

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Penulis memanfaatkan metode tradisional (kuantitatif) yang mana ialah cara pengukuran yang perhitungannya didasarkan pada sampel yang dimintai menjawab sejumlah pernyataan survei untuk menentukan tanggapan mereka (Sanusi, 2012: 14). Dalam penelitian ini, penulis menguji dugaan sementara dengan tes data statistik yang akurat untuk mengukur pengaruh promosi dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada PT International Bearing.

3.2. Operasional Variabel

Berikut penjabaran variabel *independent* dan variabel *dependent* yang diaplikasikan dalam penelitian ini, yaitu:

3.2.1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel *dependent* yang diaplikasikan ialah variabel yang terpengaruhi variabel *independent* (Sugiyono, 2011: 39). Variabel dependen penelitian ini yakni keputusan pembelian (Y). Indikator keputusan pembelian yakni:

1. Adanya kebutuhan akan suatu produk
2. Timbulnya keinginan terhadap suatu produk
3. Daya beli konsumen

3.2.2. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel *independent* yang diaplikasikan penelitian ini ialah variabel yang memengaruhi variabel *dependent* (Sugiyono, 2011: 39). Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Promosi (X1)

Promosi yakni komponen pemasaran yang mengupayakan menginformasikan serta memikat konsumen atas merek dan produk perusahaan (Tjiptono, 2015: 387). Indikator promosi (Filma, 2030: 73) yakni:

- a. Perpaduan Iklan
- b. Promosi Penjualan
- c. Hubungan Masyarakat

2. Citra merek (X2)

Merek yakni lambang dari kualitas produk. Merek produk yang telah lama dijadikan citra bagi penggunanya (Sangadji & Sopiah, 2013 : 327).

Indikator citra merek (Supangkat & Supriyatin, 2020 : 3) yakni :

- a. Citra Perusahaan
- b. Citra Produk
- c. Citra Pemakai

Operasional variabel untuk penelitian ini dapat dijelaskan seperti tabel di bawah ini:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Keputusan Pembelian (Y)	Aktivitas individu guna memutuskan keputusan pembelian terhadap produk	1. Adanya kebutuhan produk 2. Timbulnya keinginan produk 3. Daya beli konsumen	Skala Likert
2	Promosi (X1)	Komponen pemasaran yang mengupayakan menginformasikan serta memikat konsumen atas merek dan produk perusahaan	1. Perpaduan Iklan 2. Promosi Penjualan 3. Hubungan Masyarakat	Skala Likert
3	Citra Merek (X2)	Merek yakni lambang dari kualitas produk. Merek produk yang telah lama dijadikan citra bagi penggunaannya.	1. Citra Perusahaan. 2. Citra Produk. 3. Citra Pemakai.	Skala Likert

Sumber: ((Hariadi & Martoatmodjo, 2012),(Riyono & Budiharja, 2016), (Filma, 2020: 73), (Supangkat & Supriyatin, 2020 : 3))

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Segolongan orang yang berciri menyerupai di suatu wilayah dan waktu tertentu disebut populasi (Sugiyono, 2011: 80). Terkait dengan keterbatasan dan beberapa alasan, peneliti hanya dapat memutuskan sebagian yang ingin dijabarkan, diramalkan dari populasi tersebut. Populasi penelitian ini ialah seluruh pelanggan yang telah membeli produk bearings pada PT International Bearing pada tahun 2019 yakni 148 konsumen.

3.3.2. Sampel

Sektor dari ukuran dan karakteristik populasi dapat disebut sampel (Sanusi, 2012: 94). Karena anggota populasi (kelompok yang tidak diketahui) maka guna mencukupi keakuratan hasil kompilasi indeks, diterapkannya sampel jenuh pada penelitian ini.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diperoleh dengan cara interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi, dokumentasi dan gabungan keempatnya (Sugiyono, 2013: 224).

3.4.1 Metode Pengumpulan Data

Misi yang paling lumrah dari penelitian ialah mendapatkan sebuah data. Hal ini menjadikan metode pengumpulan data krusial dalam penelitian dimana dalam hal ini mengajukan kuesioner berisikan pernyataan yang didistribusikan kepada responden (Sanusi, 2011: 103). Disajikannya penentuan skor jawaban kuesioner sesuai dengan skala likert yang digunakan.

Tabel 3.2 Skala Likert Pada Teknik Pengumpulan Data

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

Sumber: (Sugiyono, 2011: 94)

3.5. Metode Analisis Data

Perhitungan yang dipakai guna memeroses data dengan mengklarifikasikan himpunan data merupakan penafsiran analisis deskriptif (Sugiyono, 2016: 147). Cara mengklasifikasikan data menurut variabel akan dilangsungkan guna menanggapi dugaan sementara deskriptif yang berpautan dengan perkara dalam penelitian ini.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Guna analisis deskriptif ini menyajikan informasi atas variabel independen yaitu promosi dan citra merek serta variabel dependen adalah keputusan pembelian. Diuraikanlah rentang skala berbentuk tabel yakni:

Tabel 3.3 Tingkat Validitas

Rentang Skala	Kriteria
1,00 – 1,79	Sangat tidak baik / Sangat rendah
1,80 – 2,59	Tidak baik / Rendah
2,60 – 3,39	Cukup / Sedang
3,40 – 4,19	Baik / Tinggi
4,20 – 5,00	Sangat baik / Sangat tinggi

Sumber: (Muhidin, 2007: 146)

3.5.2. Uji Kualitas Data

3.5.2.1 Uji Validitas

Seakurat mana mengukur sesuatu yang akan ditampilkan lewat uji validitas. Program SPSS diikutsertakan dalam uji validitas ini dengan mengikutsertakan korelasi *Bivariate Pearson*. Uji validitas ini merupakan cara mengorelasikan per skor item dengan akumulasi skor. Akumulasi skor diperoleh dari akumulasi semua skor item. Jika rhitung \geq r-tabel (uji 2 sisi dengan

signifikansi 0,05) artinya ditarik kesimpulan item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap akumulasi total (valid), begitu juga sebaliknya.

Pengujian untuk membuktikan valid dan tidaknya item-item kuesioner dapat dilakukan dengan melihat angka koefisien korelasi *Pearson Product Moment*. Besaran nilai koefisien korelasi *Product Moment* dapat diperoleh dengan rumus seperti di bawah ini:

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

Rumus 3.1 Rumus Validitas
Sumber: (Sanusi, 2012: 77)

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi
- X = Skor butir
- Y = Skor total dari butir
- n = jumlah sampel (responden)

Kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, Jika:

1. Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $< r$ tabel, maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Disebut kuesioner jika memiliki reliabilitas tanggapan yang diberikan responden konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Uji *Cronbach's Alpha* akan

dipakai guna menganalisa apakah suatu variabel reliabilitas atau tidaknya. Disebut reliabel jika $\alpha \geq r_{tabel}$ atau memakai determinan yakni 0.6. Berikut disajikan tabel yaitu:

Tabel 3.4 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas

No.	Nilai Interval	Kriteria
1	< 0,20	Sangat Rendah
2	0,20 - 0,399	Rendah
3	0,40 - 0,599	Cukup
4	0,60 - 0,799	Tinggi
5	0,80 - 1,00	Sangat Tinggi

Sumber : (Wibowo, 2012: 53)

Disimpulkan jika perolehan nilai $> 0,60$, data dinyatakan reliabel, namun jika $< 0,20$, data dinyatakan tidak reliabel.

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji ini berguna guna mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov (Wibowo, 2012: 62).

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilangsungkan untuk memastikan apakah didalam sebuah model atau data yang di uji terjadi gejala multikolinieritas. Cara melihat gejala ini ialah menggunakan *Variance Inflating Factor* (VIF) dengan melihat $VIF < 10$ pada tabel *Coefficients* (Wibowo, 2012:87).

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Suatu model dikatakan mempunyai gejala heteroskedastisitas jika terdapat varian variabel yang tidak sama. Park Gleyser akan digunakan peneliti untuk melakukan uji ini (Wibowo, 2012: 93).

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Uji ini pada hakikatnya ialah analisis yang mengantongi pola teknis dan substansi yang mirip dengan analisis regresi linear sederhana, dimana analisis ini mengantongi ciri tak sama dalam hal jumlah variabel independen yang merupakan variabel penjelas jumlahnya lebih dari satu buah (Wibowo, 2012: 126-127).

Regresi berganda dapat disimbolkan berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Sanusi, 2012: 135)

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

α = Konstanta

β_i = Koefisien regresi

X_1 = Promosi

X_2 = Citra Merek

ε = Variabel pengganggu

3.5.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Angka menampilkan model yang menjabarkan keadaan faktual. Hal ini ditunjukkan pada *model summary* yaitu output *Adjusted R²* guna mengevaluasi apabila model yang diterapkan pada penelitian ini mengantongi lebih variabel *independent*. Dalam setiap pengakumulasian nilai kerap melahirkan hasil lebih rendah dari nilai R^2 , kadangkala bernilai bukan positif (Wibowo, 2012: 135).

3.5.5. Uji Hipotesis

3.5.5.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji T ini guna menginformasikan jika model regresi variabel independent secara parsial memiliki signifikansi pada variabel dependen. Berikut terpapar rumus mencari thitung:

$$t = \frac{\bar{x} - \mu_0}{s/n}$$

Rumus 3.3 Uji T

Sumber: (Sugiyono, 2011: 96)

Dimana:

t = Nilai t yang dihitung

\bar{x} = Rata-rata xi

μ_0 = Nilai yang dihipotesiskan

s = Simpangan baku

n = Jumlah anggota sampel

Pernyataan yang diacuankan guna melegalkan atau menangkal dugaan sementara yaitu :

H_0 : Hipotesis yang menyatakan tidak adanya hubungan variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

H_1 : Hipotesis yang menyatakan adanya hubungan variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

3.5.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F diterapkan guna menginformasikan variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat dengan memadankan F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan menentukan keputusan memakai kriteria berikut (Sanusi, 2017: 143).

Rumus untuk mencari F adalah sebagai berikut.

$$F = MK_{ant} / MK_{dal}$$

Rumus 3.4 Uji F

Sumber: (Sugiyono, 2011: 171)

Dimana:

F = Nilai F yang dihitung

MK_{ant} = *Mean* kuadrat antar kelompok

MK_{dal} = *Mean* kuadrat dalam kelompok

Nilai F hitung ini akan dibandingkan dengan nilai F tabel dengan dk pembilang ($m - 1$) dan dk penyebut ($N - 1$). Kaidah yang digunakan dalam uji ini menurut (Sanusi, 2012: 138) adalah:

1. $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 ditolak artinya keseluruhan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh

signifikan terhadap variabel dependen sehingga model regresi dinyatakan layak.

2. $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka H_0 diterima artinya keseluruhan variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen sehingga modelnya dinyatakan tidak layak.

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian beralamat di Komplek Rezeki Graha Mas Blok J No.7, Sungai Panas, Provinsi Kepulauan Riau.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Proses penelitian ini dilakukan peneliti dengan jadwal penelitian berdasarkan tabel di bawah ini.

Tabel 3.5 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Tahun/ Pertemuan ke/ Bulan													
	2020													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Perancangan	■													
Studi Pustaka		■												
Penentuan Mode Penelitian			■	■	■	■								
Penyusunan Kuesioner							■	■	■	■	■			
Penyerahan Kuesioner												■	■	
Analisis Hasil Kuesioner													■	
Kesimpulan														■

Sumber:Peneliti,2020