

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Amaruddin, at al, 2022). Penelitian mengenai pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian produk pada UMKM Simuley Snack Lampung merupakan jenis penelitian kuantitatif.

Menurut (Kasmir,2022) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk membuktikan suatu teori, baik pengaruh ataupun hubungan atas suatu variabel. Dalam penelitian ini peneliti sudah memiliki masalah yang akan diteliti, sehingga peneliti mencoba mencari akar penyebab permasalahan tersebut. Barulah kemudian dibuktikan apakah benar yang menjadi penyebab adalah yang sudah diobservasi sebelumnya. Hasil penelitian ini dapat mendukung teori atau temuan sebelumnya, dan data yang digunakan biasanya berbentuk angka atau kalimat yang dikuantitatifkan.

Dalam penelitian ini, peneliti sudah memiliki masalah untuk diteliti, sehingga peneliti berusaha mencari akar penyebab dari masalah tersebut. Baru kemudian akan dibuktikan apakah benar penyebabnya adalah apa yang diamati sebelumnya. Hasil penelitian ini dapat mendukung teori atau pengamatan sebelumnya, dan data yang digunakan biasanya berupa angka atau pernyataan yang dikuantifikasi. Metode yang digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah metode bersifat deduktif..

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian, penulis mengambil penelitian dan menjadikan objek di UMKM Simuley *Snack* Lampung, yang beralamatkan di Jl. Sinar Mulya Gg. Analiyah III, Keteguhan, Kec. Teluk Betung Timur, RT 04 LK 02, Bandar Lampung. Penulis membutuhkan waktu penelitian dimulai dari bulan April 2023 sampai dengan Juli 2023.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan seluruh kelompok yang akan diteliti pada cakupan wilayah dan waktu tertentu berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan peneliti. Populasi tersebut akan menjadi sumber data penelitian (Amaruddin, 2022). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk UMKM Simuley *Snack* Lampung dengan jumlah yang tidak diketahui.

2. Sampel

Menurut (Arpan, 2023) sampel merupakan bagian dari populasi artinya bisa setengah, sepertiga, sebagian kecil atau bahkan bisa seluruhnya jika populasinya tidak terlalu banyak. Namun jika populasi berjumlah besar maka peneliti tidak mungkin meneliti seluruh populasi yang ada.

Sampel pada penelitian ini yaitu berjumlah 100 responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *non probability sampling*, yang dimana sampel yang digunakan tidak acak dan tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Kasmir 2022). Artinya pengambilan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Karena populasi tidak diketahui maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *Lemeshow*.

Agar sampel yang diambil dalam penelitian ini dapat mewakili populasi, maka jumlah sampel dapat ditentukan dengan menggunakan rumus *Lemeshow* sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

z = Score z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi = 0,5

d = Alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

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

$$n = 96,4$$

$$= 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka didapatkan sebanyak 96,04 responden supaya penelitian ini menjadi mudah, maka sampel dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi, berdasarkan rumus tersebut sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan kriteria konsumen yang membeli produk UMKM Simuley *Snack* Lampung.

D. Sumber dan Jenis Data

1. Sumber Data

Sumber data merupakan subjek darimana data diperoleh. Hasil penelitian yang akan diperoleh peneliti dalam pengumpulan data tersebut dapat dilakukan dengan berbagai sumber data, penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh peneliti. Sumber data dalam penelitian ini diperoleh peneliti dengan menggunakan kuesioner.

2. Jenis Data

a. Berdasarkan tipe penelitian :

1). Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang dapat diinput ke dalam skala pengukuran statistic dan diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung, dan diperoleh dari kuesioner yang dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang diteliti.

b. Berdasarkan sumber :**1) Data Primer**

Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri atau dirinya sendiri ini adalah data yang belum pernah dikumpulkan sebelumnya, baik dengan cara tertentu atau pada periode waktu tertentu (Priadana, 2021). Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari observasi, wawancara dan kuesioner. Yang mana kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan oleh peneliti dengan mengetahui secara pasti variable yang akan diukur. Kuesioner merupakan sebuah daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus di isi atau dijawab oleh responden atau orang yang akan diukur. (Amruddin, 2022).

2) Data Sekunder

Menurut (Supriyadi, 2020:164) data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melainkan melalui media perantara. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku, website, jurnal atau penelitian terdahulu.

E. Definisi Operasional Variable Penelitian

Operasional variabel penelitian menjelaskantentang jenis variabel serta gambaran dari variabel yang diteliti berupa nama variabel, sub variabel, indikator variabel, ukuran variabel, dan skala pengukuran yang digunakan peneliti.

1. Definisi Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:38) mengemukakan bahwa variabel adalah segaa sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu variabel independen dan variabel dependen.

a. Variabel Independen

Variabel (X) ini sering disebut sebagai variable bebas. Variable bebas merupakan variable yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variable dependen (terikat). Dinamakan variable bebas karena bebas dalam mempengaruhi vaiabel lain. Dalam penelitian ini yang menjadi variable bebas adalah *Brand Image* (X).

b. Variabel Dependen

Variable (Y) atau disebut variable terikat merupakan variable yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variable bebas (independen). Variable dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

2. Operasional Variabel

Variabel yang di teliti dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel, yaitu Brand Image (X) sebagai variabel bebas, dan Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel terikat. Definisi dan indikator variabel yang diteliti disajikan pada table sebagai berikut :

Table 3.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	indikator	Definisi Operasional
<i>Brand Image</i> (X)	Bagaimana persepsi yang muncul di benak konsumen saat mengingat suatu merek pada suatu produk tertentu. (Firmansyah, 2019:60)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Citra Perusahaan 2. Citra Produk 3. Citra Pemakai 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejauh mana konsumen mengetahui citra perusahaan. 2. Sejauh mana konsumen mengetahui citra produk. 3. Sejauh mana pengalaman konsumen menggunakan merek tersebut.

Keputusan Pembelian (Y)	Proses pengambilan keputusan oleh konsumen adalah suatu proses dimana seorang calon konsumen memiliki kesadaran atau mengidentifikasi munculnya kebutuhan untuk dipenuhi. (Trinanda at. al, 2022:37).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya sebuah kemantapan produk. 2. Terdapat kebiasaan membeli. 3. Rekomendasi dari orang lain. 4. Adanya pembelian ulang. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sejauh mana konsumen mencari informasi produk, 2. Sejauh mana konsumen melakukan kebiasaan membeli produk. 3. Sejauh mana konsumen merekomendasikan produk kepada konsumen lain. 4. Sejauh mana pembelian ulang produk yang dilakukan oleh konsumen
-------------------------	--	--	---

(Sumber : Diolah oleh peneliti 2023)

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, kuesioner, studi pustaka. Beberapa teknik pengumpulan data secara umum adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Mengumpulkan data atau keterangan yang harus dijalankan dengan melakukan usaha-usaha pengamatan secara langsung ke tempat yang akan di selidiki. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melakukan pengamatan langsung pada UMKM Simuley Snack Lampung yang beralamatkan di Jl, Sinar Mulya, Gg. Analiyah III, Keteguhan, Kec. Teluk Betung Timur, RT 04 LK 02, Bandar Lampung.

2. Kuesioner/Angket

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang sering tidak memerlukan kehadiran peneliti, namun cukup diwakili oleh daftar pertanyaan yang sudah disusun secara terlebih dahulu (Sanusi 2017).

Pengumpulan data dengan memberi seperangkat pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawab dengan kuesioner tentang *Brand Image* dan Keputusan Pembelian UMKM *Simuley Snack* Lampung. Skala pengukuran penelitian ini yang digunakan adalah Skala *Likert*. Menurut (Sanusi 2017), Mengemukakan bahwa skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban pernyataan yang diajukan sebagai berikut :

Tabel 3.2

Model Skala *Likert*

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

Sumber: (Sanusi 2017)

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Persyaratan Instrumen (Angket)

a. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas untuk menguji apakah kuesioner yang peneliti gunakan dapat dikatakan valid. Rumus yang akan digunakan untuk mengetahui nilai korelasi yaitu korelasi Pearson Product Moment menggunakan SPSS, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r = \frac{N(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

X = Skor Butir

Y = Skor Butir Soal

N = Jumlah Sampel

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ artinya setiap item soal valid.
Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ artinya setiap item soal tidak valid.
2. Pengujian validitas instrumen dilakukan menggunakan program SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 23*).

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Sanusi, 2017) reliabilitas merupakan sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data. Karena instrument tersebut sudah baik. Uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan pengelolaan yang dibantu oleh SPSS (*Statistical Program and Service Solution seri 23*) dengan membandingkan antara *Alpha* dengan interpretasi nilai *r*. Uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yaitu:

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

Keterangan:

r_{11}	= Reliabilitas instrumen
$\sum \sigma_i$	= Jumlah varian skor tiap item
K	= Banyaknya soal
σ_t^2	= Varian total

Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai *r alpha* indeks korelasi sebagai berikut :

Tabel 3.3

Interpretasi Nilai *r Alpha* Indeks Korelasi

Nilai Korelasi	Keterangan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0.80-1,000	Sangat Kuat

(Sinambela, 2014)

2. Uji Asumsi Klasik (Persyaratan Analisis Data)

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Uji normalitas ini memiliki dua cara untuk menguji apakah distribusi normal atau tidak, yaitu melalui pendekatan histogram dan pendekatan grafik. Pada pendekatan histogram data berdistribusi normal apabila distribusi data tersebut tidak melenceng ke kiri atau melenceng ke kanan. Pada pendekatan grafik data berdistribusi normal apabila titik mengikuti data disepanjang garis diagonal.. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *kolmogorov-smirnov* dengan SPSS 23. Penguji hipotesis adalah sebagai berikut:

H_0 : distribusi populasi normal, jika probabilitas $> 0,05$, H_0 diterima

H_a : distribusi populasi tidak normal, jika probabilitas $< 0,05$, H_a ditolak

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas merupakan kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat antara variabel bebas yang diikutsertakan dalam membentuk model regresi linier. Berikut prosedur pengujian multikolinieritas dalam penelitian ini:

1) Jika nilai VIF $> 10,00$ maka ada gejala multikolinieritas.

Jika nilai VIF $< 10,00$ maka tidak ada gejala multikolinieritas.

2) Jika nilai tolerance $< 0,10$ maka ada gejala multikolinieritas.

Jika nilai tolerance $> 0,10$ maka tidak ada gejala multikolinieritas.

3. Metode Analisis Data

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2017:260) analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linear antara suatu variabel independen dengan suatu variabel dependen. Dalam penelitian ini, persamaan regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Brand Image* (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian konsumen)

a = Nilai konstanta

b = Koefisien regresi (kemiringan), yang menunjukkan angkat peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen

X = Variabel bebas (citra merek)

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji signifikan masing-masing variabel bebas secara parsial atau untuk mengetahui variabel bebas mana yang lebih berpengaruh diantara kedua variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Rumusan Hipotesis:

1). Pengaruh *Brand Image* (X) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Terdapat pengaruh antara *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada UMKM Simuley *Snack* Lampung

Kriteria pengujian:

a) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Bertujuan untuk mengetahui kekuatan variabel bebas (independen) dan menjelaskan variabel terikat (dependen variabel). Dengan kata lain, koefisien determinasi dilakukan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel independen secara bersama mampu memberi penjelasan terhadap variabel dependen. Adapun rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi