

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan sebuah susunan rencana yang dibuat oleh para peneliti untuk menyusun alur penelitian yang akan dilakukan. Rancangan penelitian ini disusun dengan cermat agar tidak terjadi tumpang tindih pada variabel yang digunakan.⁴⁵ Dalam penelitian ini, rancangan yang digunakan peneliti adalah rancangan penelitian kuantitatif. Definisi penelitian kuantitatif merupakan proses memperoleh informasi dimana datanya bersumber dari angka yang kemudian diolah menggunakan metode statistik.⁴⁶

Penelitian kuantitatif mengandung hubungan sebab akibat yang mana adanya variabel yang mempengaruhi variabel independen dan variabel yang dipengaruhi variabel dependen. Penelitian ini terdiri atas dua variabel X (independen) yakni X_1 : *brand awareness*, X_2 : *brand image* dan satu variabel Y (dependen) yakni Y : keputusan pembelian konsumen.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional digunakan untuk memberikan penjelasan terkait dengan variabel-variabel yang akan digunakan.⁴⁷ Penelitian ini mencakup definisi operasional dari variabel yang diteliti, sebagaimana berikut:

⁴⁵ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. Pipih Latifah, Pertama (Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA, 2013).

⁴⁶ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*, ed. Reka Studio Grafis (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2011).

⁴⁷ Ph.D Ir. S. Benny Pasaribu, M.Ec. et al., *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis*, Ahmad Muha (Jakarta: MEDIA EDU PUSTAKA, 2022).

a. Variabel Independen (variabel bebas: X)

Istilah variabel bebas juga bisa disebut variabel stimulus, dimana artinya variabel lain dapat dipengaruhi oleh variabel bebas ini. Penggunaan variabel bebas dapat dengan cara mengukur, manipulasi, atau pilihan dari peneliti sendiri yang bertujuan untuk melihat hubungan yang mungkin dihasilkan dari suatu gejala yang sedang diteliti.⁴⁸

b. Variabel *Brand Awareness* (X_1)

Brand Awareness diartikan sebagai kemampuan calon konsumen untuk mengidentifikasi atau mengingat bahwa suatu merek termasuk dalam kategori produk tertentu.⁴⁹

c. Variabel *Brand Image* (X_2)

Brand Image dapat diartikan sebagai persepsi atau gambaran seorang konsumen mengenai merek tertentu, yang lahir melalui pengalaman, interaksi, serta komunikasi mengenai merek tersebut.⁵⁰

d. Variabel Dependen (variabel terikat: Y)

Pengertian variabel terikat atau dependen merupakan variabel yang menunjukkan respon atau reaksi terhadap variabel independen ketika keduanya saling berkaitan.⁵¹ Penelitian ini menggunakan variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.

⁴⁸ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, 1st ed. (Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2006).

⁴⁹ Wisesa, "Studi Keputusan Pembelian Makanan Oleh-Oleh Khas Surabaya: Peran Brand Awareness Dan Kualitas Produk."

⁵⁰ Ida Ayu Chintia Pramesti and Gede Bayu Rahanatha, "Peran Brand Image Memediasi Pengaruh Word Of Mouth (Wom) Terhadap Niat Beli Konsumen," *E-Jurnal Manajemen* 8, no. 1 (2019), <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i1.p5>.

⁵¹ Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan lokasi penelitian yang berada di Kota Kediri, Jawa Timur.

D. Populasi dan Sampel

Populasi dapat diartikan sekumpulan elemen yang memiliki setidaknya satu karakteristik umum. Populasi bisa terbagi menjadi beberapa sub-kelompok yang saling berhubungan.⁵² Menurut Sugiyono, populasi merupakan suatu wilayah yang terdiri atas objek-objek atau subjek-subjek yang memiliki kualitas dan ciri-ciri tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari lebih lanjut dan menarik kesimpulan tentang objek atau subjek tersebut.⁵³ Penelitian ini, populasi yang digunakan adalah keseluruhan konsumen yang menggunakan produk *skincare* Kahf Kota Kediri. Karena populasi ini bersifat tidak terhingga, maka digunakan metode sampling untuk menentukan jumlah sampel yang *representative*.

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih menggunakan teknik tertentu untuk mewakili populasi dalam penelitian.⁵⁴ Untuk menentukan ukuran sampel yang *representatif* dari populasi maka pada penelitian ini penentuan sampelnya mengacu pada Roscoe yang dikutip oleh Sekaran, bahwa sampel sebaiknya berukuran 10 kali lebih besar dari jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian.⁵⁵ Penelitian ini

⁵² Ade Heryana, "Populasi Dan Sampel," *Pontificia Universidad Catolica Del Peru* 8, no. 33 (2017): 44.

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, ed. Apri Nuryantoo (Bandung: Alfabeta, CV, 1999).

⁵⁴ Hesi Eka Puteri, "Menentukan Populasi Dan Sampel," *Riset Ekonomi Dan Perbankan Islam*, no. April (2020): 2.

⁵⁵ Uma Sekaran, *Metode Penelitian Bisnis*, Ed. 4 (Jakarta: Salemba Empat, 2006).

menggunakan 4 indikator untuk mengukur *brand awareness* dan 3 indikator untuk mengukur *brand image*, serta 4 indikator untuk mengukur keputusan pembelian, maka total jumlah indikator adalah 11 indikator. Jadi, ukuran sampel minimal yang dibutuhkan adalah 110 responden.

E. Pengumpulan Data

Menurut Hermansyah data merupakan sekumpulan informasi atau data yang dikumpulkan sebagai *representasi* fakta penelitian yang dapat dipahami dan digunakan.⁵⁶ Dalam penelitian kuantitatif, data dapat dikumpulkan melalui cara pengukuran, dimana data yang diperoleh akan diolah hingga tahap berikutnya.⁵⁷ Penelitian ini dalam memperoleh data dilakukan melalui metode menyebarkan kuisisioner atau angket kepada konsumen produk *skincare* Kahf Kota Kediri. Sumber data berasal dari data primer, yaitu data yang didapatkan peneliti secara langsung melalui kuesioner yang dijawab oleh responden atau informan.⁵⁸ Data primer merupakan data yang diperoleh dari data yang pertama kali dikumpulkan oleh peneliti langsung dari subjek penelitian yang digunakan sebagai alat ukur. Data yang diperoleh belum pernah menjadi subjek penelitian sebelumnya disini dan pengumpulan datanya dilakukan dengan cara penyebaran langsung berupa kuisisioner atau angket dan juga didukung oleh data sekunder yang diperoleh dari beberapa buku dan jurnal penelitian terkait.⁵⁹

⁵⁶ Isra Adawiyah Siregar, "Analisis Dan Interpretasi Data Kuantitatif," *ALACRITY: Journal of Education*, 2021, <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.25>.

⁵⁷ Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi Dan Pendidikan*, ed. Budi Santoso, Cet. 4 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012).

⁵⁸ Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*.

⁵⁹ Syafnidawaty, "Perbedaan Data Primer Dan Data Sekunder," *Raharja.Ac.Id*, 2020.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat seorang peneliti untuk mengukur fenomena yang ada yang akan digunakan sebagai data untuk fenomena atau variabel penelitian.⁶⁰ Penggunaan instrumen yang sama bukan berarti akan menghasilkan hasil yang sama dan belum tentu dapat dilakukan oleh peneliti lainnya walaupun mengandung kesamaan pada unsur variabelnya.⁶¹ Dalam penelitian ini, data akan dikumpulkan menggunakan instrumen dalam bentuk angket atau kuesioner. Kuesioner adalah instrumen yang isinya berupa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk dijawab. Masing-masing pertanyaan dalam kuesioner mencakup variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Data-data yang diperlukan dalam penelitian dikumpulkan melalui instrumen ini.⁶² Menurut Nazir, kuesioner adalah serangkaian pertanyaan yang logis yang sesuai dengan masalah penelitian, di mana masing-masing pertanyaan memberikan jawaban untuk menguji hipotesis.⁶³

Dalam penelitian ini, instrumen penelitian berupa kuesioner digunakan dengan memberikan sejumlah pertanyaan terkait variabel yang digunakan. Kuesioner tersebut disebarakan melalui media digital, yaitu Google Form. Metode ini dipilih untuk memudahkan akses dari mana saja dan mengurangi biaya serta tenaga yang diperlukan. Selain itu, penggunaan media digital mempermudah responden dalam menghemat waktu. Responden diminta menjawab setiap pertanyaan berdasarkan

⁶⁰ Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, 1st ed. (Depok: Rajawali Pers, 2017).

⁶¹ Helen Sabera Adib, "Teknik Pengembangan Instrumen Penelitian Ilmiah Di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam," *Sains Dan Teknoogi*, 2017.

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*.

⁶³ Sugiyono, "Pengertian Kuisisioner," *SELL Journal* 5, no. 1 (2013).

pengalaman mereka agar hasil penelitian sesuai dengan kenyataan, bukan data yang dimanipulasi.

G. Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses yang mencakup pengolahan, penyajian, interpretasi, dan analisis informasi untuk memberikan makna sehingga hasil dari dilakukannya penelitian dapat dipahami oleh pembaca.⁶⁴ Beberapa tahapan-tahapan melakukan analisis data antara lain:⁶⁵

a. *Editing*

Editing merupakan tahap pemeriksaan data yang diperoleh dari hasil penelitian untuk menghindari kesalahan atau kemungkinan masuknya data yang tidak memenuhi kriteria yang diperlukan. Beberapa aspek dalam proses *editing* yang diperlukan perhatian peneliti, yakni:

- 1) Pengambilan sampel
- 2) Kejelasan data
- 3) Kelengkapan data
- 4) Keserasian jawaban

b. *Coding*

Coding merupakan proses pembubuhan kode pada masing-masing data yang memiliki kesamaan kategori.⁶⁶ Angka-angka atau huruf dapat digunakan sebagai isyarat atau kode dengan tujuan agar

⁶⁴ Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*.

⁶⁵ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, 1st ed. (Jakarta: Bumi Aksara, 2017).

⁶⁶ Antonius Adolf Gebang et al., *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2022).

terdapat perbedaan diantara identitas atau data yang akan dianalisis.⁶⁷

Dalam penelitian ini, setiap kategori diberi kode antara lain:

- 1) Variabel pertama adalah *brand awareness* (X_1)
- 2) Variabel kedua adalah *brand image* (X_2)
- 3) Variabel ketiga yaitu keputusan pembelian (Y)

c. *Scoring*

Pada penelitian ini, *scoring* dilaksanakan dengan memberikan nilai pada angket setiap subjek. Setiap item dinilai berdasarkan peringkat sebagai berikut:

- 1) Sangat setuju (SS) = 5
- 2) Setuju (S) = 4
- 3) Netral (N) = 3
- 4) Tidak Setuju (ST) = 2
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) = 1⁶⁸

d. *Tabulating*

Tabulasi merupakan tahapan penyajian data pada tabel-tabel agar lebih mudah dipahami. Proses ini dilaksanakan dengan mengumpulkan setiap skor yang didapatkan melalui hasil penelitian.⁶⁹

⁶⁷ Nur Afrylyanty, "KETERSEDIAAN KOLEKSI DIGITAL DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PEMUSTAKA" (Universitas Pendidikan Indonesia, 2016), https://repository.upi.edu/25904/6/S_PSPI_1202788_Chapter3.pdf.

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, 27th ed. (Bandung, 2018).

⁶⁹ Nur Afrylyanty, "KETERSEDIAAN KOLEKSI DIGITAL DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PEMUSTAKA."

e. *Processing*

Processing merupakan langkah terakhir dalam melakukan pengolahan data yang mana dilakukan dengan menggunakan pengolahan statistik.

1) Uji Instrumen Penelitian

(a) Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran yang memberikan petunjuk seberapa jauh instrumen pengukur mampu mengukur apa yang ingin diukur.⁷⁰ Hasil dari uji SPSS menunjukkan bahwa Uji Validitas pada variabel adalah Valid. Sesuai dengan kriteria sebagaimana berikut :

- (1) Jika dilihat dari *pearson correlation* nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat disebut bahwa item tersebut valid dan bisa digunakan.
- (2) Jika dilihat dari *pearson correlation* nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat disebut bahwa item tersebut tidak valid dan tidak bisa digunakan.
- (3) Atau jika dilihat dari nilai sig (2-tailed) $< 0,05$, maka data dapat disebut valid.

(b) Uji Realibilitas

Uji realibilitas merupakan bentuk pengujiandengan tujuan memastikan bahwa suatu instrumen penelitian jika digunakan pada beberapa kali pengujian akan memberikan hasil yang sama atau

⁷⁰ Dodiet Aditya Setyawan, *Modul Statistika: Uji Validitas & Reliabilitas Instrumen Penelitian* (Surakarta: Poltekkes Kemenkes, 2014).

konsisten.⁷¹ Pengujian reliabilitas pada penelitian ini akan memakai IBM SPSS 23, dengan alpha yang dapat diinterpretasikan, sebagaimana berikut:

(1) Nilai alpha 0,00–0,2 dikatakan kurang reliabel

(2) Nilai alpha 0,21– 0,4 diartikan agak reliabel

(3) Nilai alpha 0,41–0,6 dikatakan cukup reliabel

(4) Nilai alpha 0,61–0,8 dikatakan reliabel

(5) Nilai alpha 0,81–1,0 dikatakan sangat reliabel

(c) Uji Asumsi Klasik

(1) Uji Normalitas

Definisi uji normalitas merupakan uji dimana penggunaannya untuk mengetahui bagaimana suatu variabel yang digunakan memiliki residual yang berdistribusi normal ataupun tidak. Menurut Imam Ghazali yang mengatakan bahwa dalam model regresi dapat dikatakan sebuah data berdistribusi normal apabila data plotting yang dihasilkan menggambarkan data sesungguhnya yang mengikuti garis lurus.⁷²

(2) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas artinya antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna (koefisien korelasinya tinggi

⁷¹ Jefri Putri Nugraha et al, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, 1 st (Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2023).

⁷² Mulyono, “Analisis Uji Asumsi Klasik-Management” (Binus University, 2019).

atau bahkan 1).⁷³ Imam Ghozali yang mengungkapkan bahwa sebuah variabel independen tidak mengalami gejala multikolinieritas apabila nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF $< 10,00$.

(3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengevaluasi adakah korelasi antara nilai residual dengan perubahan waktu atau urutan observasi yang mana tidak boleh terdapat korelasi dengan observasi sebelumnya. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Ketentuan yang dapat dilihat dalam mengambil keputusan dengan uji Durbin Watson adalah :⁷⁴

- (a) Jika $DW \leq DL$ atau $\geq 4-DL$, maka H_0 ditolak, berarti terdapat autokorelasi
- (b) Jika DW terletak antara DU dan 4-DU, maka H_0 diterima berarti tidak terdapat autokorelasi
- (c) Jika DW terletak antara DI dan dU atau diantara 4-DU dan 4-DL maka tidak terdapat kesimpulan yang pasti

(4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk mengevaluasi data yang ada apakah terdapat suatu ketidaksamaan variasi dari suatu residual pada model regresi linier

⁷³ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, Cet. 1 (Ponorogo: CV. Wade Group, 2016).

⁷⁴ Wiratma Suwarjeni, *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Mahasiswa Dan Umum* (Yogyakarta: Ardana Media, 2008).

berganda. Imam Ghozali mengatakan bahwa sebuah variabel tidak mengalami atau tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak menggambarkan sebuah pola yang jelas seperti bergelombang, melebar, atau menyempit.⁷⁵

(5) Uji Korelasi

Derajat hubungan yang linier antara dua variabel atau lebih merupakan arti dari korelasi dalam statistik. Uji korelasi dilakukan guna mengetahui sebuah hubungan pada setiap variabel yang dinyatakan dalam koefisien korelasi (r). Yang mana jenis hubungan pada variabel X dan Y dapat bersifat positif atau negatif. Nilai korelasi (r)= $-1 \leq 0 \leq 1$. Untuk mengetahui hubungan maka nilai korelasi berada pada -1 hingga 1 , sedangkan untuk mengetahui arah maka dinyatakan dalam bentuk positif (+) dan negatif (-).⁷⁶

Tabel 3.1
Pedoman Derajat Hubungan

Nilai <i>Pearson Correlation</i>	Keterangan
0,00 – 0,20	Tidak ada korelasi
0,21 – 0,40	Korelasi lemah
0,41 – 0,60	Korelasi sedang
0,61 – 0,80	Korelasi kuat
0,81 – 1,00	Korelasi sempurna

Sumber : Statistik Parametrik⁷⁷

6) Uji Regresi Berganda

Uji regresi berganda merupakan regresi dengan menggunakan satu atau beberapa variabel independen untuk

⁷⁵ Mulyono, "Analisis Uji Asumsi Klasik-Management."

⁷⁶ Husaini Usman, *Pengantar Statistika* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012).

⁷⁷ Husaini Usman.

menjelaskan hubungan satu sama lainnya.⁷⁸ Dengan tujuan untuk mengetahui nilai dari setiap variabel tersebut dan untuk mengetahui pengaruh variabel terikat, atau digunakan sebagai cara mencari hubungan fungsional dua variabel bebas atau lebih dengan variabel terikat.⁷⁹

Rumus regresi berganda:

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

Keterangan:

a : konstanta (titik potong Y)

b_1, b_2 : koefisien dari variabel X (koefisien determinasi)

Y : variabel dependen

X_1, X_2 : variabel independen

e : variabel error yang berdistribusi normal baku

7) Uji Hipotesis

(1) Uji T

Penggunaan uji T bertujuan untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Imam Ghozali yang mengatakan bahwa apabila nilai sig pada setiap variabel $< 0,05$ variabel independen (X) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y).⁸⁰ Dalam melakukan uji T ada beberapa langkah-langkah yang dapat dilakukan, yaitu:

(a) Menentukan hipotesis nihil dan alternatif yang akan digunakan.

Sebagaimana bahwa jika $H_0: \beta = 0$ maka diartikan bahwa

⁷⁸ I Made Yuliara, "Modul Regresi Linier Berganda," no. No. 2 (2016).

⁷⁹ I Made Yuliara.

⁸⁰ I Made Yuliara.

variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan jika $H_0: \beta \neq 0$, maka diartikan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen

(b) Signifikansi $\alpha = 0,05$, derajat kebebasan (dk) : $n-k$, $T_{\text{tabel}} = \alpha = 0,05$; dk

(c) Rumus uji T

$$t \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(d) Jika $\alpha < 0,05$ dan $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima (berpengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen)

(e) Jika $\alpha > 0,05$ dan $T_{\text{hitung}} < T_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak (tidak berpengaruh signifikan pada variabel independen terhadap variabel dependen)

(2) Uji F

Penggunaan uji F ditujukan untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Imam Ghozali mengatakan bahwa apabila nilai sig $< 0,05$, maka dapat diartikan bahwa pada variabel independen (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).⁸¹

⁸¹ Bambang Prasetyo and Lina Miftahul Jannah, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF : Teori Dan Aplikasi*, 1st ed. (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2008).

Cara menentukan Uji F:

- (a) Menentukan hipotesis yang digunakan H_0 (variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen) dan H_a (variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen)
- (b) Menentukan F hitung dan F tabel

Rumus F hitung

$$\frac{R^2/(n-1)}{(1-R^2)/(n-k)}$$

- (c) Membandingkan F hitung dengan F tabel
 - (d) $F \text{ hitung} \geq F \text{ tabel}$ (H_0 ditolak H_a diterima) artinya variabel independen merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen
 - (e) Signifikansi $\alpha = 0,05/5\%$
 - (f) $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$ maka variabel tidak signifikan
- (3) Koefisien Determinasi Parsial (R^2)

Penggunaan Koefisien Determinasi R^2 untuk mengetahui bagaimana variabel independen (bebas) dapat menjelaskan variabel dependen (terikat). Koefisien determinasi bernilai 0 dan 1. Variabel independen dinyatakan mampu menjelaskan variabel dependen ketika nilai R^2 mendekati 1.⁸²

⁸² Mochammad Chabachib and Muhammad Irham Abdurahman, *Determinan Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderasi*, ed. Endang Fatmawati, Cet. 1 (Semarang: UPT UNDIP PRESS, 2020).