

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Menurut Sugiyono, metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data yang valid guna mencapai tujuan dan memberikan manfaat penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang berlandaskan pada paradigma positivisme, dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis statistik untuk menguji hipotesis.⁵³ Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif kausal, yaitu untuk menguji hubungan sebab-akibat antara *brand image* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian konsumen.⁵⁴

Data dikumpulkan melalui survei *offline* menggunakan kuesioner *Google Form* yang diakses melalui *barcode* dan dibagikan langsung kepada konsumen Soto Podjok Kota Kediri.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Soto Podjok Kota Kediri yang berlokasi di Jl. Dhoho No. 146, Setono Gedong, Kecamatan Kota, Kota Kediri, Jawa Timur.

⁵³ Sugiyono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 2.

⁵⁴ Karimuddin Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022), 19.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Berdasarkan pemikiran Sugiyono populasi merupakan seluruh objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi tidak hanya mencakup manusia, tetapi juga berbagai objek lain beserta seluruh sifat dan karakteristik yang melekat padanya.⁵⁵ Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah konsumen yang melakukan pembelian di Soto Podjok Kota Kediri, dengan jumlah yang tidak terhingga (tidak terbatas).

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang mewakili karakteristik populasi. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan konsumen yang secara kebetulan ditemui dan memenuhi kriteria penelitian.⁵⁶ Persamaan seluruh responden adalah konsumen yang melakukan pembelian dan mengonsumsi produk di Soto Podjok Kota Kediri, serta bersedia mengisi kuesioner yang diberikan oleh peneliti. Penentuan jumlah sampel mengacu pada Tabel Isaac dan Michael untuk populasi tak terhingga dengan tingkat kesalahan (*standard error*) 5%.⁵⁷

⁵⁵ Abigail Soesana, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yayasan Kita Menulis, 2023), 39.

⁵⁶ Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian* (Depok: RajaGrafindo Persada, 2020) 62-68.

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 86-87.

Tabel 3. 1**Jumlah Sampel Isaac Michael Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, 10%**

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

(Sumber: Sugiyono, 2017)

Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti (populasi tidak terhingga), penentuan jumlah sampel mengacu pada tabel Isaac dan Michael dengan taraf kesalahan 5%. Berdasarkan tabel tersebut, jumlah sampel yang digunakan adalah 349 responden.

D. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjelasan tentang cara suatu variabel penelitian diukur, sehingga peneliti dapat menilai apakah konsep yang digunakan telah sesuai dan tepat.⁵⁸ Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan terdiri atas variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel terikat dan biasanya disimbolkan dengan huruf X. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas, yaitu *brand image* (X_1) dan *brand awareness* (X_2).

⁵⁸ Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021), 63-65.

Tabel 3. 2**Indikator Variabel *Brand Image***

Variabel	Indikator
<i>Brand Image</i> (X ₁)	a. <i>Strength</i> (kekuatan) b. <i>Favorability</i> (kesukaan) c. <i>Uniqueness</i> (keunikan)

(Sumber: Menurut Kotler)⁵⁹**Tabel 3. 3****Indikator Variabel *Brand Awareness***

Variabel	Indikator
<i>Brand Awareness</i> (X ₂)	a. <i>Brand recall</i> (mengingat spontan) b. <i>Brand recognition</i> (mengenal merek) c. <i>Purchase decision</i> (keputusan pembelian) d. <i>Consumption</i> (penggunaan produk)

(Sumber: Menurut Kotler, Keller, Brady)⁶⁰**2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)**

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat dari keberadaan variabel bebas, sehingga menunjukkan perubahan sebagai dampak dari variabel yang memengaruhinya.

⁵⁹ Philip Kotler, *Marketing 4.0* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2019), 32.⁶⁰ Adrie Charviandi et al., *Manajemen Pemasaran (Perspektif Digital Marketing)* (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2021), 116-117.

Tabel 3. 4**Indikator Variabel Keputusan Pembelian**

Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	a. Pilihan produk b. Pilihan merek c. Pilihan penyalur d. Waktu pembelian e. Jumlah pembelian f. Metode pembayaran

(Sumber: Menurut Kotler dan Keller)⁶¹**E. Teknik Pengumpulan Data****1. Sumber dan Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri adalah data primer, yaitu data yang berfungsi sebagai sumber utama dan diperoleh secara langsung oleh peneliti dari responden melalui pengisian kuesioner. Pada penelitian ini, data primer dikumpulkan dari konsumen yang pernah melakukan pembelian di Soto Podjok Kota Kediri.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber data. Penelitian ini menggunakan metode survei melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada konsumen Soto Podjok Kota Kediri melalui *barcode* yang terhubung dengan Google Form, yaitu penyebaran pertanyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan variabel penelitian kepada responden guna memperoleh data yang relevan dan akurat.

⁶¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2018), 194-198.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menurut Ibnu Hadjar dalam buku Hardani merupakan alat untuk memperoleh data kuantitatif secara objektif mengenai variasi karakteristik suatu variabel. Oleh karena itu, diperlukan penyusunan alat ukur yang tepat agar variabel dapat diukur secara sistematis dan menghasilkan data yang akurat serta valid.⁶² Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner, yaitu metode pengumpulan data dengan meminta responden menjawab pertanyaan atau pernyataan yang telah disusun sebelumnya.

G. Teknik Analisis Data

1. *Editing* (Pemeriksaan Data)

Editing merupakan tahap pemeriksaan ulang terhadap data yang telah dikumpulkan untuk memastikan kelengkapan, kelayakan, dan kesiapan data sebelum diproses lebih lanjut.⁶³

2. *Coding* (Kode)

Coding proses pengelompokan data berdasarkan jenisnya dengan memberi kode berupa angka, huruf, atau simbol tertentu. Pemberian kode ini bertujuan untuk memudahkan identifikasi dan pengolahan data pada tahap analisis.

⁶² Hardani, *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020), 384.

⁶³ Benny Pasaribu, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis* (Tangerang: Media Edu Pustaka, 2022), 94-96.

3. *Scoring* (Skor)

Scoring merupakan proses pemberian nilai pada setiap jawaban responden sesuai dengan kategori penilaian dalam instrumen penelitian. Tujuannya adalah mengubah data kualitatif menjadi data kuantitatif agar dapat dianalisis secara statistik. Dalam penelitian ini, *scoring* menggunakan skala Likert dengan lima pilihan jawaban yang masing-masing diberi bobot sesuai tingkat persetujuan responden. Adapun ketentuan *scoring* berdasarkan skala Likert 1-5 adalah sebagai berikut:⁶⁴

- a. Sangat Setuju (SS) dengan bobot nilai : 5
- b. Setuju (S) dengan bobot nilai : 4
- c. Netral (N) dengan bobot nilai : 3
- d. Tidak Setuju (TS) dengan bobot nilai : 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan bobot nilai : 1

4) *Tabulating* (Tabulasi)

Tabulasi data merupakan proses pengolahan data dengan menyusun data ke dalam bentuk tabel. Penyajian data dalam format tabel ini bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam mengamati, memahami, dan mengevaluasi data yang telah dikumpulkan.⁶⁵ Proses ini memerlukan tingkat ketelitian dan kehati-hatian yang tinggi agar terhindar dari kesalahan dalam pengolahan data.

⁶⁴ Bilson Simamora, "Skala Likert , Bias Penggunaan Dan Jalan," *Jurnal Manajemen* 12, no. 1 (2022): 84–93.

⁶⁵ Ipa Hafsiah Yakin, *Metodologi Penelitian (Kuantitatif & Kualitatif)* (Garut: Aksara Global Akademia, 2023), 159.

5) *Processing* (Proses)

Processing adalah tahap di mana data yang telah dikumpulkan dihitung, dikelola, dan dianalisis menggunakan metode statistik untuk menghasilkan informasi yang relevan dan bermakna.

H. Teknik Keabsahan Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen dalam mengukur variabel penelitian secara tepat. Instrumen dinyatakan valid apabila mampu mengukur data sesuai dengan konsep yang seharusnya diukur. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan rumus *product moment* dengan bantuan aplikasi SPSS. Adapun kriteria penilaian validitas adalah sebagai berikut:⁶⁶

- 1) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner dianggap valid
- 2) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka kuesioner dianggap tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dinyatakan reliabel apabila jawaban responden bersifat konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan nilai *Cronbach Alpha* dengan ketentuan sebagai berikut:

⁶⁶ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)* (Guepedia, 2025), 7-17.

- a. Nilai alpha 0,00 – 0,2 = kurang reliabel
- b. Nilai alpha 0,21 – 0,4 = agak reliabel
- c. Nilai alpha 0,41 – 0,6 = cukup reliabel
- d. Nilai alpha 0,61 – 0,8 = reliabel
- e. Nilai alpha 0,81 – 1,00 = sangat reliabel

2. Analisis Statistik Deskriptif

Metode analisis data kuantitatif deskriptif digunakan untuk menyajikan dan merangkum data secara sistematis agar mudah dipahami. Statistik deskriptif mencakup perhitungan nilai rata-rata (mean), median, dan standar deviasi.⁶⁷ Dalam penelitian ini, analisis deskriptif diterapkan untuk menggambarkan karakteristik data yang diperoleh dari responden.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memastikan apakah data pada variabel independen maupun variabel dependen memiliki distribusi yang normal. Suatu model regresi dikatakan baik apabila memenuhi kriteria normalitas berdasarkan analisis grafik maupun uji statistik. Ketentuannya adalah sebagai berikut:⁶⁸

- 1) Jika nilai signifikansi atau probabilitas lebih besar dari 0,05, maka hipotesis diterima dan data dinyatakan berdistribusi normal.

⁶⁷ Pasaribu, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis*, (Tangerang: Media Edu Pustaka, 2022), 118.

⁶⁸ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021), 69.

- 2) Jika nilai signifikansi atau probabilitas kurang dari 0,05, maka hipotesis ditolak dan data dianggap tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengidentifikasi adanya hubungan yang tinggi antarvariabel bebas. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila nilai tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Sebaliknya, nilai tolerance di bawah 0,10 dan VIF di atas 10 menunjukkan adanya multikolinearitas.⁶⁹

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan varian residual antar pengamatan dalam model regresi. Heteroskedastisitas terjadi ketika varian residual tidak konstan, sehingga menunjukkan ketidaksamaan varian antar pengamatan. Pengujian dilakukan dengan mengamati pola sebaran titik pada grafik *scatterplot*. Ketentuannya adalah sebagai berikut:⁷⁰

- 1) Jika titik-titik membentuk pola tertentu, seperti bergelombang, mengerucut, atau menyempit, maka dapat disimpulkan adanya heteroskedastisitas.
- 2) Jika titik-titik tidak menunjukkan pola yang jelas dan menyebar secara acak, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

⁶⁹ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021), 70.

⁷⁰ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021), 69-70.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengidentifikasi adanya hubungan antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Uji ini umumnya diterapkan pada data *time series*, sehingga pada data ordinal atau interval yang tidak berbentuk runtun waktu, pengujian autokorelasi tidak menjadi keharusan. Pengambilan keputusan didasarkan pada nilai Durbin-Watson (DW) dengan kriteria tertentu sebagai berikut:⁷¹

- 1) Jika $DW < dL$ atau $DW > 4 - dL$, maka menunjukkan adanya autokorelasi.
- 2) Jika $dU < DW < 4 - dU$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.
- 3) Jika $dL \leq DW \leq dU$ atau $4 - dU \leq DW \leq 4 - dL$, maka hasil uji Durbin-Watson berada pada area yang tidak dapat disimpulkan atau *inconclusive*.

4. Uji Korelasi Pearson

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini digunakan teknik korelasi *product moment pearson* untuk mengukur keeratan hubungan antarvariabel.

⁷¹ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Jogjakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021), 71.

$$RX_1X_2Y = \frac{\sqrt{r^2_{X_1Y} + r^2_{X_2Y} - 2(r_{X_1Y})(r_{X_2Y})(r_{X_1X_2})}}{1 - r^2_{X_1X_2}}$$

Keterangan:

RX_1X_2Y = korelasi antara variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

$r^2_{X_1Y}$ = korelasi *product moment* antara X_1 dan Y

$r^2_{X_2Y}$ = korelasi *product moment* antara X_2 dan Y

$r_{X_1X_2}$ = korelasi *product moment* antara X_1 dan X_2

X_1 = variabel bebas 1 (*brand image*)

X_2 = variabel bebas 2 (*brand awareness*)

Y = variabel terikat (keputusan pembelian)

5. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh linear dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan menggunakan metode kuadrat terkecil sebagai dasar dalam menjelaskan hubungan antarvariabel melalui model persamaan regresi.⁷²

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

⁷² Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021), 196-204.

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien regresi berganda

X_1 = *Brand Image*

X_2 = *Brand Awareness*

e = Error

6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menilai apakah suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak, dengan cara membandingkan nilai yang diperoleh dari sampel penelitian dengan nilai yang diasumsikan dalam hipotesis pada tingkat populasi.⁷³

a. Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji t bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk (X_1) dan lokasi (X_2) berpengaruh signifikan secara individual terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis ditolak, yang berarti variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis diterima, yang berarti variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

⁷³ Mintarti Indartini dan Mutmainah, *Analisis Data Kuantitatif Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Dan Regresi Linier Berganda* (Klaten: Penerbit Lakeisha, 2024), 43-46.

b. Uji F (simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai f_{hitung} dan f_{tabel} . Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji F adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka hipotesis ditolak, yang berarti bahwa variabel-variabel independen tersebut secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka hipotesis diterima, yang berarti bahwa variabel-variabel independen tersebut secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas (X) dalam menjelaskan variabel terikat (Y) secara simultan. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan kemampuan model dalam menerangkan variasi pada variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

r^2 = nilai koefisien korelasi