

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Setiap melakukan penelitian harus menggunakan metode penelitian, agar penelitian yang dilakukan dapat menghasilkan data yang akurat dan terpercaya. mengemukakan bahwa “ Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mengumpulkan data untuk tujuan dan kegunaan tertentu”. Metode ini adalah cara atau jalan yang ditempuh dalam kerangka penelitian yang dilakukan, yang didalamnya dilakukan pemilihan tahapan secara sistematis.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016:39) populasi adalah wilayah digeneralisasi yang meliputi objek, subjek dengan kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah seluruh para konsumen di Ace Hardware Cabang Bekasi Barat.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:84) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel ini menggunakan *non probability sampling* tepatnya menggunakan *accidental sampling*. Menurut (Sugiyono, 2016) *sampling insidental /accidental sampling* adalah Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Dimana Teknik ini

mengambil sampling dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- a. Responden yang minimal berumur 17 tahun.
- b. Responden yang pernah membeli produk di Ace Hardware.

Karena sampelnya tidak diketahui jumlah pastinya, maka dari itu pengambilan sampel menggunakan rumus *Margin Of Error* yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{Z(Moe)^2}$$

Keterangan :

n = Besar sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% =1,96

Moe = Tingkatan kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan besar 10% atau 0,10

Perhitungan :

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

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

$$n = 96,04$$

Hasil dari perhitungan sampel yang didapat dari rumus *MOE* tersebut dengan besar populasi yang tidak diketahui adalah sebesar 96,04, maka dibulatkan menjadi 100 responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

1. Metode penelitian Lapangan (Field Research)

Dengan mengunjungi objek penelitian guna memperoleh data – data yang diperlukan untuk menyusun suatu penelitian. Data tersebut dapat diperoleh melalui:

a. Observasi

Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung terhadap kegiatan karyawan PT. Ace Hardware cabang Bekasi Barat sehingga hasil observasi tersebut dapat dibandingkan dengan hasil wawancara untuk memperoleh data dan bukti yang akurat.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada para karyawan yang bekerja di PT Ace Hardware cabang Bekasi Barat

c. Penelitian Kepustakaan

Penelitian dengan cara mengumpulkan data dengan cara membaca dan mempelajari buku – buku yang ada dan sumber data lainnya berkaitan dengan pembahasan masalah yang dibutuhkan.

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif Sugiyono (2017) yaitu jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau interpretasi yang dinyatakan secara bilangan dan angka. Angka disebutkan disini merupakan hasil dari tanggapan atas pernyataan kuesioner yang diberikan kepada responden.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2017) yang dimaksud dengan data primer adalah sumber data yang secara langsung menyediakan data untuk pengumpulan data. Data primer ini diambil dari hasil survei kuesioner yang disebarakan melalui Kuesioner kepada responden.

3.5 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

3.5.1 Operasional Variabel

Definisi operasional variabel menjelaskan secara tertentu yang dilakukan oleh penulis dalam mengukur suatu variabel yang akan digunakan. Dalam penelitian ini variabel bebas (*independent variable*) yang digunakan adalah *citra merek* (X1), *kualitas pelayanan*(X2) dan *promosi* (X3), variabel terikat (*dependent variable*) yang digunakan yaitu *Keputusan pembelian* (Y).

1. Variabel Independent

a. Citra Merek (X1)

Mengacu pada konsep yang dikemukakan Ningsih &Ratnawati (2021) dalam Citra merek merupakan Citra merek merupakan serangkaian asosiasi (persepsi) yang ada dalam benak konsumen terhadap suatu merek, biasanya terorganisasi menjadi suatu

makna. Citra merek dapat diukur melalui indikator sebagai berikut: Visibility, Credibility (kredibilitas), Attraction (daya tarik), Power (kekuatan).

b. Kualitas Pelayanan (X2)

Mengacu pada konsep Kottler & Keller (2016:174) Kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen dan dapat diukur Indikator yang di teliti: Bentuk fisik yang berwujud, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati

c. Promosi (X3)

Mengacu pada konsep Kotler & Armstrong (2016:432) dalam penelitian ini ialah bahwa promosi penjualan ialah segala bentuk promosi dan insentif yang ditawarkan kepada calon konsumen ataupun pelanggan dan untuk agen retailer oleh perusahaan yang bertujuan untuk menarik minat beli dan menambah jumlah pembelian dengan kurun waktu dan dapat diukur indikator-indikator sebagai berikut : Advertising dan Promosi.

2. Variabel Dependent

a. Keputusan Pembelian (Y)

Mengacu pada konsep Kotler & Armstrong (2016:116) Keputusan pembelian ialah Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternative. dalam peneliti ini dapat diukur melalui indikator-indikator sebagai berikut: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian

Tabel 3.1 Operasional Variabel Indikator Dan Sub Indikator

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
1.	<i>Citra Merek</i> (X1)	✓ Brand Identity	1. Logo	1,
			2. Kemasan	2
			3. Lokasi	3
		✓ Brand Personality	1. Karakter Khas	4
		✓ Brand association	1. Sponsorship	5
			2. Kegiatan Sosial	6
		✓ Brand Attitude & Behavior	1. Sikap	7
			2. Perilaku Komunikasi	8
		✓ Brand Benefit	1. Nilai Produk	9
2.	<i>Kualitas Pelayanan</i> (X2)	✓ Produk Fisik (<i>Tangibles</i>)	1. Produk	10
		✓ Kehandalan	1. Ketepatan	11
			2. Dapat Dipercaya	12
		✓ Daya Tanggap	1. Respon	13
		✓ Jaminan	1. Pengetahuan	14
			2. Keramahan	15
✓ Empati	1. Memahami kebutuhan pelanggan	16		
3.	<i>Promosi</i> (X3) (Tjiptono, 2016)	✓ Advertising	1. Iklan	17
		✓ Promosi	1. Diskon	18
			2. Kupon	19

4.	<i>Keputusan pembelian (Y)</i>	✓ Pengenalan Masalah	1. Pemenuhan Kebutuhan	20
			2. Daya Tarik	21
			3. Keinginan Membeli	22
		✓ Pencarian Informasi	1. Kualitas Produk	23
			2. Pengaruh Komersial	24
			3. Rekomendasi	25
		✓ Evaluasi Alternatif	1. Alternatif jasa	26
			2. Keyakinan pembeli	27
			3. Respon Pembeli	28
		✓ Keputusan Pembelian	1. Keputusan	29
			2. Sesuai keinginan	30

Sumber: Diolah oleh Peneliti

3.5.2 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2016) skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan Panjang pendeknya interval dalam alat ukur, sehingga suatu alat ukur bila digunakan dalam suatu pengukuran menghasilkan data kuantitatif.

Teknik pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2016:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Variabel - variabel yang akan diukur kemudian diubah menjadi indikator variabel, yang kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa kuesioner dan pertanyaan. Tangapan setiap item instrument menggunakan skala likert berkisar dari

sangat positif hingga sangat negatif. Skala likert digunakan untuk mengukur penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.2 Skala Pengukuran

Kategori	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Diolah oleh Peneliti

3.6 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.6.1 Uji Keabsahan

Uji keabsahan data penelitian, sering ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian kuantitatif , kriteria yang utama terhadap data hasil penelitian adalah valid, reliabel dan objektif. Berikut metode uji keabsahan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu data kuesioner. Suatu data kuesioner dikatakan valid jika butir pertanyaan mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai Correlated item-Total Correlation dengan nilai r table, untuk degree of freedom (df)=n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan $\alpha = 0,5$. Jika r hitung lebih besar dari r table dan nilai positif maka butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Hasil uji reliabilitas dengan bantuan SPSS akan menghasilkan Cronbach Alpha. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, Cronbach Alpha lebih dari 0,70 (Ghozali, 2016a).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan 3 (tiga) uji asumsi klasik, antar lain sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah dalam suatu model regresi, variabel pengganggu atau variabel residul berdistribusikan normal. Uji normalitas data dapat menggunakan analisis *Kolmogorov-Smirnov Test*. Jika nilai signifikan dari pengujian *One Sample Kolmogorov Smirnov Test* $> 0,05$ maka data mempunyai distribusi normal (Janie, 2012).

Uji normalitas data dapat menggunakan analisis p-plot. Apabila data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi syarat normalitas. Jika data terdistribusikan di sekitar garis diagonal dan garis menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi melanggar asumsi normalitas. Jika data menyebar dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau tidak ke garis diagonal, model regresi melanggar asumsi normalitas.

b. Uji Multikolineartis

Uji multikolineartisdirancang untuk menguji apakah model regresi menemukan korelasi yang tinggi atau korelasi yang sempurnan antara variabel independent tidak dapat ditentukan dan nilai kesalahan standar menjadi tak terbatas (Janie, 2012).

Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai *variance inflation factor* (VIF) tinggi (karena $VIF=1/Tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai Tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 1 maka dinyatakan terjadi gejala multikolinearitas. Sebaliknya apabila nilai tolerance $> 0,10$ atau VIF < 1 maka dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas (Janie, 2012).

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi memiliki varian yang sama. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, antara lain dengan melihat grafik scatterplots dan menggunakan Uji Glejser. Analisis dengan grafik scatterplots memiliki kelemahan yang sangat signifikan sehingga diperlukan uji statistik yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya dibawah heterokedasrisitas yaitu dengan Uji Glejser (Janie, 2012).

3.6.3 Pengujian Hipotesis

3.6.3.1. Uji Parsial (uji T)

Pengaruh suatu variabel independen secara individual untuk menjelaskan perubahan variasi variabel dependen hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (β_i) sama dengan nol. Cara untuk melakukan uji t adalah dengan membandingkan perbedaan antara nilai rata-rata dengan standar error dari perbedaan rata-rata dua sampel (Ghozali,

2016:84). Dalam penelitian pengujian hipotesis (uji t) menggunakan dukungan program SPSS, yaitu dengan membandingkan signifikansi hitung masing-masing variabel bebas terhadap variabel $\alpha = 5\%$ atau 0,05.

1. Perumusan Hipotesisnya

$H_0 = b_1 < 0$, yang berarti tidak ada pengaruh yang positif variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat y (Minat Beli).

$H_a = b_1 > 0$, yang berarti ada pengaruh yang positif variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat Y (Minat Beli).

1. Kriteria pengakuannya adalah :

H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$) H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $T_{hitung} < T_{tabel}$ ($\alpha = 0,05$).

3.6.3.2. Koefisien Determinasi (uji r^2)

Koefisien determinasi menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat atau sejauh mana kontribusi variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah analisis berganda. Regresi berganda sering digunakan untuk menyelesaikan analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas.