

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Dalam hal ini penelitian menggunakan metode kuantitatif. Berdasarkan tingkat eksplansinya, penelitian ini digolongkan kedalam asosiasi kausal antara variabel independen yaitu *brand image* (X_1) dan harga (X_2) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

Menurut (Sunarsi, 2021) metode kuantitatif merupakan penelitian yang dimaksud untuk mengungkapkan gejala secara holistik-konstektual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri peneliti sebagai instrumen kunci.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan di Bandar Lampung. Waktu penelitian ini berlangsung dari bulan Maret 2024 sampai Juni 2024, dengan responden konsumen Windu Kopi Bandar Lampung yang mengkonsumsinya.

C. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek penelitian. Menurut Sugiyono (2018) di dalam (Pratama & Suryandani, 2023) populasi adalah suatu kategori umum yang terdiri atas objek-objek atau individu-individu dengan kualitas-kualitas tertentu yang ditemukan melalui studi dan

digunakan untuk mencapai kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli Windu Kopi di Bandar Lampung.

2. Sampel

Menurut (Widodo Slamet, 2023) sampel adalah sebagian dari populasi yang nilai/karakteristik kita ukur dan yang nantinya kita pakai untuk menduga karakteristik dari populasi. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Maka dalam penelitian diharuskan untuk mengambil sampel yang benar-benar *representative* (dapat mewakili).

Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria yang ditetapkan dalam pengambilan sampel ini adalah konsumen yang membeli dan mengkonsumsi Windu kopi.

Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Karena populasi tidak diketahui maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *Lameshow*. Maka rumus *Lameshow* adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \times p (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

N : Jumlah sampel minimal yang diperlukan

Z : Skor Z pada keputusan 95% = 1,96

P : Maksimal estimasi = 0,5

D : Alpha (0,10) Atau sampling error 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat dihitung untuk mendapatkan jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96^2) \times 0,5(1 - 0,5)}{(0,10)^2}$$
$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka didapatkan sebanyak 96,04 responden supaya penelitian ini menjadi mudah, maka sampel dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

D. Sumber Data

Menurut (Widodo Slamet, 2023) Data adalah sesuatu yang dikumpulkan dan diketahui dengan cara tertentu untuk mencapai tujuan tertentu, dimana data dapat digunakan untuk menggambarkan suatu keadaan. Keterangan tersebut sudah di jelaskan bahwa data adalah kenyataan atau fakta baik berupa benda, peristiwa, tulisan atau angka yang sengaja dikumpulkan/dicatat melalui pengamatan untuk keperluan penalaran atau penelitian tertentu. Sampel yang peneliti pakai dalam penelitian ini yaitu subjek dan informasi dari peneliti. Sumber data dalam penelitian ini berupa dua jenis sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data skunder.

1. Sumber Data Primer

Menurut (Sunarsi, 2021) menjelaskan data primer adalah sumber data yang langsung diperoleh dari sumbernya dengan melakukan pengukuran, menghitung sendiri dalam bentuk angket, observasi, wawancara dan lain lain. Data primer dalam penelitian ini didapatkan melalui kuesioner yang akan disebar ke responden atau objek penelitian dengan sumber yang sesuai fakta. Sumber data primer yaitu data yang di peroleh dari sumber pertama (responden) melalui penelitian, dalam bentuk dokumen yang kemudian diolah peneliti. Berdasarkan pengertian tersebut, yang menjadi sumber primer dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengkonsumsi Windu Kopi di Bandar Lampung.

2. Sumber Data Sekunder

Menurut (Sunarsi, 2021) menjelaskan data sekunder adalah sumber yang diperoleh secara tidak langsung dari orang lain, kantor atau berupa laporan, pedoman dan pustaka. Data sekunder didapatkan dari data yang sudah jadi yang dikumpulkan oleh pihak lain dengan berbagai cara atau metode, studi pustaka, penelitian terdahulu, literatur, dan jurnal yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Peneliti tidak hanya bergantung pada sumber data primer, oleh karena itu untuk mempermudah penelitian, peneliti mengambil dari sumber yang menunjang penelitian yakni sumber data sekunder. Sumber data sekunder peneliti meliputi beberapa buku dan jurnal yang berkaitan dengan penggunaan pengaruh brand image dan harga terhadap keputusan pembelian.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3. 1

Definisi Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1.	Brand Image (X₁)	Mendapatkan pemahaman bahwa <i>brand image</i> atau citra merek adalah sebuah perspektif atau pemikiran atau cara pandang seseorang mengenai identitas dari sebuah merek berdasarkan berbagai asumsi dan pengalaman selama seseorang memakai merek tersebut secara berulang-ulang.	a) Kekuatan (<i>Strengthness</i>) b) Keunikan (<i>Uniqueness</i>) c) Kesukaan (<i>Favorable</i>) Keller ; (2008)	Likert
2.	Harga (X₂)	Indikator penetapan harga yaitu: terjangkau atau tidaknya harga, kesesuaian antara harga dengan kualitas produk,	a) Keterjangkauan harga b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk c) Daya saing harga dalam pasar	Likert

		daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat produk.	d) Kesesuaian harga dengan manfaat. Kotler dan Armstrong ; (2008)	
3.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian didefinisikan sebagai sebuah pilihan dari dua tahun lebih alternatif pilihan.	a) Pengenalan masalah b) Pencarian informasi c) Evaluasi alternative d) Keputusan pembelian e) Prilaku pasca pembelian. Kotler dan Keller ; (2012)	Likert

Sumber: Data diolah pada Tahun 2023

F. Teknik pengumpulan data

1. Kuesioner

Menurut (Djaali, et al.,2020), Kuesioner adalah suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan-pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Langkah pengisian kuisoner yaitu, peneliti sudah menyediakan pilihan jawaban dan responden hanya memilih jawaban yang sudah tertera dalam kuesioner.

Karena skala Likert 5 pilihan jawaban dianggap cukup untuk memberikan variasi yang memadai dalam tanggapan yang diberikan oleh

responden. Lima pilihan juga memberikan fleksibilitas dalam analisis data, seperti perhitungan rata-rata atau distribusi persentase dari tanggapan.

Sementara itu, skala Likert dengan 4 pilihan jawaban juga bisa digunakan, tetapi sering kali dianggap kurang fleksibel dalam menangkap tingkat variasi dalam pendapat atau sikap responden. Skala 4 pilihan mungkin terlalu terbatas jika ingin menilai tingkat ketidaksetujuan yang berbeda-beda di antara responden.

Tabel 3. 2

Skala Likert

No	Jawaban Pertanyaan	Kode	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

2. Observasi

Menurut (Sugiyono, 2020) Observasi adalah teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri secara spesifik bila dibandingkan dengan Teknik yang lain. Dalam penelitian ini penulis langsung melakukan pengamatan atau observasi pada Windu Kopi di Bandar Lampung untuk mendapatkan informasi terkait *brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan.

3. Dokumentasi

Menurut KBBI Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari dokumentasi berupa sumber-sumber tertulis mengenai sistem informasi yang digunakan sebagai pendukung penelitian serta pengambilan gambar atau foto yang dapat sebagai bukti telah melakukan proses penelitian.

4. Wawancara

Wawancara merupakan metode yang menunjukkan terjadinya komunikasi timbal balik antara peneliti dengan subyek yang diteliti menurut (Sunarsi, 2021). Tujuan digunakannya wawancara untuk mendukung data yang telah dikumpulkan melalui partisipan observasi serta memperoleh konstruksi yang terjadi sekarang tentang orang, kejadian, motivasi, pengakuan, kerisauan yang menggambarkan keadaan berdasarkan keadaan.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu penelitian sebuah proses penyusunan dan pengelolaan data yang dapat menafsirkan data yang telah diperoleh peneliti. Analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, kemudian dibuat pada tabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menjabarkan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Pengolahan dan analisis data dilakukan dengan program aplikasi komputer yaitu SPSS (*Statistical Package For Social Science*).

1. Uji Persyaratan Intrumen

Uji Instrumen merupakan pernyataan dari variabel penelitian dan dijadikan kuesioner. Oleh karena itu kuesioner penelitian diartikan sebagai daftar/*list* pertanyaan yang tersusun dengan baik, sudah matang, dimana responden hanya memberikan jawaban atau pilihan tertentu. Pentingnya kuesioner sebagai alat pengumpulan data adalah untuk memperoleh suatu data yang sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena itu isi kuesioner harus sesuai dengan hipotesis penelitian. Kuesioner adalah bentuk penjabaran dari hipotesis yang mempunyai beberapa syarat antara lain relevan dengan tujuan penelitian, mudah ditanyakan, mudah dijawab, dan data yang diperoleh mudah untuk diolah (Sunarsi, et al., 2021).

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah kuesioner tersebut valid atau tidak. Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keaslian suatu instrumen (Widodo Slamet, 2023) Jadi, dengan melakukan uji validitas maka bisa dilihat seberapa baik instrumen tersebut dapat mengukur suatu penelitian. Validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur itu dapat mengukur yang diukur. Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung pada mampu atau tidaknya alat ukur tersebut mencapai yang dikehendaknya dengan tepat, karena alat ukur yang kurang valid menunjukkan bahwa tingkat validitasnya rendah. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS menggunakan rumus *Product Moment* :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi antar variabel X dan Y

N= jumlah sampel

X = skor Variabel X

Y = skor Variabel Y

Uji validitas dapat dinyatakan valid apabila:

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka penelitian tersebut dinyatakan valid.

2. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka penelitian tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat keandalan kuesioner. Kuesioner yang *reliable* apabila diuji secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama dengan asumsi tidak terdapat perubahan pada aspek yang diukur (Widodo Slamet, 2023). Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k - 1} \right] \left[1 - \frac{[\sum \vartheta_b^2]}{\vartheta_b^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrument

$\sum a_i$ = jumlah varian skor tiap item

K = banyaknya soal

at^2 = varian total

Uji reliabilitas diukur dengan kriteria sebagai berikut :

1. Apabila nilai koefisien Alpha \geq taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut reliabel.
2. Apabila nilai koefisien Alpha \leq taraf signifikansi 60% atau 0,6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

Tabel 3. 3
Tingkat Keandalan *Cronbach's Alpha*

Nilai Cronbach's Alpha	Tingkat Keandalan
0,0 – 0,20	Kurang Andal
0,21 – 0,40	Agak Andal
0,41 - 0,60	Cukup Andal
0,61 – 0,80	Andal
0,81- 1,00	Sangat Andal

2. Deskripsi Data Responden

Statistik deskriptif merupakan statistika yang menggunakan metode numerik dan grafik untuk mencari pola dalam suatu kumpulan data, meringkas, dan menyajikan data dengan harapan agar data tersebut lebih bermakna dapat dibaca, dan dipahami oleh pengguna data menurut (Widodo Slamet, et al., 2023). Statistika deskriptif digunakan untuk menjelaskan atau memberikan wawasan tentang karakteristik rangkaian data tanpa menarik kesimpulan umum. Penyajian statistik deskriptif biasanya dilakukan dalam bentuk tabel. Analisis statistik deskriptif terdiri dari nilai *mean*, *median*, maksimum, minimum, dan *standar deviaton*. Analisis statistik deskriptif memiliki tujuan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data berdasarkan pada hasil yang diperoleh dari jawaban responden pada masing-masing indikator pengukuran variabel. Tujuan analisis ststistik deskriptif adalah untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data dari hasil yang di

peroleh dari tanggapan responden terhadap setiap ukuran indikator. Analisis deskriptif dilakukan dengan menyajikan data dalam tabel distribusi *frekuensi*, menghitung rata-rata, skor total dan keberhasilan responden, serta menginterpretasikannya. Menurut (Sugiyono, 2020) analisis statistik deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data agar data dapat disajikan secara lebih baik.

3. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji asumsi klasik yang mempunyai tujuan untuk mengetahui bagaimana penyebaran data pada sebuah kelompok/populasi serta untuk mengetahui apakah variabel pengganggu (*residual*) memiliki distribusi normal menurut (Widodo Slamet, 2023). Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan alat uji *Kolmogorov-Smirnov*. Beberapa metode uji normalitas dilakukan dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal di grafik normal P-P Plot of regression standardized residual atau dengan uji *One Sampel Kolmogorov-Smirnov* dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Angka signifikansi Uji *Kolmogorov-Smirnov Sign* > 0.05 maka data berdistribusi normal.
- 2) Angka signifikansi Uji *Kolmogorov-Smirnov Sign* $< 0, 5$ maka data berdistribusi tidak normal.

2. Uji *Multikolinieritas*

Uji *multikolinieritas* menurut (Tri Basuki Agus, 2016), digunakan untuk melihat apakah model regresi mengidentifikasi adanya keterkaitan antara variabel bebas. Uji ini dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya, *variance inflation factor* (VIF). Dalam pengambilan keputusan dapat diringkas sebagai berikut :

- 1) Jika nilai toleransi $\geq 0,10$ dan nilai VIF < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada *multikolinieritas* antar variabel bebas dalam model regresi.
- 2) Jika nilai toleransi $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 maka dapat disimpulkan bahwa ada *multikolinieritas* antar variabel bebas dalam model regresi.

3. Uji *Heteroskedastisitas*

Uji *Heteroskedastisitas* bertujuan untuk menentukan apakah terdapat ketidaksamaan *varians* antara *residual* satu pengamatan dan *residual* pengamatan lain dalam model regresi. Jika variabel dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut *homoskedastisitas* dan jika berbeda disebut *heteroskedastisitas*. Model regresi yang baik memiliki *homoskedastisitas* atau tidak memiliki *heteroskedastisitas*. Dasar analisisnya yaitu :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

H. Metode Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Menurut (Tri Basuki Agus, 2016) analisis regresi linier berganda adalah analisis yang dipakai untuk menguji suatu kebenaran hipotesis yang diajukan dalam sebuah penelitian. Analisis regresi linier berganda ini untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Adapun persamaan regresi linier berganda yaitu, sebagai berikut :

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

e = *Standard Error*

α = Konstanta

X1 = *Brand Image*

X2 = Harga

B1 = Koefisien regresi variabel *Brand Image*

B₂ = Koefisien regresi variabel Harga

I. Uji Hipotesis

2. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial guna menunjukkan pengaruh tiap variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Di dalam penelitian ini pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh *brand image* (X_1) dan harga (X_2) secara parsial variabel terhadap Keputusan pembelian (Y). Dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai $\text{sig} < \alpha$ (0,5) Dengan hipotesis yang digunakan sebagai berikut :

Ha : ada pengaruh antara variabel *brand image* dan harga terhadap Keputusan Pembelian.

Ho : tidak ada pengaruh antara variabel *brand image* dan harga terhadap Keputusan Pembelian.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a). Apabila nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka Ho ditolak Ha diterima.
- b). Apabila nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka Ho diterima Ha ditolak

3. Uji f (Simultan)

Uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang di gunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1) dan (X_2) secara bersama-sama terhadap variabel terkait (Y). Rumusan Hipotesis :

Uji F : Pengaruh *Brand Image* (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

H_0 : *Brand Image* (X_1) dan Harga (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

H_a : *Brand Image* (X_1) dan Harga (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Kriteria pengujian sebagai berikut :

a). Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak.

b). Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima.

Jika H_0 diterima, berarti variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh nyata terhadap variabel terikat. Jika H_0 ditolak berarti variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap variabel terikat.

J. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian secara parsial maupun berganda akan digunakan koefisien determinasi

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi