

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metodenya. Pendekatan kuantitatif sendiri merupakan metode penelitian yang menyajikan data dalam bentuk angka-angka, dimulai dari tahap pengumpulan data, analisis data secara statistik atau kuantitatif, hingga penyajian hasil analisis untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Prayogi et al., 2024).

3.2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat replikasi, atau yang sering disebut juga sebagai penelitian lanjutan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indikator dan alat analisis yang sama seperti penelitian sebelumnya, namun dengan objek dan lokasi yang berbeda.

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini nemfokuskan pada konsumen produk Natural White di Kota Batam. Adapun lokasi penelitian akan dilakukan Kecamatan Lubuk Baja Kota Nagoya. Adapun periode pengambilan sampel responden berkisar pada bulan maret 2025 hinggal Juli 2025.

3.3.2. Periode Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini berlangsung selama 5 bulan, terhitung sejak Maret 2025 hingga Juli 2025. Rentang waktu tersebut meliputi tahapan pengumpulan data, proses analisis, hingga penyusunan laporan akhir. Rincian periode penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3. 1 Priode Penelitian

No	Keterangan	2025				
		Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Pengajuan Judul					
2	Tinjauan Pustaka					
3	Pengumpulan Data					
4	Pengolahan Data					
5	Menganalisis dan membuat pembahasan					
6	Kesimpulan dan Saran					

Sumber: Penelitian 2025

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi merupakan salah satu hal terpenting dalam menjalankan suatu penelitian. Populasi merupakan suatu kumpulan dari segala kemungkinan yang dapat berasal dari makhluk hidup, benda-benda, ataupun ukuran lain yang dapat menjadi objek penelitian (Munandar, 2022). Populasi merupakan sekumpulan individu atau entitas yang menjadi sasaran generalisasi penelitian karena memiliki karakteristik dan atribut tertentu sesuai dengan tujuan studi. Kelompok ini dipilih sebagai fokus utama untuk dianalisis, sehingga peneliti dapat mengamati pola, perilaku, atau tren yang muncul pada subjek atau objek tersebut. Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah para konsumen atau pelanggan yang telah membeli produk Natural Honey di Kota Batam, dengan jumlah pasti yang tidak diketahui.

3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sample

Sampel adalah sekumpulan kecil anggota populasi yang dipilih melalui teknik tertentu, sehingga dapat dianggap mewakili keseluruhan populasi dalam penelitian (Damanik & Renggo, 2022). Sampel adalah bagian yang mewakili populasi dan mampu mencerminkan atribut, jumlah, serta karakteristik yang terdapat pada populasi secara keseluruhan. Ketika populasi terlalu luas dan terdapat keterbatasan dalam hal waktu, biaya, atau sumber daya untuk melakukan penelitian secara menyeluruh terhadap setiap elemen populasi, peneliti memilih menggunakan sampel sebagai alternatif. Sampel ini diambil dari sebagian populasi dengan tujuan tetap mendapatkan gambaran yang akurat mengenai populasi yang diteliti (Sugiyono, 2019:127). Untuk itu, penentuan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Jacob Cohen. Pemilihan rumus ini didasari oleh pertimbangan bahwa rumus Jacob Cohen sesuai diterapkan pada kondisi di mana informasi mengenai populasi yang diamati tidak diketahui secara pasti, sehingga tetap memungkinkan peneliti untuk memperoleh ukuran sampel yang representatif. Dengan demikian penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Jacob Cohen. Pemilihan rumus ini didasari oleh pertimbangan bahwa Jacob Cohen sesuai diterapkan pada kondisi di mana informasi mengenai populasi yang diamati tidak tersedia secara lengkap. Selain itu, rumus ini dikenal menghasilkan estimasi yang lebih konservatif, yaitu ukuran sampel yang cenderung lebih besar dibandingkan dengan hasil perhitungan dari rumus lain yang mungkin memberikan angka lebih kecil. Adapun bentuk rumus Jacob Cohen disajikan sebagai berikut:

$n = \frac{L}{f^2 + u + 1}$	 Rumus 3. 1 Jacob Cohen
-----------------------------	-------------------------------------

Sumber: Chandra & Rustam (2022)

Keterangan :

n : Ukuran sampel

f^2 : Effect size = 0,1

u : Banyaknya ubahan yang terkait dalam penelitian = 5

L : Effect size 1%, power (p) 0.95 dan u 5 = 19.76

$$N = \frac{L}{f^2} + u + 1$$

$$N = \frac{19,76}{0,1} + 5 + 1$$

$$N = 203,6 = 204$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Jacob Cohen yang telah dijelaskan sebelumnya, didapatkan hasil bahwa jumlah responden yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 204 orang. Angka ini merupakan hasil estimasi dari perhitungan yang mempertimbangkan ketidakpastian data populasi, sehingga ukuran sampel yang diperoleh diharapkan dapat mewakili populasi secara memadai. Dengan jumlah responden tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan temuan yang lebih akurat, relevan, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling, dengan pendekatan khusus berupa purposive sampling. Purposive sampling sendiri merupakan teknik pengambilan sampel secara sengaja dan terarah, di mana partisipan atau elemen yang dipilih merupakan individu-individu yang memiliki karakteristik tertentu yang dianggap relevan dan sesuai dengan kebutuhan serta tujuan penelitian. Dengan demikian, pemilihan sampel dilakukan berdasarkan pertimbangan peneliti terhadap kemampuan responden untuk memberikan informasi yang sesuai dengan permasalahan yang dikaji (Sugiyono, 2019:128). Pemilihan metode purposive sampling dalam penelitian ini didasari oleh pertimbangan untuk mendapatkan sampel yang benar-benar sesuai dan representatif terhadap tujuan penelitian.

Metode ini memungkinkan peneliti memastikan bahwa individu atau unit sampel yang dipilih memenuhi kriteria tertentu yang relevan, sehingga mampu memberikan informasi yang dibutuhkan secara tepat. Dalam penerapannya, peneliti secara sengaja dan selektif memilih partisipan atau unit sampel yang memiliki karakteristik penting dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang dikaji. Dengan demikian, sampel yang diperoleh tidak hanya memenuhi kebutuhan penelitian secara substantif, tetapi juga meningkatkan validitas hasil penelitian. Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdomisili di Kota Batam.
2. Pernah melakukan pembelian produk Natural Honey dalam enam bulan terakhir.
3. Berusia minimal 17 tahun agar dapat memahami kuesioner dengan baik.

Melalui penerapan teknik purposive sampling, penelitian ini berupaya memastikan bahwa responden yang dipilih benar-benar merupakan individu yang memiliki pengalaman nyata dalam melakukan pembelian produk Natural Honey. Dengan cara ini, peneliti dapat menjamin bahwa data yang diperoleh berasal dari sumber yang tepat, sehingga informasi yang diberikan oleh responden relevan dengan fokus penelitian. Selain itu, pendekatan ini juga mendukung validitas data, karena responden yang terlibat memiliki pengetahuan dan pengalaman yang mencerminkan variabel-variabel yang menjadi objek kajian dalam penelitian ini (Malhotra, 2020).

3.5 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini dirancang untuk mendukung tercapainya tujuan kajian secara optimal. Adapun sumber data yang dimanfaatkan dalam pelaksanaan penelitian ini dapat dijelaskan melalui uraian berikut:

1. Data primer

Data primer hasil pengumpulan informasi langsung dari pihak atau objek yang menjadi sumber utama penelitian, baik dari lokasi penelitian maupun dari pihak-pihak yang menjadi subjek penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui proses pengumpulan informasi dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden yang relevan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti berinteraksi secara langsung dengan sumber data, sehingga data yang dihimpun lebih otentik, aktual, dan mampu merepresentasikan kondisi sebenarnya secara menyeluruh. Melalui metode ini, penelitian diharapkan menghasilkan

temuan yang valid dan sesuai dengan realitas di lapangan.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang tidak dihimpun langsung oleh peneliti, melainkan digunakan sebagai data tambahan untuk melengkapi dan memperkuat temuan dari data primer. Data ini biasanya bersumber dari dokumen, laporan, publikasi, literatur, atau arsip yang relevan dengan topik penelitian.. Dalam konteks penelitian ini, data sekunder dihimpun melalui penelaahan beragam bahan rujukan, termasuk literatur, dokumen, dan hasil analisis dari sumber-sumber tertulis lainnya. Pendekatan ini mencakup pencarian dan pengkajian buku, artikel dalam jurnal ilmiah, serta data yang diakses melalui situs web relevan yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian. Melalui pemanfaatan data sekunder, peneliti memperoleh wawasan tambahan yang memperkaya analisis dan memperkuat landasan teoritis penelitian.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner yang didistribusikan secara daring kepada para responden. Kuesioner dirancang dengan menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur persepsi responden terhadap masing-masing variabel yang diteliti. Skala ini memungkinkan responden memberikan penilaian secara bertingkat terhadap setiap pernyataan, sehingga hasil yang diperoleh dapat merefleksikan tingkat kesepakatan atau ketidaksetujuan mereka secara lebih terukur.

Tabel 3. 2 Skala Likert

Jawaban Pertanyaan	Simbol	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Peneliti, 2025

Metode ini digunakan karena skala Likert memungkinkan pengukuran sikap dan opini responden dengan lebih jelas dan terstruktur (Sekaran & Bougie, 2016).

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.7.1 Variabel Bebas

1. Word of Mouth (X1): Sejauh mana konsumen memperoleh informasi dari pengguna lain mengenai suatu produk.
2. Brand Awareness (X2): Tingkat pengenalan konsumen terhadap suatu merek.
3. Brand Image (X3): Persepsi konsumen terhadap keunggulan citra atau reputasi suatu produk.

3.7.2 Variabel Terikat

1. Keputusan Pembelian (Y): Kesiediaan konsumen untuk membeli produk Natural Honey.

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen

3.8.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah suatu kuesioner benar-benar sahih dan mampu mengukur variabel yang dimaksud. Sebuah kuesioner dianggap valid apabila setiap pernyataan yang terdapat di dalamnya benar-benar dapat merepresentasikan atau menggambarkan aspek yang ingin diukur dalam penelitian. Dengan kata lain, uji validitas bertujuan memastikan bahwa instrumen yang digunakan sesuai dan tepat untuk mengukur apa yang menjadi fokus penelitian (Ghozali, 2018:51). Pengukuran uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Rumus 3. 2 Rumus Pearson Product Moment

Sumber : (Ghozali, 2018:52).

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

X = variabel bebas

Y = variabel terikat

Terdapat tabel untuk menunjukkan hubungan range korelasi, sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : (Ghozali, 2018:51).

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Terdapat dua cara yang dapat digunakan untuk melakukan pengukuran reliabilitas. Kedua cara ini bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian memberikan hasil yang konsisten dan stabil ketika digunakan untuk mengukur variabel yang sama dalam kondisi yang serupa. (Ghozali, 2018:45 & 46), yaitu :

1. *Repeated Measure*, atau pengukuran ulang, merupakan metode di mana responden diberikan pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda untuk melihat sejauh mana konsistensi jawaban yang diberikan. Jika hasil jawaban tetap stabil pada setiap pengukuran, maka instrumen tersebut dapat dianggap memiliki reliabilitas yang baik.

2. One Shot, atau pengukuran sekali, adalah metode di mana pengukuran dilakukan hanya satu kali, kemudian hasil jawaban responden dibandingkan dengan jawaban dari pertanyaan lain untuk melihat tingkat korelasi antar pertanyaan tersebut. Cara ini digunakan untuk menilai konsistensi internal instrumen.

Data mampu disebut reliable ketika r alphanya positif dan r alpha $>$ r tabel $df = (\alpha, n-2)$. Nilai Cronbach's alpha diperoleh dengan perhitungan:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) * 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2}$$

Rumus 3. 3 Alpha Cronbach's

Sumber: (Ghozali, 2018:51).

Keterangan:

r = Reliabilitas instrumen

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian pada butir

$\sum \sigma t^2$ = Varian total

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

3.8.2.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa residual dalam model regresi memiliki distribusi normal. Uji ini menjadi penting karena asumsi normalitas residual merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi agar hasil uji statistik, seperti uji T dan uji F, dapat dinyatakan valid, terutama pada kondisi ketika jumlah sampel yang digunakan relatif kecil. Dengan demikian, uji normal. Apabila asumsi normalitas tidak terpenuhi, maka hasil uji statistik dapat menjadi tidak sah.

Untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal, terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan, yaitu melalui analisis grafik dan analisis statistik.

3.8.2.2 Uji Multikolinearitas

Menurut pendapat dari Ghazali (2018:107), Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi hubungan korelasi antar variabel independen. Model regresi yang ideal seharusnya tidak menunjukkan adanya hubungan yang kuat di antara variabel-variabel bebas tersebut. Jika antar variabel independen ditemukan saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak lagi bersifat ortogonal. Ortogonalitas sendiri berarti variabel independen memiliki nilai korelasi nol terhadap variabel independen lainnya. Untuk mengetahui apakah model regresi mengandung gejala multikolinearitas atau tidak, langkah-langkah pengujiannya dapat dilakukan sebagai berikut:

1. Ketika nilai R^2 yang diperoleh dari hasil estimasi model regresi empiris tergolong tinggi, namun secara parsial sebagian besar variabel independen tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Melakukan analisis terhadap matriks korelasi antar variabel independen. Apabila ditemukan korelasi yang cukup tinggi di antara variabel-variabel bebas (biasanya dengan nilai lebih dari 0,90), maka kondisi tersebut dapat menjadi indikasi adanya masalah multikolinearitas dalam model.
3. Dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan nilai TOL (Tolerance). Tolerance digunakan untuk mengukur seberapa besar variabilitas dari suatu variabel independen yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya dalam model. Nilai tolerance yang rendah menunjukkan adanya korelasi tinggi antar variabel bebas, yang identik

dengan nilai VIF yang tinggi (karena VIF merupakan kebalikan dari tolerance, yaitu $VIF = 1 / \text{Tolerance}$). Secara umum, adanya indikasi multikolinearitas dapat diketahui jika nilai Tolerance $\leq 0,10$ atau setara dengan nilai VIF ≥ 10 .

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varians residual antar satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Terdapat beberapa metode untuk mendeteksi heteroskedastisitas, salah satunya adalah dengan menggunakan grafik plot. Pada penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan cara mengamati grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dan residualnya (SRESID). Suatu model regresi dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila titik-titik pada grafik tampak tersebar secara acak di sekitar garis nol pada sumbu Y, tanpa menunjukkan pola yang jelas atau teratur.

3.5.3 Uji Pengaruh

3.5.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dipakai untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari dua digunakan analisis regresi linear berganda. Dalam penelitian ini, digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Word Of Mouth, *Brand Awareness* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Natural Honey di Kota Batam. Persamaan umum regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

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

Rumus 3. 4 Rumus Persamaan Regresi

Sumber : (Wibowo, 2012) Keterangan:

Y = Variabel Dependen (Keputusan Pembelian)

A = Nilai Konstanta

$b_{1,2,3}$ = Koefisien Variabel Independen

X_1 = Word Of Mouth

X_2 = Brand Awareness

X_3 = Brand Image

E = Error term

3.5.3.2 Analisis Koefisien Determinan (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97), koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk menilai sejauh mana kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai R^2 berada pada kisaran 0 hingga 1, di mana semakin mendekati angka 1 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan yang semakin baik dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Sebaliknya, nilai yang mendekati 0 mengindikasikan kemampuan penjelasan model yang rendah. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa variabel-variabel independen hanya sedikit memberikan informasi yang relevan untuk memprediksi perubahan variabel dependen. Secara umum, koefisien determinasi pada data cross-section cenderung rendah karena adanya perbedaan besar antar unit pengamatan, sementara pada data time series biasanya menghasilkan nilai koefisien determinasi yang lebih tinggi.

3.5.4 Uji Hipotesis

3.5.4.1 Uji T (Uji Parsial)

Dengan menggunakan Uji T, dapat menentukan apakah variabel independen dengan signifikan memengaruhi variabel terikat dengan hasil skor $\alpha = 0,05$. Metode ini digunakan untuk menentukan penerimaan atau penolakan suatu hipotesis:

1. Rumusan Hipotesis

Ho: Tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, maka tidak signifikan secara parsial.

Ha: pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, maka signifikan secara parsial. Kriteria obyektif:

Ho diterima dan Ha ditolak jika signifikan $> 0,05$

Ha diterima dan Ho ditolak jika signifikan $< 0,05$

2. Dengan menggunakan rumus t hitung:

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3. 5 T hitung}$$

Keterangan:

t = Nilai thitung yang kemudian dikonsultasikan oleh t_{tabel}

r = Koefisien korelasi

r^2 = Koefisien determinasi

n = Sampel

Kriteria pengujian T:

Ho diterima dan Ha di tolak jika $t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$

Ha diterima dan Ho ditolak jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$

3.5.4.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan dipakai untuk mencari tahu sejauh mana pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

1. Uji ini dilakukan guna menentukan pengaruh dari variabel independent umum terhadap variabel dependen.

Ho: Tidak ada pengaruh simultan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Ha: Ada pengaruh signifikan yang sama antara variabel independent terhadap variabel dependen.

Kriteria obyektif:

Ho diterima dan Ha ditolak jika signifikan $> 0,05$

Ha diterima dan Ho ditolak jika signifikan $< 0,05$

2. Dengan menggunakan rumus F hitung:

$$F = \frac{R^2/\sqrt{K}-1}{\sqrt{(1-R^2)/(n-K)}} \quad \textbf{Rumus 3. 6 Rumus F Hitung}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

K = Banyaknya variabel independen

n = Sampel

Kriteria pengujian F:

Ho diterima dan Ha di tolak jika $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$

Ha diterima dan Ho ditolak jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$