

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam hal ini peneliti menggunakan metode kuantitatif. Berdasarkan tingkat eksplansinya, penelitian ini digolongkan kedalam asosiatif kausal antara variabel independen yaitu harga (X_1) dan citra merek (X_2) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan di toko Hyporiginal Bandar Lampung. Waktu penelitian ini berlangsung dari bulan April 2023 sampai Juni 2023, dengan responden konsumen Hyporiginal Bandar Lampung yang menggunakan sepatu Aerostreet.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono Rahayu (2017) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh

karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Dalam penelitian ini yang akan menjadi populasi adalah seluruh konsumen Hyporiginal Bandar Lampung yang menggunakan, membeli atau melihat sepatu Aerostreet.

2. Sampel

Menurut Sugiyono Rahayu (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh 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). Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sensus. Sensus adalah cara pengumpulan data apabila seluruh elemen populasi diselidiki satu persatu. Data yang di peroleh tersebut merupakan hasil perolehan sensus yaitu sebagai data yang sebenarnya (*true value*).

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 atau melihat dan menggunakan sepatu Aerostreet.

Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Karena populasi tidak diketahui maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *Lemeshow*.

Maka rumus *Lameshow* adalah drbagai 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 :

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

$$n = 96,04$$

$$= 100$$

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 dan Jenis Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan penelitian adalah data primer yang merupakan jawaban responden yang diperoleh menggunakan kuesioner.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan sumber data eksternal yang dimana data bisa diperoleh dari konsumen ditoko Hyporiginal.

E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Konsep Operasional	Indikator
Citra Merek (X1)	Merek merupakan janji penjual untuk secara konsisten memberikan feature, manfaat dan jasa tertentu kepada pembeli, bukan hanya sekedar simbol yang membedakan produk perusahaan tertentu dengan kompetitornya. Og&Sugiarto(2013)	Seperangkat keyakinan konsumen mengenai sesuatu Aerostreet di toko Hyporiginal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atribut 2. Manfaat 3. Nilai 4. Budaya 5. Kepribadian 6. Pemakaian.

Harga (X2)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada sebuah produk atau jasa atau jumlah nilai yang konsumen pertukarkan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk jasa yang dipertukarkan itu. Supakat&Supriatin (2017)	Semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Peranan lokasi 2. Peranan informasi
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli. Kotler (2015)	Seperangkat proses mengenai pengambilan keputusan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan membeli 5. Perilaku pasca pembelian.

Sumber : Data diolah 2023

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Menurut sugiyono (2017) kuesioner adalah seperangkat pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tertulis yang ditunjukkan kepada responden yang digunakan sebagai salah satu cara untuk memperoleh informasi terkait dengan penelitian.

Tabel 3 2 Skala Likert

Jawaban Pertanyaan	Bobot Nilai
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
R (Ragu-Ragu)	3
TS(Tidak Setuju)	2
STS(Sangat Tidak Setuju)	1

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu kegiatan penelitian berupa proses penyusunan dan pengelolaan data guna menafsirkan data yang telah diperoleh, Kegiatan analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

1. Uji Coba Instrumen

Instrumen penelitian adalah butir-butir pertanyaan yang disusun berdasarkan dimensi-dimensi dari variabel penelitian. Kemudian secara lebih rinci butir-butir pertanyaan tersebut disusun kedalam kuesioner yang dibagikan kepada responden guna memperoleh jawaban terkait dengan hal yang diteliti. Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun benar-benar merupakan hasil yang baik, karena baik buruknya instrument akan berpengaruh pada benar tidaknya data dan sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah kuesioner tersebut valid atau tidak. Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keaslian suatu instrumen (Nurhayati, 2017). 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 dikehendakinya 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 valid
2. Apabila r hitung $<$ r tabel maka penelitian tersebut tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat kehandalan 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 (Nurhayati, 2017). Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan rumus Alpha Cronbach:

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

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrument

Σa_i = jumlah varian skor tiap item

K = banyaknya soal

a^2 = varian total

Indikator pengukuran reliabilitas dibagi menjadi tingkatan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3 3 Interpretasi Koefisien Reliabilitas

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang/Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Untuk mengambil sebuah keputusan yang menentukan reliabel atau tidak reliabel yaitu apabila $r > 0,60$ maka item dikatakan reliabel, sebaliknya bila $r < 0,60$ maka item dikatakan tidak reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu (residual) memiliki distribusi normal menurut Ghozali (2016). Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan alat uji Kolmogorov- Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan.

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.

4. Analisis Regresi Berganda

Menurut (Ghozali, 2016a) 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

X_1 = Citra Merek

X_2 = Harga

B_1 = Koefisien regresi variabel Citra Merek

B_2 = Koefisien regresi variabel Harga

5. Uji hipotesis

a. Uji t

Menurut Ghozali (2013) 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 Harga (X_1) dan Citra Merek (X_2) secara parsial variabel terhadap Keputusan pembelian (Y). Dikatakan berpengaruh signifikan apabila nilai sig < alpha (0,5) (Ghozali,2016)

Dengan hipotesis yang digunakan sebagai berikut:

H_a : ada pengaruh antara variabel harga/Citra Merek terhadap keputusan pembelian.

H_o : tidak ada pengaruh antara variabel Harga/Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

Apabila nilai t hitung $>$ t tabel maka H_a diterima H_o ditolak

Apabila nilai t hitung $<$ t tabel maka H_a ditolak H_o diterima

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji *goodness of fit* atau kelayakan dari model regresi, yaitu apakah model yang digunakan dalam penelitian layak (Fit) atau tidak. Model dikatakan fit jika nilai signifikansi kurang dari 0.05 Ghozali (2016). Uji F pada dasarnya mirip dengan koefisien determinasi yang juga dipakai untuk kebaikan model.

H_a : ada pengaruh antara variable Harga dan Citra Merek secara simultan Terhadap

Keputusan Pembelian.

H_o : tidak adas pengaruh antara variabel Harga dan Citra Merek secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian.

uji F yang dipakai adalah:

Jika F hitung $<$ F tabel maka H_o diterima H_a ditolak.

Jika F hitung $>$ F tabel maka H_o ditolak H_a diterima.

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

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016) koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Y) yang disebabkan oleh variabel independent (X). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika R^2 semakin besar, maka kemampuan variabel- variabel independent (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y) semakin tinggi. Jika nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y) amat terbatas atau rendah. Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian parsial maupun berganda akan digunakan koefisien determinasi

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

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi