

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian metode kuantitatif lebih menekankan pada analisis data numerik (angka) yang diolah dengan metode statistik. Sedangkan penelitian lapangan adalah penelitian yang menggunakan kehidupan nyata sebagai tempat kajian.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di usaha konveksi Djempoel Apparel Industries yang beralamatkan di jalan Kemasan Tengah, Barabai Selatan Kelurahan Barabai kabupaten Hulu Sungai Tengah provinsi Kalimantan Selatan. Pemilihan lokasi ini dipilih secara sengaja dengan berdasarkan pertimbangan sesuai tujuan peneliti.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah para pemakai produk seragam persatuan organisasi maupun non organisasi serta produk non

seragam berupa baju kaos yang dikeluarkan oleh konveksi Djempoel Apparel Industries Barabai yang berjumlah 148 populasi.

2. Sampel

Sampel adalah wakil dari populasi yang ciri-cirinya akan diungkapkan dan digunakan untuk memperkirakan ciri-ciri populasi (Nurdin, 2019:95). Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik *non-probability sampling*, yaitu setiap elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Ulfah, 2021:40), bahkan kemungkinan terpilihnya beberapa anggota tidak diketahui. Teknik yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah suatu metode penentuan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2016:85). Adapun sampel dalam penelitian ini adalah responden yang memenuhi kriteria berikut:

- a) Konsumen berumur 17-45 tahun berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan.
- b) Konsumen yang pernah membeli produk Djempoel Apparel Industries Barabai.
- c) Konsumen yang membeli produk Djempoel Apparel Industries Barabai selama dua bulan terakhir.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Slovin* dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

$$n = \frac{14}{1 + (148 \times 0,05^2)}$$

$$n = \frac{148}{1 + (148 \times 0,025)}$$

$$n = \frac{148}{1 + 3,7}$$

$$n = \frac{148}{4,7} = 31,4893617$$

$$n = 31(\text{dibulatkan})$$

Maka berdasarkan perhitungan menggunakan rumus di atas, di dapatlah sampel sebanyak 31 orang.

D. Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Siregar, 2017:16). Sumber data dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang dikumpulkan dari pemakai produk Djempoel Apparel Industries Barabai.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan pemerintah, artikel, buku-buku, dan lain sebagainya (Jaya, 2020:85). Data Sekunder pada penelitian yang diperoleh ini adalah berasal dokumen yang ada pada Konveksi Djempoel Apparel Industries Barabai dan dokumen-dokumen pada lembaga pemerintah.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014:142). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

F. Desain Pengukuran

1. Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian (Gainau, 2016:24). Dalam penelitian ini melibatkan dua variabel bebas (*independent*) dan satu variabel terikat (*dependent*).

- a. Variabel bebas (*Independent variable*), merupakan variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah:
 - 1) Citra merek
 - 2) Kepercayaan Merek
- b. Variabel Terikat (*Dependent variable*), merupakan variabel yang memberikan reaksi/respons jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Narimawati, 2020:5).

2. Skala pengukuran

Adapun yang menjadi skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. 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. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai

titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan (Ansori, 2020:76).

Dalam melakukan penelitian terhadap variabel yang akan diuji pada setiap jawaban akan diberi skor, skala likert menggunakan lima tingkatan jawaban yang diberi skor, yaitu:

Tabel 3 Instrumen Pengukuran

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	RG = Ragu-ragu	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Kurniawan, 2021:1). Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Alat yang digunakan untuk penelitian ini adalah kuesioner. Instrumen kuesioner ini dikembangkan dari variabel penelitian, baik variabel independen maupun dependen. Sebagaimana dijelaskan di tabel berikut:

Tabel 4 Kisi-kisi instrumen penelitian

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
----------	-----------	------------------

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Citra merek (X1)	1. Kekuatan merek (<i>brand strength</i>) 2. Keunikan merek (<i>brand unique</i>) 3. Kesukaan merek (<i>brand favobility</i>)	Skala Likert
Kepercayaan merek (X2)	1. <i>Brand Characteristics</i> 2. <i>Company Characteristic</i> 3. <i>Consumer Brand Characteristic</i>	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	1. <i>Product choice</i> (pilihan produk). 2. <i>Brand choice</i> (pilihan merek). 3. <i>Dealer choice</i> (pilihan tempat penyalur). 4. <i>Purchase amount</i> (jumlah pembelian atau kuantitas). 5. <i>Purchase timing</i> (waktu pembelian). 6. <i>Payment method</i> (metode pembayaran).	Skala Likert

G. Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang dapat digunakan untuk mengumpulkan, mengolah, dan mengevaluasi data dari responden dengan menggunakan pola pengukuran yang sama (Siregar, 2015:46).

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat apakah elemen-elemen dalam daftar pertanyaan dapat digunakan untuk mendefinisikan suatu variabel. Korelasi antara skor pertanyaan dengan skor keseluruhan konstruk atau variabel valid

digunakan dalam penelitian ini sebagai uji validitas. Ketentuan validitas instrumen dinyatakan valid apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Istilah "pengujian reliabilitas" mengacu pada proses menentukan apakah suatu instrumen cukup baik untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data atau tidak. Instrumen yang telah terbukti dapat dipercaya dan reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Untuk mendapatkan indeks ketergantungan pertanyaan dalam satu kesempatan, yaitu mengukur pertanyaan hanya sekali dan kemudian membandingkan hasilnya dengan pertanyaan lain atau untuk mengevaluasi korelasi antara jawaban atas pertanyaan. Uji statistik *Cronbach Alpha* (α) digunakan oleh SPSS untuk menentukan reliabilitas. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha (α) lebih besar dari 0,60 (Hidayat, 2021:23).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menentukan apakah suatu distribusi data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yang didefinisikan sebagai distribusi data berbentuk lonceng (*bell shaped*). Data “baik” memiliki pola, seperti distribusi normal, di mana distribusi data tidak miring ke kiri atau ke kanan (Santoso, 2017:42). Uji normalitas dilakukan dalam penelitian ini

dengan menggunakan teknik statistik yang disebut uji Kolmogorov-Smirnov.

Uji Kolmogorov-Smirnov membandingkan distribusi data (yang akan diperiksa normalitasnya) dengan distribusi normal baku. Berikut ini adalah dasar pengambilan keputusan untuk menentukan apakah data yang akan dikerjakan normal atau tidak:

- 1) Jika nilai signifikan (\geq) maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikan (\leq) maka data tidak berdistribusi secara normal (Komputer, 2017:12).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui apakah ada variabel bebas dalam suatu model yang memiliki kemiripan satu sama lain (Sujarweni, 2016:230). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinieritas maka bisa dilihat dari dua hal berikut:

- 1) Jika nilai tolerance $\leq 0,10$, maka terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika nilai VIF ≥ 10 , maka terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah uji statistik yang mencari perbedaan variance residual satu periode pengamatan dibandingkan periode lainnya.

Cara mengetahui apakah heteroskedastisitas suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *scatterplot*. Regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas apabila (Sujarweni, 2016:232):

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas dan di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

H. Teknik Analisis Data

Prosedur analisis digunakan dengan bantuan perangkat lunak SPSS *Statistics 22 For Windows* untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini.

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel citra merek (X1) dan kepercayaan merek (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dalam penelitian ini. Adapun rumus regresi linier berganda yang digunakan menurut Sugiyono (2017:267) adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian (variabel terikat)

X₁ = Citra merek (variabel bebas)

X₂ = Kepercayaan merek (variabel bebas)

α = Konstanta

b₁ b₂ = Koefisien regresi masing-masing variabel bebas

e = *error term*

2. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel *independent* dengan variabel *dependent* dalam penelitian ini, maka dilakukan pengujian-pengujian hipotesis yang meliputi: uji-t (uji signifikan parsial), uji F (uji simultan) dan koefisien determinasi (*Adjusted R²*).

a. Uji t (Uji Signifikan Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji kemampuan masing-masing variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen secara sendiri-sendiri (parsial) (Darma, 2021:41). Pengujian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Faktor-faktor berikut digunakan untuk menentukan apakah suatu hipotesis harus ditolak atau diterima:

- 1) Hipotesis diterima jika nilai signifikansi kurang atau sama dengan 0,05.
- 2) Hipotesis ditolak jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Berdasarkan nilai t hitung dan t table yaitu:

- 1) Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F menentukan apakah semua variabel independen memiliki pengaruh simultan terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel; jika F hitung lebih besar dari F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima (Darma, 2021:48). Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berikut ini adalah syarat untuk menerima atau menolak hipotesis:

- 1) Hipotesis diterima jika nilai signifikansi kurang atau sama dengan 0,05.
- 2) Hipotesis ditolak jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

c. Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur proporsi variasi pada variabel dependen yang telah dijelaskan oleh regresi. R^2 adalah angka yang berkisar dari 0 hingga 1, jika $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang sempurna. Sedangkan jika $R^2 = 1$, maka terdapat keterkaitan antara variasi Y dan X, atau variasi Y dapat dijelaskan seluruhnya oleh X (Darma, 2021:53-54).