

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Strategi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan strategi penelitian asosiatif dengan maksud untuk mencari dan mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan metode ini diharapkan dapat menjelaskan fenomena yang berdasarkan data dan informasi yang diperoleh, dimana dalam penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan informasi dari responden. Menurut Sugiyono (2018 : 63) penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui beberapa spekulasi mengenai terdapat atau tidaknya hubungan yang relevan antara dua atau lebih variabel penelitian. Dalam penelitian ini mencari hubungan atau pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

Strategi penelitian ini menggunakan metode penelitian survey, yang merupakan bagian dari penelitian kuantitatif. Dimana metode survey digunakan untuk mendapat data dari tempat tertentu yang alamiah, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data sebagai bahan penelitian, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebgainya (Sugiyono, 2019 : 15).

### **3.2 Variabel Penelitian**

#### **3.2.1 Variabel Independen**

Menurut Sugiyono (2018 : 96) variabel independen adalah variabel bebas yang dapat mempengaruhi atau juga menjadi sebab perubahannya dan munculnya variabel dependen. Variabel independen yang pertama dalam penelitian ini adalah *brand awareness* atau juga nantinya akan disebut variabel (X1), yang kedua adalah *brand image* atau nantinya akan disebut

sebagai variabel (X2), dan yang ketiga adalah kualitas produk yang nantinya akan disebut dengan variabel (X3).

### 3.2.2 Variabel Dependen

Variabel ini merupakan variabel yang menjadi pusat perhatian utama penelitian. Menurut Sugiyono (2018 : 97) variabel dependen adalah variabel terikat yang dapat dipengaruhi atau yang menjadi akibat, berkaitan dengan adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian atau variabel (Y).

### 3.2.3 Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat adalah skala *likert*. Menurut Sugiyono (2019 : 146) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian indikator tersebut dapat dijadikan sebagai tolak ukur menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Adapun pertanyaan atau pernyataan yang ada dalam kuesioner memiliki 4 alternatif jawaban dengan skor 1 sampai dengan 4, berikut tabel dalam pemberian skor untuk jawaban kuesioner.

**Tabel 3.1 Pemberian skor jawaban kuesioner**

No.	Jawaban	Kode	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	SS	4
2	Setuju	S	3
3	Tidak Setuju	TS	2
4	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Sugiyono (2019 : 147)

### **3.3 Waktu dan Lokasi Penelitian**

#### **3.3.1 Waktu penelitian**

Waktu penelitian ini adalah dilakukan sejak penulis mendapat surat keputusan penugasan bimbingan dari kaprodi S1 manajemen dan mendapatkan persetujuan judul serta membuat proposal yaitu dilaksanakan mulai dari Februari 2022 samapai juli 2022. Adapun pelaksanaan penelitian dalam mengolah data dimulai dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang sudah pernah mengkonsumsi pocari sweat minimum 1 kali. Adapun waktu pelaksanaan kuesioner ini adalah pada bulan Mei dan Juni 2022.

#### **3.3.2 Lokasi penelitian**

Dalam memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan untuk membahas masalah yang hendak dipecahkan atau fenomena yang akan diamati, maka berdasarkan fenomena yang ada lokasi untuk melakukan penelitian ini adalah responden yang tinggal di daerah Jakarta Timur.

### **3.4 Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pocari sweat di Jakarta Timur yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini. Sugiyono (2018 : 130) menyatakan populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki mutu serta ciri tertentu yang diresmikan oleh seorang peneliti guna dipergunakan untuk dipelajari sehingga kemudian akan ditarik kesimpulan untuk hasil akhirnya. Penentuan populasi ini dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitian yang disebut populasi sasaran yaitu populasi yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian

### 3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun pengertian sampel menurut Sugiyono (2018 : 81) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sampel yang diambil dari populasi tersebut harus benar-benar *representative* (mewakili).

Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2019 : 143) memberi saran tentang ukuran sampel untuk penelitian yang layak adalah antara 30 sampai dengan 500. Maka atas dasar teori tersebut peneliti melakukan penyebaran kuesioner melalui *google form* dengan kriteria responden pernah membeli pocari sweat minimal 1 kali dan responden berdomisili di Jakarta Timur. Setelah melakukan penyebaran selama 2 bulan yaitu dari bulan Juni sampai dengan bulan Juli, peneliti mengolah data dan mendapatkan hasil responden sebanyak 117 responden.

### 3.5 Metode Sampling

Dalam menentukan sampel pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, yang artinya teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan kriteria tertentu (Sugiyono, 2018 : 85). Teknik ini menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. *Purposive sampling* digunakan karena sering kali terdapat banyak batasan yang menghalangi peneliti mengambil sampel secara acak, maka dengan menggunakan Teknik *purposive sampling* diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Selain itu alasan peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Adapun kriteria dalam penelitian ini

yang menjadi sampel, yaitu pernah meminum produk pocari sweat minimal 1 kali dan bertempat tinggal di Jakarta Timur.

### **3.6 Metode Pengambilan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2019 : 194) data primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya data yang dipilih dari responden melalui kuesioner atau data hasil wawancara peneliti dengan sumber. Dan data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya data yang diperoleh dari situs web, artikel, majalah, jurnal dan lain sebagainya. Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan data primer dari responden melalui kuesioner.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019 : 199). Peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang berada di Jakarta Timur yang pernah melakukan pembelian produk minuman pocari sweat. Masyarakat yang merupakan responden dalam penelitian ini akan menjawab kuesioner yang berisi pernyataan yang berkaitan dengan masalah penelitian ini. Dalam penyebaran kuesioner untuk mengumpulkan data, peneliti memilih untuk kuesioner akan disebarkan secara online atau elektronik dengan media *google form* kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian ini. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup (*close-ended*) dimana pernyataan-pernyataan yang diberikan kepada responden tidak diberi kesempatan untuk mengeluarkan pendapat secara langsung.

Adaapun untuk mempermudah pernyataan dari setiap indikator maka dibuatlah tabel sebagai berikut :

**Tabel 3.2** kuesioner *Brand awareness* (X1)

Variabel	Indikator	Pernyataan	No.
<i>Brand Awareness</i> (X1)	<i>Recall</i>	Saya mengetahui adanya produk minuman isotonik dengan merek pocari sweat	1
		“Go sweat go ion“ merupakan <i>tagline</i> dari Pocar Sweat	2
	<i>Recognition</i>	Saya lebih mengenal produk isotonik merek pocari sweat diantara produk isotonik lainnya	3
	<i>Purchase</i>	Ukuran kemasan pocari sweat bervariasi sehingga saya memiliki banyak pilihan	4
	<i>Consumption</i>	Menurut saya pocari sweat memiliki rasa yang berbeda dengan minuman isotonik lainnya	5

Sumber : Keller dalam Winadi (2017 : 3).

**Tabel 3.3** kuesioner *Brand image* (X2)

Variabel	Indikator	Pernyataan	No.
<i>Brand Image</i> (X2)	<i>Attributes</i>	Pocari sweat memiliki komposisi mirip cairan tubuh sehingga mudah diserap oleh tubuh	6
		Pocari sweat memiliki kemasan yang menarik dari segi bentuk, model dan warna	7
	<i>Benefits</i>	Pocari sweat sangat cocok diminum disaat olahraga ataupun aktivitas diluar ruangan	8
		Pocari sweat dapat cepat membantu menyegarkan tubuh yang dehidrasi disaat Aktivitas yang berkeringat terutama di luar ruangan	9
	<i>Brand attitude</i>	Pocari sweat memiliki rasa dan kemasan yang dapat diterima dengan baik oleh masyarakat	10

Sumber : Kotler dan Keller (2017).

**Tabel 3.4 Kuesioner Kualitas Produk (X3)**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>No.</b>
Kualitas Produk (X3)	Berbagai macam variasi produk	Pocari sweat memiliki berbagai macam variasi produk dengan kualitas yang sama baiknya	11
	Daya tahan produk	Pocari sweat memiliki kemasan yang kokoh dan sesuai dengan standar sehingga membuat produk higienis	12
	kualitas produk sesuai spesifikasi konsumen	Pocari sweat memiliki kualitas produk yang baik sesuai dengan kebutuhan konsumen	13
	Tampilan kemasan produk	Pocari sweat memiliki tampilan produk yang menarik saat pertama kali melihat	14
	Kualitas produk dibandingkan dengan merek lain	Saya lebih memilih pocari sweat dari pada minuman isotonik lainnya karena saya tahu akan kualitas pocari sweat	15

Sumber : Gito Sudarma (2018).

**Tabel 3.5 Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>No.</b>
Keputusan Pembelian (Y)	Kemantapan pada sebuah produk	Saya membeli pocari sweat karena menggambarkan minuman sehat dan berkualitas	16
		Saya membeli pocari sweat karena menyukai rasanya	17
		Saya membeli pocari sweat karena harganya yang terjangkau	18

(Lanjutan tabel 3.5)

Variabel	Indikator	Pernyataan	No.
Keputusan Pembelian (Y)	Kemantapan pada sebuah produk	Saya membeli pocari sweat karena terbiasa disaat dehidrasi ataupun setelah olahraga saya mengkonsumsi pocari sweat	19
		Saya tidak sungkan memberikan rekomendasi kepada teman untuk meminum pocari sweat disaat dehidrasi	20
	Memberikan rekomendasi	Saya membeli pocari sweat karena manfaat yang saya peroleh sesuai dengan biaya yang saya keluarkan	21
		Saya tidak ragu untuk membeli ulang pocari sweat dikemudian hari	22
		Saya sangat mudah mendapatkan produk pocari sweat di toko-toko terdekat	23
	Kebiasaan dalam membeli produk	Saya sudah terbiasa membeli pocari sweat sehingga merasa tidak cocok jika mengkonsumsi minuman isotonik lainnya	24
		Selama ini saya merasa puas membeli produk pocari sweat	25

Sumber : Kotler (2018 : 70).

### 3.7 Metode Pengujian Instrumen

Metode pengujian instrumen dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan model pengukuran PLS (*Partial Least Square*).



PLS merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. PLS adalah sebuah model kausal (sebab akibat) yang menjelaskan pengaruh antar variabel konstruk (Andreas Wijaya, 2019 : 10).

### 3.8 Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah PLS (*Partial Least Square*). Analisis ini dilakukan dengan cara mengumpulkan, mengolah, menyajikan dan menginterpretasi data sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi. Untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini, maka langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

#### 3.8.1 Melakukan Analisis Deskriptif

Berikut ini terkait analisis deskriptif terkait dengan penelitian, yaitu :

##### 1) Analisis Deskriptif Responden

Deskriptif responden ini mengenai profil responden yang terdapat dalam responden penelitian seperti usia, pekerjaan, dan pernah membeli produk minuman isotonik pocari sweat.

##### 2) Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian digunakan untuk mengetahui persepsi responden terkait dengan *brand awareness*, *brand image*, kualitas produk dan keputusan pembelian produk pocari sweat. Untuk mengetahui persepsi responden dibutuhkan skor persepsi responden yang dihitung dengan mencari *interval* dengan tahapan sebagai berikut :

$$Interval = \frac{\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}}{\text{Kelas Interval}}$$

$$Interval = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Dengan rentang skala 0,75 maka skor persepsi responden terhadap variabel penelitian dapat dikelompokkan sebagai berikut :

**Tabel 3.6 Kategori Skor Variabel**

<b>Skor</b>	<b>Brand Awareness</b>	<b>Brand Image</b>	<b>Kualitas Produk</b>	<b>Keputusan Pembelian</b>
3,25 – 4,00	Sangat Tinggi	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Berminat
2,50 – 3,24	Tinggi	Baik	Baik	Berminat
1,75 – 2,49	Rendah	Buruk	Buruk	Tidak Berminat
1,00 – 1,74	Sangat Rendah	Sangat Buruk	Sangat Buruk	Sangat Tidak Berminat

*Sumber : Sugiyono (2018)*

### **3.8.2 Analisis Outer Model**

Suatu konsep dan model penelitian tidak dapat diuji dalam suatu model prediksi hubungan relasional dan kasual jika belum melewati tahap purifikasi dalam model pengukuran. Model pengukuran digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen (Abdillah dan Hartanto 2015 : 197).

#### **3.8.2.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018 : 51).

##### *1) Convergent Validity*

Pengujian validitas untuk indikator reflektif dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi antara nilai indikator dengan nilai konstraknya. Pengukuran dengan indikator reflektif menunjukkan terdapat perubahan pada suatu indikator dalam suatu konstruk apabila indikator lain pada konstruk

yang sama berubah. Menurut Ghozali (2018 : 25), suatu korelasi dapat dikatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai *loading* sebesar lebih dari 0.7. Output menunjukkan bahwa *loading factor* memberikan nilai di atas nilai yang disarankan yaitu sebesar 0.7, *Communality* > 0.5 dan *Average Variance Extracted* (AVE) > 0.5. Sehingga indikator-indikator yang dipergunakan dalam penelitian ini telah memenuhi validitas konvergen (*convergent validity*).

## 2) *Discriminant Validity*

Pada indikator reflektif perlu dilakukan pengujian validitas diskriminan dengan membandingkan nilai pada tabel *cross loading*. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik daripada ukuran blok lainnya (Ghozali, 2018 : 25). Metode lain untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan membandingkan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antara nilai validitas diskriminan yang baik (Ghozali, 2018 : 25).

Berikut tabulasi parameter uji validitas dalam PLS :

**Tabel 3.7 Parameter Uji Validitas Model Pengukuran PLS**

<b>Uji Validitas</b>	<b>Parameter</b>	<b>Rule Of Thumbs</b>
Kovergen	<i>Loading Factor</i>	> 0.7
	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	> 0.5
	<i>Communality</i>	> 0.5
Diskriminan	Akar AVE dan korelasi variabel laten	Akar AVE > Korelasi variabel laten
	<i>Cross Loading</i>	> 0.7 dalam satu variabel

Sumber : Ghozali (2018)

### 3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018 : 45) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh Ghozali (2018 : 46), yaitu jika koefisien *Cronbach Alpha*  $> 0.7$  maka pertanyaan dinyatakan andal atau suatu konstruk maupun variabel dinyatakan reliabel. Sebaliknya, jika koefisien *Cronbach Alpha*  $< 0.7$  maka pertanyaan dinyatakan tidak andal, meskipun begitu nilai 0.6 masih dapat diterima.

Selain itu menurut Ghozali dan Latan (2015), *reliability* menandakan adanya konsistensi dari setiap indikator dalam variabel laten yang mengukur variabel tersebut. Konstruk dinyatakan mempunyai reliabilitas yang tinggi jika nilai Composite Reliability  $> 0,70$ , nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$ , nilai rho\_A  $> 0,70$ , dan nilai Average Variance Extracted (AVE)  $> 0,50$ .

### 3.8.2 Analisis Inner Model

Analisis *inner model* dikenal juga sebagai analisis struktural model, pengujian pada *inner model* bertujuan untuk mengidentifikasi dan melihat hubungan antara variabel eksogen dan endogen dalam suatu penelitian. Hubungan tersebut akan menjawab tujuan penelitian yakni pengujian terhadap hipotesis yang disusun dalam penelitian. Menurut Ghozali dan Latan (2015 : 78) pengujian *inner model* dilakukan dengan melihat hubungan antar konstruk. Hubungan antar konstruk adalah dengan melihat nilai *R-Square* dan nilai *Goodness of Fit* (GoF) untuk setiap variabel laten independent sebagai kekuatan prediksi dari *inner model*.

### 3.8.2.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi atau *R-Square* merupakan proporsi varian dalam konstruk endogen yang dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Untuk menilai hubungan kekuatan dapat dilihat berdasarkan nilai koefisien determinasi atau *R-Square*, nilai koefisien determinasi terletak pada 0 sampai 1. Jika koefisien korelasi yaitu 0 maka tidak ada korelasi, jika koefisien korelasi 0 – 0,49 maka korelasi lemah, jika koefisien korelasi 0,50 maka korelasi moderat, jika koefisien korelasi antara 0,50 – 0,99 maka korelasi kuat dan jika koefisien korelasi 1,00 maka korelasi sempurna (Ghozali, 2018 : 97).

### 3.8.2.2 *Direct Effect* (Pengaruh Langsung)

Pengaruh langsung adalah model analisis regresi linier untuk mengukur hubungan antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung antar variabel bebas dan variabel terikat (Ghozali, 2018)

### 3.8.2.3 Penilaian *Goodness of Fit* (GoF)

Goodness of fit dikembangkan untuk dapat mengevaluasi model pengukuran dan model struktural serta menyediakan pengukuran sederhana untuk keseluruhan prediksi model (Ghozali dan Latan, 2015 : 82). Menurut Umi Narimawati *et al.*, (2020 : 17) Dalam kecocokan model *Goodness of Fit* nilai dari *Standardized Root Mean Residual* (SRMR) jika nilai  $< 0,1$  atau 0,08 maka dikatakan model semakin cocok atau fit. Dan untuk nilai *Normed Fit Index* (NFI) mempunyai kisaran nilai 0 – 1, apabila nilai semakin mendekati 1 maka model akan semakin cocok atau fit.

### 3.8.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam model PLS yang digunakan dalam pengambilan keputusan berdasarkan *p-values*. Tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 0,05. Kemungkinan kesalahan 5% dan untuk kemungkinan mengambil keputusan sebesar 95 %. Menurut Ghozali (2018), kriteria pengujian dengan Uji t ditetapkan berdasarkan probabilitas. Apabila tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5 persen, dengan kata lain jika probabilitas  $H_a > 0,05$  maka dinyatakan tidak signifikan, dan apabila probabilitas  $H_a < 0,05$  maka dinyatakan signifikan. Atau dapat digambarkan sebagai berikut :

Jika  $p\text{-value} \leq 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  signifikan

Jika  $p\text{-value} > 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  tidak signifikan