

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Dalam melakukan penelitian kita perlu memperhatikan pedoman atau aturan yang berlaku, sehingga hasil yang didapatkan bisa dikatakan valid. Metode penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan informasi dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sugiyono (2018:2) mengungkapkan metode penelitian adalah suatu cara ilmiah mendapatkan informasi untuk tujuan dan penggunaan tertentu. Ilmiah berarti kegiatan penelitian dalam melihat atribut-atribut ilmiah, khususnya objektif, empiris dan sistematis seperti yang telah ditelusuri dalam cara berpikir ilmu.

Strategi yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Dimana dalam penelitian ini ingin mengetahui variabel X (variabel bebas) yang terdiri dari (X_1) citra merek, (X_2) persepsi harga dan (X_3) kualitas produk dengan variabel Y (variabel terikat) yaitu (Y) keputusan pembelian. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dan penelitian ini memilih pada analisis kuantitatif. Metode survey yaitu metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk di generalisasikan.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan, totalitas atau spekulasi dari satuan, orang, objek atau subjek yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu untuk dipertimbangkan, yang dapat berupa individu, objek, institusi, kesempatan, dan lain-lain yang dapat diperoleh atau dapat memberikan data (informasi) penelitian

yang kemudian dapat diselesaikan dan diambil kesimpulannya. Menurut Handayani (2020) Populasi adalah keseluruhan dari setiap komponen yang akan diteliti yang memiliki kesamaan karakteristik, bisa berupa seseorang dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian atau transaksi di Baysia Apparel.

3.2.2. Sampel Penelitian

Sugiyono (2016) sampel sebagai komponen jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Pengukuran sampel adalah pengukuran akhir melalui atau berdasarkan evaluasi eksplorasi untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan jenis metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini harus memiliki kriteria yang diinginkan yaitu konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian terhadap produk Baysia Apparel.

Pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui secara pasti dan populasi yang diambil berukuran besar. Dalam menentukan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui maka penelitian ini menggunakan rumus Rao Purba dalam Farhan (2021) sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2}{4 (Moe)^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

Z : Tingkat keyakinan dalam penentuan sampel (95% = 1,96)

Moe : *Margin of error*, tingkat kesalahan maksimal dalam pengambilan sampel yang masih ditoleransi sebesar 10% atau 0,1.

Dengan menggunakan *margin of error* sebesar 10%, maka jumlah sampel yang dapat diambil yaitu sebesar :

$$n = \frac{1,96^2}{4 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$n = 96,04$ jika dibulatkan menjadi 97.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 97 responden dari konsumen Baysia Apparel.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Jenis Data

Dalam penelitian jenis data dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder :

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2016) data primer adalah sebuah data yang langsung didapatkan dari sumber dan diberi kepada pengumpul data atau peneliti. Data primer adalah wawancara dengan subjek penelitian baik secara observasi ataupun pengamatan langsung. Dalam penelitian ini data primer yang diperoleh dari jawaban responden berupa kuesioner yang diisi responden meliputi identitas dan tanggapan responden dari pertanyaan yang dibuat.

2. Data Sekunder

Menurut Husein Umar (2013) data sekunder adalah sebagai data primer yang sudah diolah lebih lanjut dan disajikan dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram, baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal, buku, internet dan hasil riset sebelumnya serta sumber informasi bacaan lainnya yang dianggap bermanfaat bagi peneliti.

3.3.2. Metoda Pengumpulan Data

Metoda pengumpulan data adalah cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data supaya mendapatkan data yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Metoda pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan

kuesioner yang dibagikan kepada responden.

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017:142). Kuesioner penelitian merupakan alat yang paling efektif untuk mengukur sikap, perilaku, pendapat, preferensi dan niat dari respons penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan disusun dengan pengukuran skala *likert*, menurut Sugiyono (2018) skala *likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi seseorang atau sekelompok orang. Dengan skala *likert* maka variabel yang akan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel, jawaban dari masing masing item skala *likert* mempunyai nilai skor yang berbeda-beda. Berikut ini adalah skor jawaban dalam skala *likert* :

Tabel 3.1. Pengukuran skor skala *likert*

No	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Cukup Setuju	CS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2019)

3.4. Operasional Variabel

Dalam penelitian ini ada dua variabel yang sudah ditentukan, yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variabel*).

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan dari adanya suatu variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini ada 3 (tiga), yaitu :

- a. Citra Merek (X_1) adalah penilaian terhadap citra merek dimana perusahaan diharuskan menciptakan suatu merek yang baik, kuat dan unik supaya konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap produk Baysia Apparel.

- b. Presepsi Harga (X_2) adalah penilaian dan penawaran kepada konsumen tentang persepsi harga dimana tentang perbandingan harga dengan produk lain dan keterjangkauan harga supaya konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap produk Baysia Apparel.
- c. Kualitas Produk (X_3) adalah penilaian yang berkaitan tentang konsumen dalam suatu kualitas produk yang dihasilkan dimana produk yang ditawarkan harus memiliki kualitas produk yang baik sehingga konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap produk Baysia Apparel.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y), keputusan pembelian yaitu sebuah keputusan yang berasal dari proses menganalisis tawaran suatu produk hingga mempertimbangkan apakah akan membeli produk tersebut atau tidak. Dari banyaknya faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan harga, kualitas dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Variabel Bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*) yang sudah dijelaskan diatas akan diukur dan dijadikan kedalam beberapa indikator sebagai landasan dalam menyusun instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner penelitian sebagai berikut :

Tabel 3.2. Indikator Variabel Penelitian Citra Merek

Variabel	Indikator	No Item
Citra Merek (X_1) <i>Kotler dan Keller</i> (2016)	Keunggulan asosiasi merek	1
	Kekuatan asosiasi merek	2
	Keunikan asosiasi merek	3

Tabel 3.3. Indikator Variabel Penelitian Presepsi Harga

Variabel	Indikator	No Item
Presepsi Harga (X ₂) <i>Kotler dan Amstrong</i> (2014)	Keterjangkauan harga	1
	Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga	2
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	3
	Kesesuaian harga dengan manfaat	4

Tabel 3.4. Indikator Variabel Penelitian Kualitas Produk

Variabel	Indikator	No Item
Kualitas Produk (X ₃) <i>Kotler dan Keller</i> (2016)	Kinerja (<i>Performance</i>)	1
	Fitur tambahan (<i>Features</i>)	2
	Reabilitas (<i>Reliability</i>)	3
	Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance to Specification</i>)	4
	Daya tahan (<i>Durability</i>)	5
	Kecepatan, kompetensi (<i>Serviceability</i>)	6
	Estetika (<i>Esthetic</i>)	7
	Kualitas yang dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>)	8

Tabel 3.5. Indikator Variabel Penelitian Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	No Item
Keputusan Pembelian (Y) <i>Kotler dan Amstrong</i> (2016)	Pilihan produk	1
	Pilihan merek	2
	Pilihan penyalur	3
	Waktu pembelian	4
	Jumlah pembelian	5
	Metode pembayaran	6

3.5. Uji Instrumen

3.5.1. Uji Validitas

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk memeriksa suatu instrumen dalam kuesioner atau pengumpulan data sebagai alat pengukuran sudah tepat digunakan atau belum. Instrumen dikatakan valid jika nilai korelasi r_{hitung} lebih besar ($>$) dari r_{tabel} atau lebih besar dari 0,05 yang merupakan nilai pembanding minimal untuk mendapatkan korelasi yang valid.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Rahyuda (2020) menyatakan bahwa uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji hasil dari jawaban responden mengenai dari pertanyaan yang ada didalam instrument penelitian yang ditunjukkan dengan kekonsistenan jawaban yang diberikan oleh responden. Instrument dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar ($>$) dari 0,60, yaitu sebagai berikut :

1. Jika hasil nilai dari *cronbach's alpha* $>$ 0,60 maka reliabel atau dapat diandalkan.
2. Jika hasil nilai dari *cronbach's alpha* $<$ 0,60 maka tidak reliabel atau tidak dapat diandalkan.

3.6. Metoda Analisis Data

Dalam penelitian ini pengolahan data yang digunakan adalah dengan menggunakan SPSS (*Statistical Program For Social Sciences*) versi 22.0. Hal ini bertujuan agar dapat mempermudah dalam melakukan pengolahan data statistik sehingga mendapatkan hasil yang cepat dan tepat.

Penyajian data yaitu kegiatan menampilkan data dalam bentuk yang lebih mudah dipahami melalui tabel, grafik, diagram atau lainnya. Dalam penelitian ini penyajian data yang diperoleh yaitu akan ditampilkan dalam bentuk tabel, sehingga akan mempermudah bagi peneliti untuk memahami dan menganalisis data yang dihasilkan.

3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah analisis statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul untuk membuat kesimpulan yang berlaku secara umum. Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah menggunakan analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

3.6.2. Analisis Koefisien Korelasi Spearman

Untuk mengetahui asosiasi atau hubungan antar variabel penelitian yang diamati yaitu variabel citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di baysia apparel, menggunakan analisis koefisien korelasi spearman.

Koefisien korelasi spearman merupakan bagian dari statistika non parametrik dimana distribusi dari data dapat diabaikan. Korelasi Spearman merupakan teknik analisis data untuk mengetahui koefisien korelasi secara mendasarkan pada perbedaan peringkat dari dua variabel dimana data telah disusun secara berpasangan.

Koefisien korelasi spearman, adalah suatu ukuran yang mendeskripsikan asosiasi atau hubungan antar variabel (faktor) yang secara substansi atau teoritis mendukung hubungan tersebut. Dan secara statistik akan diukur besarannya melalui koefisien tersebut. Rumusan korelasi spearman dapat diterapkan secara metodologi manakala :

- A. Terdapat sejumlah observasi data pasangan dari variabel yang diukur, yaitu pasangan data $(X_i, Y_i : i = 1, 2, \dots, n)$.
- B. Skala pengukuran variabel bebas (X) dan tidak bebas (Y) dalam bentuk skala ordinal. Jika skala dibawahnya (nominal) digunakan koefisien kapha , dan bentuk skala diatasnya (Interval atau Rasio) digunakan koefisien pearson.

Seperti diketahui yang dimaksud dengan skala pengukuran ordinal adalah skala data variabel yang berbentuk variabel kategori (kualitatif) lebih informatif dari sekedar nama kategori saja. Jika kategori tersebut dapat di orde secara pasti kita mempunyai variabel dengan jenis ordinal.

Dengan membuat rangking setiap skor data variabel X dan Y, baik dengan sistem perankingan dari yagn besar (max) ke yang terkecil (min), atau sebaliknya

dari yang terkecil (min) ke yang terbesar (max), dengan syarat jika terdapat skor data yang sama harus dilakukan pemberian ranking, sama halnya dengan cara mengambil nilai tengah urutan skor data perankingannya. Maka rumusan koefisien korelasi secara Spearman dinyatakan dengan formula berikut ini:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n [R(x_i) - R(y_i)]^2}{n(n^2 - 1)} = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2 - 1)} \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan :

r_s yaitu Koefisien Korelasi Rank Spearman.

$R(x_i)$ dan $R(y_i)$ yaitu Ranking Skor Data Variabel X dan Y.

n yaitu Jumlah Data (Sample Size).

Tabel 3.6. Klasifikasi Koefisien Korelasi Spearman

Positive Correlation (r_s)	Negative Correlation (r_s)	
0.0 to 0.2	0.0 to -0.2	Korelasi sangat lemah / dapat diabaikan
0.2 to 0.4	-0.2 to -0.4	Lemah, korelasi rendah (tidak terlalu signifikan)
0.4 to 0.7	-0.4 to -0.7	Korelasi sedang
0.7 to 0.9	-0.7 to -0.9	Kuat, korelasi tinggi
0.9 to 1.0	-0.9 to to -1.0	Korelasi

1. Uji hipotesis korelasi spearman

$H_0 : r_s = 0$

$H_1 : r_s \neq 0$

Untuk mengetahui apakah koefisien korelasi spearman signifikan atau tidak maka dilakukan suatu pengujian tes statistik untuk korelasi spearman dapat dilakukan dengan cara menghubungkan dengan tabel kritik yang berpedoman pada jumlah sampelnya. Untuk ukuran sampel $n > 30$ tes statistik yang digunakan adalah:

$$Z_s = r_s \sqrt{n - 1} \dots\dots\dots (3.3)$$

Kaidah keputusan

Koefisien korelasi spearman akan signifikan jik $Z_s \geq 1,96$ atau $Z_s \leq -1,96$ pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$.

2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Setelah diujikan pada korelasi spearman, selanjutnya nilai r tersebut bisa digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel X berkontribusi terhadap variabel Y yang diujikan pada data tersebut. Maka untuk menganalisa seberapa besar kontribusi antara variabel X terhadap variabel Y , sehingga dapat digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\% \dots\dots\dots (3.4)$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r^2 = Nilai Kuadrat Koefisien Korelasi