah et al. 2022). Untuk mengetahui hubungan sebab akibat antar variabel, studi ini menggunakan desain penelitian kausal. Kuesioner sebagai alat yang dipakai dalam studi ini guna mendapatkan informasi yang didistribusikan kepada konsumen produk Anchor di kota Batam.

3.2 Sifat Penelitian

Studi ini ialah duplikat dari studi terdahulu, yaitu studi yang dilakukan kembali dari studi sebelumnya yang searah akan tetapi memiliki perbedaan dalam waktu penelitian, variabel, dan objeknya. Dalam penelitian ini memiliki perbedaan dari segi waktu penelitian dan objek yang akan diteliti.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Studi ini dilaksanakan pada konsumen PT Pundi Selaras Maju yaitu toko bahan kue, *pastry*, *bakery*, di kota Batam. PT Pundi Selaras Maju berlokasi di Komp. Gudang Taman Niaga Blok F1 No.03 Kec Sukajadi, Batam, Kepulauan Riau 2944.

3.3.2 Periode Penelitian

Tabel 3. 1 Durasi Penelitian

No	Kegiatan	Maret 2025 Minggu				April 2025 Minggu				Mei 2025 Minggu				Juni 2025 Minggu				Juli 2025 Minggu			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																				
2	Penulisan Bab I																				
3	Penulisan Bab II																				
4	Penulisan Bab III																				
5	Pengumpulan Data																				
6	Analisis data																				
7	Pengumpulan Laporan																				

Sumber: Peneliti (2025)

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi dalam studi ini ialah pelanggan PT Pundi Selaras Maju yaitu toko bahan kue, *bakery*, supermarket, dan *pastry* yang ada di kota Batam sebanyak 143 toko.

Tabel 3. 2 Konsumen PT Pundi Selaras Maju

KONSUMEN PT PUNDI SELARAS MAJU					
No		No		No	
1.	TBK BIG BOY BAKERY	51.	TBK FANLA	101.	TBK BOTANIA MAJU
2.	E BROWNES	52.	TBK PAK RADEN	102.	TBK YOUNGS
3.	NAN BAN GUY	53.	TBK FORTUNA MART	103.	NEW SUNBREAD
4.	HACHI DON	54.	TBK.DOU PUTRA	104.	ROTIMAN
5.	GOOD GRNB BELLY	55.	TBK ERNI PLASTIK	105.	TOTELES BAKE HOUSE
6.	MAY FLOWER	56.	TBK 3 MART	106.	TBK. PESONA (TOKO)
7.	MAXIM BAKERY	57.	TBK IBU IDA	107.	TBK CHEF
8.	TBK OVERSEAS	58.	ISTANA BAHAN KUE	108.	TBK SISTA
9.	TBK FUR ELISE	59.	NAULY MART	109.	TBK CITRA JAYA PLASTIK
10.	Mr.CREAM PUFF	60.	TBK JJ	110.	MORNING BAKERY

11.	TUNAS MAJU	61.	DEWI FANDASI	111.	TOKO NINDI
12.	TBK SINAR STORE	62.	NGAWI BAKERY	112.	TOKO BUNDA
13.	BK BONCAKE GALERRY	63.	TBK 899	113.	ROYAL MEGA LEGENDA
14.	TBK YESTUMI	64.	TOKO HASANAH	114.	DELIMA INDAH
15.	TBK CASABLANCA	65.	TBK SM PLASTIK	115.	TOKO KUE LILY
16.	TBK AW-TB	66.	ASSALAM PLASTIK	116.	MARINA INDAH
17.	SWEET BEERY	67.	TBK ADIBA	117.	CENTRAL INDAH
18.	TOKO ASUN TIBAN	68.	AMA	118.	TIBAN JAYA INDAH
19.	TIRAMISU BAKERY	69.	TBK NAYLA	119.	TIBAN INDAH GLOBAL
20.	KESZ BAKERY	70.	BARELANG BAKERY	120.	BALI-BALI
21.	SOZO BAKERY	71.	TBK MAMASO	121.	D'QUEEN
22.	MR ONG BAKERY	72.	TBK ZAHFIRA	122.	LIM-LIM
23.	TBK KEKI HOUSE	73.	CM PLASTIK	123.	MM PERMATA
24.	AIWA BAKEY & CAFÉ	74.	ANUGRAH PLASTIK	124.	HARAPAN INDAH 1
25.	BREAD HOUSE & BAKERY	75.	TBK HILDA	125.	HALIMAH MARKET
26.	NAN BAN GUY MITRA RAYA	76.	TBK ADLIN	126.	SATU MARKET
27.	HAPPY JUICE	77.	TBK SUBUR MAKMUR	127.	LOVE MARKET
28.	GOLDEN BAKERY	78.	MUARA JAYA	128.	BEST MARKET
29.	PAK ASEP	79.	BINTANG PLASTIK	129.	BOY MART
30.	DELICIOUS	80.	TOKO FAJAR PLASTIK	130.	BLESS MM
31.	TBK. SONLIA PLASTIK	81.	TBK MENTARI	131.	GROSS MART PIAYU
32.	KAZUE	82.	TBK.HANNA	132.	LEMON MART
33.	SRI REZEKI	83.	TBK IMPIAN JAYA	133.	GROSS MART BATAM CENTER
34.	BATAM LAYER CAKE	84.	TAMARISK BITE.ID	134.	HARI-HARI MM
35.	TAKADELI	85.	TBK ANEKA RASA	135.	TOP 100 BENGKONG
36.	TBK GOLDEN GWYN	86.	TBK AL FAZZA RAYA	136.	CAI-CAI MM
37.	TBK BENGKONG	87.	GARDINEO BAKERY	137.	VICTORIA AVIARI
38.	TBK. GOLDEN GYWN (2)	88.	KOPI SOBER	138.	STAINN
39.	ALIFAH BROWNIES (BAKERY)	89.	CAKE 555	139.	SUPER MURAH 8000
40.	CV BAROKAH	90.	SEGAR SAYUR	140.	GOGO SUPERMARKET
41.	FRESH HOUSE	91.	SMT SCHOOL	141.	PT TOP RATU CERMELANG
42.	TBK BERKAH	92.	BEAN CITY	142.	ROYAL SUPERMARKET
43.	TBK MEGA LEGENDA	93.	I LIKE YOGURTS	143.	SUPERMARKET EMERALD
44.	TBK ROYAL BOGA	94.	PT. SANZ LISTERINDO		
45.	TBK.EYANG	95.	MEGA FROZEN		
46.	BLP. Plastik Mandiri	96.	IDA (FO YUAN)		
47.	ROTI HAP	97.	EPIZ TOAST (CAFE)		
48.	TODAY BAKERY	98.	BAPAK KAMIL		
49.	STAR BOGA	99.	GLORIA LAPIS LEGIT		
50.	TBK CIPTA BOGA	100.	TBK ADDA		

Sumber: PT Pundi Selaras Maju

3.4.2 Sampel

Sampel dalam studi ini yaitu pelanggan yang pernah membeli produk Anchor PT Pundi Selaras Maju, dan jumlah populasi sebanyak 143 toko bahan kue, *bakery*, dan *pastry* yang ada di kota Batam. Untuk keperluan penentuan sampel dalam studi ini, diaplikasikan perhitungan berdasarkan rumus *Slovin* yakni:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Rumus 3.1 Rumus Slovin

Sumber: (Idharuddin and Prehanto 2021)

Dimana:

n : Total sampel

N : Total populasi 143

e : Margin of error 5% (0,05)

Berikut ini merupakan perhitungan dengan memakai rumus slovin yakni:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{143}{1 + 143 (0,05^2)}$$

$$n = \frac{143}{1 + 143 (0,0025)}$$

$$n = \frac{143}{1,38}$$

$$n = 105,34$$

Sebanyak 105 bahan kue, *pastry*, dan *bakery* di kota Batam sampel yang dipakai dalam studi ini sesuai dengan hasil kalkulasi di atas.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling merujuk pada langkah ilmiah yang digunakan untuk menyeleksi sebagian unsur populasi sebagai objek studi. Studi ini memakai teknik *purposive sampling* yang masuk dalam kategori *non probability sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik dalam penentuan sampel sesuai dengan tolak ukur dan pertimbangan tertentu, akan tetapi tidak diterapkan secara acak. Sampel studi ini yaitu konsumen yang telah melakukan pembelian produk Anchor PT Pundi Selaras Maju.

3.5 Sumber Data

Jenis informasi yang dihimpun dan dianalisis dalam studi ini meliputi:

1. Data Primer

Data primer ini didapatkan dari hasil wawancara peneliti dengan narasumber, dan juga dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden yang telah membeli produk Anchor.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam studi ini berasal dari artikel ilmiah penelitian sebelumnya, referensi buku, dan juga beberapa dokumen ilmiah yang sudah dikumpulkan sebelumnya yang relevansi teoritis dan empiris dengan penelitian yang sedang di kaji.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik esensial dalam menghimpun data untuk studi ini yakni survei dengan kuesioner yang dibagikan kepada partisipan secara daring melalui platform Google Form. Kuesioner ini terdiri dari beberapa pernyataan maupun

pertanyaan yang dibuat dengan sistematis dan terstruktur. Pendistribusian kuesioner ini dilakukan melalui WhatsAps, Instagram serta membagikan *link* kuesioner kepada responden. Selain menyebarkan kuesioner, peneliti juga melakukan wawancara kepada pihak yang terlibat guna memperoleh data primer.

Skala likert ialah metode untuk mengevaluasi sikap, keyakinan serta sudut pandang seseorang ataupun klaster yang berkaitan mengenai gejala sosial, dipakai guna mengkaji data dalam kuesioner ini. Dalam proses studi pada parameter yang diteliti, tiap alternatif tanggapan pada angket akan diberikan poin sesuai dengan tingkat kecenderungan responden (Varidah et al. 2022). Terdapat 5 nilai skala likert dalam penelitian ini yakni:

Tabel 3. 3 Penilaian Skala Likert

Likert	Kode	Score
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiono (2020)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel yaitu penjelasan mengenai variabel-variabel yang akan dilakukan penelitian yang kemudian dianalisis untuk mendapatkan data. Pada studi ini ada 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Variabel bebasnya yaitu Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kepercayaan (X). Sedangkan untuk variabel terikatnya yakni Keputusan untuk membeli (Y).

3.7.1 Variabel Bebas

Variabel bebas ialah elemen yang mampu memengaruhi variabel lain. Variabel bebas juga bisa diganti dengan variabel yang lain untuk dilakukan penelitian selanjutnya.

Tabel 3. 4 Variabel Bebas

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Citra Merek (X1)	Citra merek yaitu gambaran atau identitas tertentu sebuah produk baik itu dari nama, kemasan, dan desain dari produk tersebut yang dapat menjadi pembeda dari produk yang lain.	Sumber: (Nababan and Saputra 2023): 1. Citra Produsen. 2. Citra Konsumen. 3. Citra Produk.	Likert
Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk ialah produk yang memiliki daya tahan yang baik, kemudahan dalam kemasannya, serta memiliki keandalan dalam menjalankan fungsinya.	Sumber: (Saputra 2022): 1. Performa. 2. Konsistensi 3. Ketahanan. 4. Keselarasan yang stabil. 5. Keindahan.	Likert
Kepercayaan (X3)	Kepercayaan merupakan seorang konsumen yang percaya terhadap produk barang atau penyedia jasa bahwa produk yang mereka gunakan dapat memenuhi kebutuhan mereka.	Sumber: (Eric and Nainggolan 2023): 1. Kejujuran. 2. Murah hati. 3. Keahlian.	Likert

Sumber: Peneliti (2025)

3.7.2 Variabel Terikat

Variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen ialah variabel dependen (terikat). Studi ini memakai keputusan untuk membeli dalam variabel terikatnya.

Tabel 3. 5 Variabel Terikat

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian (Y)	Pilihan akhir konsumen setelah melakukan survei dan mencari tahu informasi mengenai produk tertentu kemudian memutuskan untuk membeli ialah keputusan pembelian.	Menurut (Lestari and Widjanarko 2023) indikator keputusan untuk membeli yaitu: 1. Varian Produk. 2. Varian Merek. 3. Varian saluran distribusi. 4. Volume penjualan. 5. Periode transaksi.	Likert

Sumber: Peneliti (2025)

3.8 Metode Analisis Data

Studi ini memakai pendekatan kuantitatif sebagai metode yang diterapkan oleh peneliti. Studi ini bertujuan untuk memproses data serta menguji hipotesis untuk memastikan apakah variabel independen dan dependen mempunyai dampak signifikan secara statistik satu sama lain. Dengan bantuan SPSS, data yang sudah didapat akan proses.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Proses interpretasi deskriptif meliputi tahapan pengumpulan informasi yang terverifikasi keabsahannya, diikuti dengan pengolahan data secara sistematis guna memperoleh pemahaman komprehensif tentang masalah penelitian, yang pada akhirnya memungkinkan penarikan kesimpulan yang dapat diterima secara luas. Uraian permasalahan dalam studi ini yaitu mengenai variabel bebas (independen), elemen-elemen yang dijadikan sebagai variabel independen pada studi ini meliputi citra merek, kualitas produk, dan kepercayaan. Untuk menentukan spektrum taraf dapat memakai formula berikut ini:

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

Rumus 3. 1 Rentang Skala**Sumber:** Sugiono (2020)

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

m = Jumlah substitusi respon tiap item

RS = Rentang skala

Tahapan pertama untuk menghitung rentang skala terlebih dahulu harus menentukan nilai terendah dan tertinggi pada skala tersebut. Dalam hal ini sampel yang dipakai dalam studi ini berjumlah 105 responden yang merupakan pelanggan yang pernah membeli produk Anchor pada PT Pundi Selaras Maju di kota Batam dengan alternatif jawaban yang dapat dipilih yaitu sebanyak 5 pilihan.

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

$$RS = \frac{100(4)}{5}$$

$$RS = 80$$

Tabel berikut memberikan penjelasan tentang nilai rentang skala berdasarkan hasil perhitungan sebelumnya:

Tabel 3. 6 Skala Nilai

No	Rentang Skala	Kategori
1.	100-180	Sangat Tidak Setuju
2.	181-260	Tidak Setuju
3.	261-340	Netral
4.	241-420	Setuju
5.	421-500	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti (2025)

3.8.2 Uji Kualitas Data

Untuk mengetahui apakah data yang akan dipakai oleh peneliti dalam melakukan penelitian sudah tepat atau belum, maka peneliti alangkah baiknya untuk melakukan pengujian kualitas terlebih dahulu. Pengujian kualitas ini dapat dilakukan dengan dua metode yakni uji validitas dan uji reabilitas.

3.8.2.1 Uji Validitas

Mengetahui apakah kuesioner dapat dianggap valid atau tidak merupakan tujuan pengujian validitas (Ponomban, Soegoto, and Lintong 2023). Untuk melakukan uji validitas ini peneliti dapat menggunakan rumus Pearson, yaitu:

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi hubungan antar variabel. Oleh karena itu, pada tingkat signifikansi 5% dalam analisis dilakukan dengan melakukan perbandingan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} . Selain itu, untuk menentukan signifikansi koefisien korelasi digunakan tabel distribusi r dengan nilai signifikansi 0,05 atau 0,01, serta derajat kebebasan (dk) sebesar $n - 2$. Dimana n merupakan total partisipan atau sampel di penelitian. Apabila skor r_{hitung} melampaui r_{tabel} alat ukur tersebut dianggap sah, begitu juga sebaliknya.

Berikut merupakan formula yang dipakai sesuai dengan skor tingkat keterkaitan *Pearson Product Moment* yakni:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \quad \textbf{Rumus 3. 2 Koefisien Korelasi Pearson}$$

Sumber: (Darma Budi 2021)

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dipakai sebagai media ukur seberapa baik alat penelitian dapat menghasilkan hasil yang konsisten, meskipun pengukuran

dijalankan pada waktu yang berbeda. Pengukuran uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan pernyataan yang diaplikasikan dalam kuesioner. Sebuah instrumen kuesioner dapat dikategorikan reliabel apabila menunjukkan tingkat konsistensi respon yang tinggi dari responden dalam berbagai waktu pengukuran (Ponomban et al. 2023). Dimana uji reliabilitas ini dijalankan untuk memperbandingkan skor *Cronbach's Alpha* dalam tingkat atau taraf signifikansi tertentu. Terdapat beberapa standar dalam uji reliabilitas yaitu:

1. Bisa diteliti dengan memakai nilai batasan penentu yaitu (0,6).
2. Apabila skor *Cronbach's Alpha* > skor signifikansi (0,6), jadi bisa diambil kesimpulan bahwa data tersebut reliabel.
3. Berbanding terbalik, apabila skor *Cronbach's Alpha* < skor signifikansi (0,6), maka data tersebut dianggap tidak reliabel.

Berikut merupakan dari rumus *Cronbach's Alpha* yakni:

$$r_{11} = \left(\frac{1}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right) \quad \textbf{Rumus 3. 3 Uji Reliabilitas}$$

Sumber: (Sahir 2022)

Keterangan:

r_{11} = Skor reliabilitas

k = Total item

$\sum S_i^2$ = Total varian untuk setiap item

S_t^2 = Total varian

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Tujuan pengujian normalitas yaitu guna menentukan sudahkah data tersebar pada masing-masing variabel sesuai dengan asumsi normalitas yang diperlukan dalam analisis regresi (Ponomban et al. 2023). Data yang terdistribusi normal dianggap data yang baik, yang ditunjukkan dengan nilai signifikansinya lebih atau sama dengan 0,05. Uji *Kolmogorov Smirnov* merupakan alat yang sering digunakan dalam pengujian normalitas data. Peneliti memakai metode *Kolmogorov Smirnov* dengan pendekatan *Monte Carlo* dalam uji normalitas.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Untuk memastikan adakah variabel independen pada model regresi berganda mempunyai hubungan linear, maka dilakukan pengujian multikolinearitas yang dapat memengaruhi keakuratan hasil analisis (Yaldi et al. 2022). Untuk dapat mengetahui apakah ada multikolinearitas, bisa ditinjau dari skor VIF (*Variance Inflation Factor*) dimana nilai yang sesuai dengan VIF yaitu sebesar 10.

Ketentuan dari uji multikolinearitas dengan memakai VIF (*Variance Inflation Factor*) yaitu:

1. Jika skor $VIF > 10$, maka hal tersebut menandakan bahwa terjadinya multikolinearitas.
2. Apabila skor $VIF < 10$, ini memperlihatkan bahwa multikolinearitas tidak ada.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Untuk menentukan adakah dispersi residual antara data dalam model regresi tidak sama, maka dilakukan uji heteroskedastisitas (Ponomban et al. 2023). Apabila terdapat pola yang terbentuk dari kumpulan titik-titik yang teratur, maka model regresi tersebut berpotensi memiliki heteroskedastisitas. Peneliti memakai uji heteroskedastisitas dengan metode *White Test* dalam studi ini.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda diaplikasikan dalam studi ini mengenali keterkaitan kausal antara variabel independen dan dependen. Secara spesifik, teknik analisis ini dipergunakan untuk mengkaji pengaruh yang ditimbulkan oleh citra merek, kualitas produk dan tingkat kepercayaan pelanggan mengenai perilaku transaksi. Menurut (Lie, Lumanauw, and Raintung 2021), berikut rumus yang bisa dipakai untuk melakukan analisis regresi linear berganda.

$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$	Rumus 3. 4 Regresi Linear berganda
---	---

Sumber: (Sahir 2022)

Keterangan:

Y = Keputusan untuk membeli

α = Skor konstanta

b_{123} = Skor parameter regresi

X1 = Citra merek

X2 = Kualitas produk

X3 = Kepercayaan

E = *error*

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan utama analisis koefisien determinasi (R^2) yakni untuk menentukan seberapa baik model regresi dalam menjelaskan variansi yang timbul pada variabel dependen. Nilai (R^2) berada pada rentan antara 0 hingga 1. Nilai (R^2) yang rendah menunjukkan bahwa kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, sehingga model kurang efektif dalam memprediksi variabel dependen (Ponomban et al. 2023).

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji T (Parsial)

Tujuan dari uji T (parsial) guna mengukur sejauh mana setiap elemen independen mampu memengaruhi elemen dependen (Ponomban et al. 2023). Dalam uji T (parsial) standar nilai signifikansinya yaitu sebesar 5% atau 0,05, rumus yang bisa dipakai dalam uji parsial yakni:

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

Rumus 3. 5 Uji T

Sumber: (Sahir 2022)

Keterangan:

T = Skor uji t hitung

r = Indeks korelasi

r^2 = Indeks determinasi

n = Total

Di dalam uji parsial (T) terdapat 2 ketentuan dalam melakukan pengujian ini yakni:

1. H_0 disetujui jika skor sig melampaui 0,05.
2. H_0 ditolak jika skor sig di bawah 0,05.

3.9.2 Uji F (Simultan)

Uji F dipakai guna mengetahui adakah semua faktor memiliki dampak simultan yang substansial terhadap elemen dependen dalam suatu model (Ponomban et al. 2023). Di bawah ini merupakan ketentuan dalam menggunakan uji F (simultan), yaitu:

1. Jika skor $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai signya sebesar $< 0,05$, situasi tersebut di interpretasikan yakni variabel independen berdampak secara simultan pada variabel dependen.
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan nilai signya sebesar $> 0,05$, maka hal tersebut dinyatakan bahwa secara simultan elemen independen tak memberikan dampak yang signifikan pada elemen dependen.