

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *Field Research* (Penelitian Lapangan). Menurut Sumadi (1998) *Field Research* (Penelitian Lapangan) adalah metode penelitian yang melibatkan investigasi dan pengumpulan informasi secara langsung di lokasi penelitian.

Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan data angka dalam menguji hipotesis. Penelitian kuantitatif melibatkan pemilihan populasi atau sampel yang tertentu, penggunaan instrumen penelitian untuk mengumpulkan data, dan penerapan metode kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono 2015).

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dilakukannya penelitian (Kurniawan & Puspitaningtyas 2016). Penelitian ini dilakukan di kawasan Banjarmasin berdasarkan pertimbangan bahwa masih belum ada penelitian sebelumnya yang membahas terkait pengaruh Duta merek, citra merek, dan cita rasa terhadap keputusan pembelian susu UHT Ultra Milk di wilayah Banjarmasin. Oleh karena itu, peneliti memilih lokasi ini sebagai target penelitian.

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merujuk pada individu, objek, atau organisme yang digunakan sebagai sumber informasi untuk pengumpulan data dalam penelitian (Kurniawan & Puspitaningtyas 2016). Subjek yang dijadikan dalam penelitian ini adalah para penggemar K-Pop yang ada di Banjarmasin.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan suatu sifat keadaan yang menjadi fokus atau tujuan yang ingin diteliti atau dianalisis. (Kurniawan & Puspitaningtyas 2016). Adapun yang menjadi objek penelitian ini yaitu keputusan pembelian, daya merek, citra merek dan cita rasa terhadap produk susu UHT Ultra Milk.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merujuk pada keseluruhan wilayah umum yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik atau ciri-ciri tertentu yang ingin dipelajari atau diambil kesimpulannya (Sugiyono 2015). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para penggemar K-Pop di Banjarmasin yang jumlahnya tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan jumlah dan karakteristik tertentu dari suatu populasi atau sebagian kecil dari anggota populasi tersebut yang diambil dengan prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi secara keseluruhan (Sugiyono 2015).

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode penentuan sampel yang dilakukan dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu yang sesuai penelitian (Sugiyono 2015). Kriteria yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut :

- a. Seorang penggemar K-Pop yang menyukai ITZY dan Stray Kids.
- b. Penggemar K-Pop yang pernah membeli produk susu UHT Ultra Milk.

Karena jumlah populasi penggemar K-Pop di Banjarmasin tidak diketahui, maka teknik penentuan jumlah sampling yang digunakan dalam rumus Lemeshow (1997) dalam (Wibowo 2022) yaitu:

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

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

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = nilai standar = 1,96

$p = \text{maksimal estimasi} = 50\% = 0,5$

$d = \text{sampling error} = 10\%$

Maka diperoleh sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden.

E. Data dan Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah dari mana data dapat diperoleh. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah

1. Data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian menggunakan alat pengukuran atau metode pengambilan data langsung (Sudaryana & Agusiady 2022). Dengan metode pengambilan data yaitu kuesioner.
2. Data sekunder adalah data pendukung yang diperoleh dari hasil studi kepustakaan seperti buku-buku referensi, literatur internet dan lain untuk memperoleh informasi.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner adalah sebuah teknik pengumpulan data tidak langsung di mana peneliti tidak berinteraksi langsung dengan responden. Instrumen ini berisi daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden untuk memberikan informasi yang dibutuhkan (Kurniawan & Puspitaningtyas 2016). Beberapa prosedur yang dilakukan dalam pengambilan data ini adalah sebagai berikut: Pertama,

menyebarkan kuesioner kepada target responden yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam penelitian ini, target responden adalah para penggemar K-Pop yang berada di Banjarmasin. Kedua, meminta responden untuk mengisi kuesioner yang telah dibagikan. Ketiga, kuesioner yang telah diisi oleh responden dikumpulkan. Keempat, data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan aplikasi statistik, yaitu *SPSS24*.

G. Variabel Penelitian

Terdapat 4 variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu Keputusan Pembelian (Y), Duta Merek (X1), Citra Merek (X2) dan Cita Rasa (X3).

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen (variabel terikat) adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel lain dalam penelitian (variabel independen). Variabel dependen yang dipilih peneliti dalam penelitian ini adalah variabel keputusan pembelian (Y).

2. Variabel Independen (X)

Variabel independen (variabel terikat) adalah variabel yang berpengaruh atau menjadi penyebab perubahan atau kemunculan variabel dependen (terikat). Variabel independen yang dipilih peneliti dalam penelitian ini adalah variabel Duta merek (X1), citra merek (X2) dan cita rasa (X3).

H. Desain Pengukuran dan Instrumen Kuesioner

Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2015) skala Likert adalah alat yang digunakan untuk mengukur pendapat, persepsi, dan sikap seseorang terhadap suatu objek yang sedang diteliti. Kategori penilaian dalam penelitian dari pernyataan diberi skor 1-5, yaitu:

- Skor 5 = Sangat setuju (SS)
- Skor 4 = Setuju (S)
- Skor 3 = Netral (N)
- Skor 2 = Tidak setuju (TS)
- Skor 1 = Sangat tidak setuju (STS)

Menurut Sugiyono, Instrumen penelitian ialah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati di lapangan. Adapun instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

| Variabel | Indikator | Skala |
|---|---|--------------|
| Duta Merek (X1) Rossiter dan Percy (1997) | <i>Visibility</i> (Kepopuleran) | Likert |
| | <i>Credibility</i> (Kredibilitas) | |
| | <i>Attraction</i> (Daya Tarik) | |
| | <i>Power</i> (Kekuatan) | |
| Citra Merek (X2) Kotler dan Keller (2016) | Keunggulan asosiasi merek | Likert |
| | Kekuatan asosiasi merek | |
| | Keunikan asosiasi merek | |
| Cita Rasa (X3) Hadi & AlFarisi (2016) | Penampilan produk yang enak untuk dilihat | Likert |
| | Bau yang sedap pada | |

| | | |
|--|--|--------|
| | produk | |
| | Rasa nikmat ketika dimakan | |
| | Suhu produk yang ideal | |
| Keputusan Pembelian (Y) Kotler & Keller (2012) | Kemantapan pada sebuah produk | Likert |
| | Kebiasaan dalam membeli produk | |
| | Memberikan rekomendasi pada orang lain | |
| | Melakukan pembelian ulang | |

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan perangkat lunak SPSS 24. Dalam hal ini teknik analisis data penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Instrumen

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai apakah suatu kuesioner valid atau tidak. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaan di dalamnya dapat mengukur dengan tepat apa yang ingin diukur (Priyatno 2014). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan

nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Penentuan nilai r_{tabel} dilakukan dengan melihat nilai df (*degree of freedom*). Rumus menentukan nilai df yaitu, $df = n-2$ dimana n adalah jumlah sampel. Pengukuran uji validitas dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ artinya data dinyatakan valid.
- 2) Apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ artinya data dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur seberapa konsisten suatu tes apabila pengujian dilakukan berulang-ulang kali (Priyatno 2014). Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai dari koefisien *Cronbach Alpha* untuk masing-masing instrumen dalam variabel. Pengukuran uji reliabilitas dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Apabila nilai koefisien *Cronbach Alpha* $> 0,60$ artinya data dinyatakan reliabel.
- 2) Apabila nilai koefisien *Cronbach Alpha* $< 0,60$ artinya data dinyatakan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kelayakan dari suatu model regresi. Sebelum melakukan analisis regresi, uji asumsi klasik harus dilakukan terlebih dahulu.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam model regresi digunakan untuk memeriksa apakah nilai residual yang dihasilkan dari analisis regresi memiliki

distribusi yang normal atau tidak (Gunawan 2018). Model regresi yang baik adalah saat data memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Untuk mengetahui kenormalan model regresi, maka uji yang digunakan adalah uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Pengukuran uji normalitas dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika nilai *Asymp. Sig* $> 0,05$ artinya data berdistribusi secara normal.
- 2) Jika nilai *Asymp. Sig* $< 0,05$ artinya data tidak berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (independen) dalam model regresi. Dalam model regresi yang baik, seharusnya tidak ada korelasi di antara variabel bebas (Gunawan 2018). Pengukuran uji multikolinearitas dilakukan dengan kriteria sebagai berikut

- 1) Jika nilai *Varians Inflation Factor* (VIF) $> 10,00$ dan nilai *tolerance* $< 0,10$ artinya data dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas.
- 2) Jika nilai *Varians Inflation Factor* (VIF) $< 10,00$ dan nilai *tolerance* $> 0,10$ artinya data dinyatakan terdapat gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah uji untuk melihat apakah varians residual menunjukkan perbedaan (tidak konstan) di antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Model regresi yang baik ialah varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap (konstan), dalam pengertian lain yaitu bebas dari gejala heteroskedastisitas (Gunawan 2018). Penelitian ini menggunakan uji Glesjer untuk menguji heteroskedastisitas. Pengukuran uji heteroskedastisitas dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ artinya bebas dari gejala heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ artinya terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda ialah analisis yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh atau hubungan suatu variabel terikat antara dua atau lebih variabel bebas. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X_1 = Duta Merek

X_2 = Citra Merek

X_3 = Cita Rasa

e = Standart error

4. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang masih perlu diuji. Oleh karena itu hipotesis digunakan sebagai untuk menguji kebenaran suatu teori.

a. Uji F (simultan)

Uji F ialah alat yang digunakan untuk menentukan apakah secara bersama-sama (simultan) seluruh variabel independen (bebas) yang diteliti memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat) (Priyatno 2022). Pengujian ini dilakukan menggunakan tingkat signifikan level 0,05 ($\alpha=5\%$). Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai f_{hitung} dengan f_{tabel} dan melihat nilai signifikansi. Nilai f_{tabel} ditentukan dengan rumus :

$$f_{tabel} = k ; n - k$$

Keterangan :

k = jumlah variabel bebas

n = jumlah sampel

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

H_0 : Duta merek, citra merek dan cita rasa tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk susu

UHT Ultra Milk.

H_1 : Duta merek, citra merek dan cita rasa berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk susu UHT Ultra Milk.

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Bila nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara semua variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Bila nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara simultan variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

b. Uji T (parsial)

Uji T adalah alat untuk menguji apakah tiap variabel independen (bebas) secara sendiri-sendiri (parsial) terdapat pengaruh terhadap variabel dependen (terikat) (Priyatno 2022). Uji T dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dan melihat nilai signifikansi.

Nilai t_{tabel} ditentukan dengan rumus :

$$t_{tabel} = \frac{\alpha}{2}; n - k - 1$$

Keterangan :

α = tingkat signifikansi

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel bebas

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

H_0 : Duta merek, citra merek dan cita rasa tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk susu UHT Ultra Milk.

H_a : Duta merek, citra merek dan cita rasa berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk susu UHT Ultra Milk.

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel bebas terhadap variabel terikat.
- 2) Bila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel bebas dengan variabel terikat.

5. Analisis Koefisien Determinan (R^2)

Analisis koefisien determinan bertujuan untuk menilai sejauh mana proporsi atau persentase dari total variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai koefisien determinan, yang berada dalam rentang dari nol hingga satu ($0 < R^2 < 1$), digunakan untuk mengukur pengujian ini.

Rendahnya nilai R^2 mengindikasikan bahwa variabel bebas memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variabel terikat. Sebaliknya, semakin mendekati nilai satu (1), menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat semakin tinggi. *Adjusted R-Square* adalah versi koreksi dari nilai R-Square (R^2). Nilai ini dirancang untuk mengatasi kelemahan *R-Square* yang cenderung meningkat setiap kali variabel baru ditambahkan ke model. Sedangkan untuk nilai *Adjusted R-Square* tidak selalu meningkat apabila variabel baru ditambahkan. *Adjusted R-Square* umumnya digunakan dalam model regresi yang melibatkan tiga atau lebih variabel terikat (Priyatno 2022).