

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Baton Anugerah Sejahtera, Cinere Raya no 48, RT.1/RW.005, Limo, Kec. Limo, Kota Depok, Jawa Barat 16514. Pada bulan Februari 2024 sampai dengan Agustus 2024, sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

KEGIATAN	FEB	MRT	APR	MEI	JUN	JUL	AGT
Pengajuan Judul							
Persetujuan Judul dan Dosen Pembimbing							
Pembagian Surat Permohonan Ijin Penelitian							
Penyusunan Proposal (Bab 1, 2, 3, DP + Kuesioner)							
Seminar Proposal							
Perbaikan Hasil Seminar Proposal							
Penelitian dan Penulisan Bab 4 & 5							
Penyerahan Working in Progress 2 (WP-2)							
Sidang Skripsi & Ujian Komprehensif							
Sidang Skripsi & Ujian Komprehensif (Susulan)							
Perbaikan Skripsi							
Persetujuan dan Pengesahan Skripsi							

Sumber: Rencana Penelitian (2024)

3.2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian survey. Penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden Sujarweni, (2020:13). Informasi yang didapat dari survey kemudian diolah melalui pendekatan kuantitatif, pendekatan kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur *statistic*, Sujarweni, (2020:12). Hasil dari kajian

kuantitatif mampu menjawab pertanyaan penelitian dalam bentuk asosiatif antar variabel. Pengertian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih Sujarweni, (2020:49) dengan penelitian ini maka akan dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2019:126) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya manusia tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau objek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen PT. Baton Anugerah Sejahtera, Jumlah konsumen berdasarkan informasi dari pihak akademik sebanyak 1891 konsumen di tahun 2022.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian Sujarweni, (2019:105). “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Di dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus pengambilan sampel menurut Taro Yamane atau yang lebih dikenal dengan istilah Rumus Slovin, sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Banyaknya sampel

N = Populasi

d² = Presisi yang ditetapkan (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10%)

Dengan demikian maka jumlah sampel yang diambil sebanyak:

$$n = \frac{1891}{1891 (0,01) + 1}$$

$$n = \frac{1891}{18,91 + 1}$$

$$n = \frac{1891}{19,91}$$

$$n = 94,97739829231541$$

Jadi, sampel pada penelitian ini 95 Responden yang diambil secara acak (*Accidental sampling*).

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019:199), Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan menggunakan teknik observasi (pengamatan), kuesioner (angket), interview (wawancara), dokumentasi atau gabungan dari keempatnya. Sedangkan dalam penelitian ini akan digunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu teknik (koesioner).

1. Koesioner

Menurut Sugiyono (2019:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan membuat pernyataan berkaitan dengan objek yang diteliti, diberikan satu per satu kepada responden.

2. Wawancara

Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu

3.5. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variabel*) dan variabel terkait (*dependent variabel*). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

3.5.1. Variabel Bebas

Variabel independen atau variabel bebas biasa disebut variable X merupakan variable yang mempengaruhi variable terikat (*Dependent Variable*) atau juga biasa

disebut variable Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas kualitas produk dan *brand image* yang penulis definisikan sebagai berikut:

1. Kualitas produk (X_1)

Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan.

- a. Hasil kinerja (*Performance*)
- b. Ciri-Ciri atau Keistimewaan Tambahan (*Features*)
- c. Keandalan (*Reliability*)
- d. Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance to Specification*)
- e. Daya Tahan (*Durability*)
- f. Kemampuan melayani (*Serviceability*)
- g. Estetika (*Asthetics*)
- h. Kualitas yang Dirasakan (*perceived quality*)

2. *Brand Image* (X_2)

Citra merek adalah cara masyarakat menganggap mereka secara aktual, agar citra yang benar dapat tertanam dalam pikiran pelanggan pemasar harus melihat memperlihatkan identitas merek melalui semua saran komunikasi dan kontak merek yang tersedia, Kotler dan Keller, (2019:272).

- a. Keunggulan Asosiasi Merek
- b. Kekuatan Asosiasi Merek
- c. Keunikan Asosiasi Merek

3.5.2. Variabel Terikat

Variabel dependen sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi variabel bebas.” Dalam penelitian ini menggunakan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian menurut Kotler & Keller (2018:168) yang menyatakan bahwa “keputusan pembelian pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi diantara merek-merek dalam pilihan dan juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai.

- a. Pilihan produk (*Product Choice*)
- b. Pilihan merek (*Brand Choice*)

- c. Pilihan tempat lokasi (*Location Choice*)
- d. Penentuan waktu pembelian (*Purchase Timing*)
- e. Jumlah pembelian (*Purchase Amount*)

Tabel 3.2. Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Kualitas Produk (X_1)	Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Kotler dan Keller (2016:37).	a. Hasil kinerja (<i>Performance</i>) b. Ciri-Ciri atau Keistimewaan Tambahan (<i>Features</i>) c. Keandalan (<i>Reliability</i>) d. Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>Conformance to Specfication</i>) e. Daya Tahan (<i>Durability</i>) f. Kemampuan melayani (<i>Serviceabilit</i>) g. Estetika (<i>Asthetics</i>) h. Kualitas yang Dirasakan (<i>perceived quality</i>)	Skala Likert
<i>Brand Image</i> (X_2)	Citra merek adalah cara masyarakat menganggap mereka secara aktual, agar citra yang benar dapat tertanam dalam pikiran pelanggan pemasar harus melihat memperlihatkan identitas merek melalui semua saran komunikasi dan kontak merek yang tersedia, Kotler dan Keller, (2019:272).	a. Keunggulan Asosiasi Merek b. Kekuatan Asosiasi Merek c. Keunikan Asosiasi Merek	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian pada tahap evaluasi, konsumen membentuk prefensi diantara merek-merek dalam pilihan dan juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Kotler & Keller (2018:168)	a. Pilihan produk Pilihan produk (<i>Product Choice</i>) b. Pilihan merek (<i>Brand Choice</i>) c. Pilihan tempat lokasi (<i>Location Choice</i>) d. Penentuan waktu pembelian (<i>Purchase Timing</i>) e. Jumlah pembelian (<i>Purchase Amount</i>)	Skala Likert

Sumber: Peneliti (2024)

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data – data yang telah dikumpulkan akan diolah sehingga bisa di ambil kesimpulan sesuai dengan jenis uji yang akan digunakan nantinya. Pada akhir kesimpulan itulah nantinya akan diketahui bagaimana pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

Menurut Sugiyono (2019:146) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Kuesioner yang dibagikan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert. Adapun penilaiannya dengan menggunakan skala likert dimana 5 bobot menunjukkan nilai seperti dibawah ini :

- 1) Sangat Setuju (SS) (Skor 5)
- 2) Setuju (S) (Skor 4)
- 3) Ragu – Ragu (RR) (Skor 3)
- 4) Tidak Setuju (TS) (Skor 2)
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) (Skor 1)

Interval interpretasi ditentukan dengan mengurangkan skor tertinggi dengan skor terendah dan membaginya dengan total skor. seperti terlihat pada Tabel 3.3 di bawah ini.

Interval Angka Penafsiran = $(\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n$

$$= (5 - 1) / 4$$
$$= 1,00$$

Tabel 3.3. Angka Penafsiran

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Ragu-ragu
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Hasil penelitian, 2024 (Data diolah)

Adapun rumus penafsiran yang digunakan adalah:

$$M = \frac{\sum f(X)}{n}$$

Keterangan:

- M = Angka penafsiran
- F = Frekuensi jawaban
- x = Skala nilai
- n = Jumlah seluruh jawaban

3.6.2. Persamaan Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2020:213) menyatakan bahwa Analisis regresi linier berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel dependen bila nilai variabel independent dinaikkan atau diturunkan nilainya. Model hubungan ini disusun dalam fungsi atau persamaan regresi ganda sebagai berikut :

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

Keterangan:

- Y = Variabel terikat (Keputusan Pembelian)
- a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)
- b₁...b₃ = Koefisien regresi (konstanta) X₁, X₂, X₃
- X₁ = Kualitas Produk
- X₂ = *Brand Image*
- e = Standar error

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS).

3.6.3. Uji Kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian

1. Uji Validitas

Validitas adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur sasaran ukurnya. Dalam mengukur validitas perhatian ditujukan pada isi dan kegunaan instrument. Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner, Budi Darma, (2021:7).

Nilai tersebut dibandingkan dengan nilai r hitung $> r$ table atau dapat juga dengan nilai Cronbach alfa $>$ standar kritis alfa, maka dikatakan valid. Untuk menguji validitas setiap instrument, rumus yang digunakan adalah koefisien korelasi product moment sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n (\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi
antar X dan Y
 n = Jumlah responden

x = Skor item kuesioner

y = Total skor item kuesioner

$\sum x^2$ = Jumlah kuadrat seluruh skor X

$\sum y^2$ = Jumlah kuadrat seluruh skor Y

Kriteria atau syarat keputusan suatu instrumen dikatakan valid dan tidaknya menurut Budi Darma (2021:8) yaitu sebagai berikut :

- 1) Jika r hitung $> r$ tabel, maka instrumen penelitian dikatakan valid.
- 2) Jika r hitung $< r$ tabel, maka instrumen penelitian dikatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Budi Darma (2021:17) Konsep dalam reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan bersifat tetap terpercaya serta terbebas dari galat pengukuran (*measurement error*). Sedangkan uji reliabilitas instrumen untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat Tangguh. Pada dasarnya, uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan/pernyataan yang digunakan. Uji reliabilitas dilakukan dengan

membandingkan nilai *Cronbach's Alpha* dengan tingkat / taraf signifikan yang digunakan. Tingkat / taraf signifikan yang digunakan bisa 0,5, 0,6 hingga 0,7 tergantung kebutuhan dalam penelitian. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut

- 1) Jika nilai *Cronbach's Alpha* > tingkat signifikan, maka instrument dikatakan reliabel.
- 2) Jika nilai *Cronbach's Alpha* < tingkat signifikan, maka instrument dikatakan tidak reliabel.

3.6.4. Uji Asumsi Klasik

Gunawan (2020:108), mengatakan bahwa uji asumsi klasik merupakan pengujian pada penelitian yang memiliki tujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapat memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten.

Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantara meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedastisitas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini hanya akan digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Menurut Hatmawan dan Riyanto (2020:137) menafsirkan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel residual atau pengganggu memiliki distribusi normal dalam model regresi. Hasil pada uji normalitas diharuskan memiliki distribusi normal dikarenakan untuk uji t dan uji F memperkirakan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Terdapat 2 metode dalam uji normalitas, antara lain :

1) Metode Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*

Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* dipakai untuk menentukan distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, *poisson*, *uniform*, atau *eksponensial*. Bila nilai signifikansi lebih besar dari 0,5 maka residual berdistribusi normal.

2) Metode Grafik

Uji normalitas residual menggunakan metode grafik dengan melihat sebaran data dalam sumbu diagonal di grafik Normal P-P Plot of regression standardized residual. Sebagai dasar untuk mengambil keputusan, bila titik – titik tersebar di daerah garis lurus dan mengikuti garis sepanjang diagonal

maka nilai residualnya adalah normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji glejser. Ghazali, (2019:134).

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar scatterplot maupun dengan uji statistik misalnya uji glejser. Pada penelitian ini menggunakan uji glejser yaitu dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya, Kurniawan, (2019:59). Pada *Statistical Program For Social Science* (SPSS) dapat dilihat dengan melihat nilai absolut pada tabel *Coefficients*. Jika nilai signifikansi variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$ maka tak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2020:103) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas menguji Tolerance value diatas angka 0,1 sedangkan batas VIF adalah 1.

Dalam pengujian, digunakan software SPSS versi 26. Untuk mendeteksi hal tersebut pedomannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai nilai tolerance lebih $>$ dari 0.1 dan nilai variance inflation factor (VIF) $<$ dari 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Jika nilai nilai tolerance lebih $<$ dari 0.1 dan nilai variance inflation factor (VIF) $>$ dari 10, maka terjadi multikolinieritas.

3.6.5. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2019:99) bahwa: “Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang *empiric*”.

1. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Sujarweni (2020:161) Uji t merupakan pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara individual mempengaruhi variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan pada uji t sebagai berikut :

- a. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_1 diterima
- b. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima H_1 ditolak
- c. H_0 diterima jika nilai signifikan (α) $> 0,05$ atau 5%, yang artinya variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- d. H_0 ditolak jika nilai signifikan (α) $< 0,05$ atau 5%, yang artinya variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2021:148) tujuan dari Uji F untuk mengetahui atau menguji apakah persamaan model regresi dapat digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$$

$$H_a : \text{Tidak semua } \beta = 0$$

Kriteria pengambilan keputusan:

- a. Jika $\text{Sig F} < \alpha$ (0.05) maka model regresi signifikan sehingga dapat digunakan, artinya tolak H_0 .
- b. Jika $\text{Sig F} \geq \alpha$ (0.05) maka model regresi tidak signifikan sehingga tidak dapat digunakan, artinya tidak tolak H_0 .

3. Koefisien Determinasi

Menurut Imam Ghozali (2018:95), koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar $0 \leq R^2 \leq 1$, dimana:

- a. Jika $R^2 = 0$, berarti model regresi yang terbentuk tidak tepat dalam meramalkan variabel Y.
- b. Jika $R^2 = 1$, berarti model regresi yang terbentuk dapat meramalkan variabel Y dengan baik