

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Metode dan Desain Penelitian

Metode Penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan informasi data dengan tujuan tertentu dengan cara empiris sistematis ilmiah dan rasional (Sugiyono, 2019). Sehubungan dengan penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Penelitian yang menggunakan teknik kuantitatif menekankan analisisnya atas informasi kuantitatif (angka) yang dikumpulkan melalui metodologi pengukuran yang diolah dengan metode analisis statistika (Azwar, 2018)

Penelitian ini menggunakan bentuk asosiatif kasual yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi ada variabel independen atau variabel yang memengaruhi dan dependen variabel yang dipengaruhi (Sugiyono, 2019). Penelitian dengan bentuk asosiatif kasual digunakan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian bimbingan belajar *online* Ruangguru.

#### B. Definisi Operasional Penelitian

Variabel penelitian adalah kumpulan dari suatu konsep mengenai fenomena yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu variabel tergantung dan variabel bebas. Variabel tergantung atau variabel dependen adalah variabel penelitian yang diukur bertujuan untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh dari variabel lain. Sedangkan variabel bebas atau variabel independen, variabel yang variasinya memengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel lain. Dalam pelaksanaan penelitian, variabel-variabelnya harus

didefinisikan sedemikian rupa sehingga jelas bangunan konstruk mana yang akan dipergunakan, sehingga jelas tergambar bentuk alat ukur yang harus digunakan untuk memperoleh data yang valid mengenai variabel tersebut. Inilah yang dimaksudkan dengan operasionalisasi variabel. Definisi operasional merupakan definisi tentang variabel yang dirumuskan berdasarkan ciri atau karakteristik variabel tersebut (Azwar, 2018).

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu citra merek dan keputusan pembelian. Adapun definisi dari variabel tersebut sebagai berikut:

### **1. Definisi Operasional Keputusan pembelian**

Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian seseorang dalam memecahkan masalah untuk membeli suatu produk atau jasa yang diukur melalui indikator-indikator keputusan pembelian menurut Indrasari (2019), di antaranya yaitu pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian.

### **2. Definisi Operasional Citra Merek**

Citra merek adalah keseluruhan persepsi seseorang kepada perusahaan atas suatu produk atau merek berdasarkan informasi dan pengalaman yang didapatkan yang diukur melalui indikator-indikator citra merek menurut Keller (2013), di antaranya yaitu kekuatan (*strengthness*), keunikan (*uniqueness*), keunggulan (*favorable*).

### **C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel Penelitian**

Menurut Azwar (2018) Populasi penelitian adalah kumpulan subjek yang akan digeneralisasi dari hasil penelitian. Sebagai populasi, kumpulan subjek harus

memiliki kualitas atau atribut yang mengenalinya dari kumpulan subjek lainnya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh siswa SMAN 1 Banyusari Karawang sebanyak 317 siswa.

Sampel merupakan sebagian dari subjek dalam populasi atau dalam arti lain sampel yaitu bagian dari populasi. Setiap bagian dari populasi adalah sampel, terlepas apakah bagian tersebut dapat mewakili karakteristik populasi secara lengkap atau tidak (Azwar, 2018). Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* yaitu pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2019). Pengambilan sampel dilakukan dengan *sampling kuota* dengan menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan (Sugiyono, 2019).

Teknik *sampling* yang digunakan pada penelitian ini yaitu rumus Slovin. Menurut Hatmawan (2020) penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Slovin sudah sering dipakai para peneliti, dikarenakan dengan menggunakan rumus Slovin penggunaannya dianggap mudah serta praktis. Sampel yang diambil berdasarkan rumus Slovin dirumuskan sebagai berikut:

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

n = Sample

N = Populasi

e = margin of error (5 %)

Dengan menggunakan teknik sampling tersebut maka sampel yang dipakai pada penelitian ini sejumlah 176 siswa.

#### D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data, teori, informasi yang jelas, sesuai, serta mendukung, perlu dilakukan agar dapat menunjang penelitian sehingga dapat memberikan konstruk yang jelas mengenai problematika yang sebenarnya.

Peneliti menggunakan pengumpulan data dengan cara memberikan *google form* kepada responden. Dalam mengukur variabel bebas dan terikat yang tersusun dalam *google form* peneliti menggunakan alat ukur dengan menggunakan skala sikap model *Likert*. Menurut Azwar (2018) Skala sikap digunakan untuk mengungkap sikap setuju dan tidak setuju, positif dan negatif, atau pro dan kontra terhadap suatu objek sosial. *Statement* sikap tersebut digunakan sebagai pilihan jawaban yang tersedia dalam kuesioner terbagi menjadi lima yaitu, sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Untuk memberikan skor terhadap masing-masing respon, maka dilakukan penskalaan guna kebutuhan pengujian statistika. Berikut tabel pernyataan sikap di bawah ini:

**Tabel 3.1**  
**Skala Sikap Model *Likert***

<i>Favorable</i>		<i>Unfavorable</i>	
<b>Alternative jawaban</b>	<b>Nilai</b>	<b>Alternatif jawaban</b>	<b>Nilai</b>
Sangat setuju	5	Sangat Setuju	1
Setuju	4	Setuju	2
Cukup Setuju	3	Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	5
<b>Total</b>	<b>5</b>		<b>5</b>

Penelitian ini menggunakan skala citra merek dan keputusan pembelian. Dengan demikian peneliti terlebih dahulu membuat kisi-kisi atau *blueprint* untuk mempermudah dalam pembuatan skala.

### 1. *Blueprint* Keputusan Pembelian

Skala keputusan pembelian dibuat untuk mengungkap keputusan pembelian pada pengguna Ruangguru di SMAN 1 Banyusari Karawang. Skala ini mengacu pada indikator keputusan pembelian menurut Indrasari (2019) yaitu pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, dan jumlah pembelian. Berikut ini *blueprint* keputusan pembelian:

**Tabel 3.2**  
***Blueprint* Skala Keputusan Pembelian**

Indikator	No Item		$\Sigma$
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1. Pilihan produk	1,11,21	6,16,26	6
2. Pilihan merek	2,12,22	7,17,27	6
3. Pilihan Penyalur	3,13,23	8,18,28	6
4. Waktu pembelian	4,14,24	9,19,29	6
5. Jumlah Pembelian	5,15,25	10,20,30	6
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>30</b>

### 2. *Blueprint* Citra Merek

Skala citra merek dibuat untuk mengungkap citra merek terhadap keputusan pembelian pada pengguna Ruangguru di SMAN 1 Banyusari Karawang. Skala ini mengacu pada indikator citra merek menurut Keller (2013) yaitu kekuatan (*strengthness*), keunikan (*uniqueness*), keunggulan (*favorable*). Berikut ini *blueprint* citra merek:

**Tabel 3.3**  
**Blueprint Skala Citra Merek**

Indikator	No Item		$\Sigma$
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1. Kekuatan ( <i>Strenghtness</i> )	1,7,13	4,10,16	6
2. Keunikan ( <i>Uniqueness</i> )	2,8,14	5,11,17	6
3. Keunggulan ( <i>Favorable</i> )	3,9,15	6,12,18	6
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>18</b>

## E. Metode Analisis Instrumen

### 1. Validitas

Validitas adalah untuk memutuskan apakah skala dapat membuat data yang tepat sesuai tujuan ukurnya (Azwar, 2019). Metode yang dipakai untuk validitas pada penelitian ini yaitu validitas isi menggunakan CVR. Menurut Lawshe dalam (Azwar, 2019) merumuskan *content validity ratio* (CVR) yang dipakai untuk mengukur validitas isi aitem-aitem berdasarkan data empirik. Dari pendekatannya ini sebuah panel yang terdiri dari para ahli yang disebut *subject matter expert* (SME) dimintai pernyataanya apakah aitem dalam skala sifatnya esensial bagi operasionalisasi konstrak teoritik skala yang bersangkutan. Setelah dilakukan penilaian oleh para ahli dihitung dengan menggunakan rumus CVR sebagai berikut:

$$CVR = \left( \frac{2n_i}{n} \right) - 1$$

Angka CVR bergerak antara -1,00 sampai dengan 1,00 dengan CVR 0,00 berarti bahwa 50 % dari SME dalam panel menyatakan aitem adalah esensial dan karenanya valid (Azwar, 2019).

## 2. Analisis Aitem

Dari hasil analisis aitem skala psikologi parameter yang paling penting yaitu daya diskriminasi aitem yang sering diberi nama yang salah kaprah sebagai validitas aitem. Daya diskriminasi aitem adalah sejauh mana aitem dapat membedakan sebuah atribut yang diukur yang dimiliki oleh individu yaitu memiliki atau tidak atribut tersebut (Azwar, 2019). Dalam penelitian pengujian daya diskriminasi aitem dilakukan dengan formula *corrected item total correlation*, kriteria pemilihan aitem berdasar korelasi aitem total dinyatakan valid jika  $r_{ix} \geq 0,30$  dan  $r_{ix} \leq 0,30$  maka aitem skala dinyatakan gugur. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22.

## 3. Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada kualitas atau konsistensi hasil ukur, yang mengandung makna seberapa tinggi ketepatan dalam pengukuran. Salah satu atribut instrumen memiliki kualitas yang layak adalah reliabel (*reliable*), yang dapat memberikan skor yang tepat dengan sedikit kesalahan (*error*). Teknik reliabilitas yang digunakan dalam skala ini adalah teknik alpha dengan menggunakan klasifikasi reliabilitas Guilford. Berikut ini adalah kriteria reliabilitas Guilford menurut Suherman (dalam Kurino, 2015).

**Tabel 3.4**  
**Klasifikasi Koefisien Reliabilitas Instrumen**

Koefisien reliabilitas $r_{11}$	Interpretasi derajat reliabilitas
< 0,20	Sangat rendah
0,21 - 0,40	Rendah
0,41 - 0,70	Sedang
0,71 - 0,90	Tinggi
>0,90	Sangat tinggi

## F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data dengan bantuan SPSS versi 22 untuk memudahkan dalam perhitungan mengolah data yang telah dikumpulkan.

### 1. Uji Normalitas

Menurut Wardana (2020) Uji normalitas adalah pengujian untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi yang normal, sehingga dapat digunakan dalam statistik parametrik. Uji normalitas harus dilakukan karena *statistic parametric* itu dibangun dari distribusi normal. Selain itu, kita berasumsi bahwa sampel benar-benar mewakili populasi yang memiliki distribusi nilai normal, sehingga hasil dalam penelitian dapat digeneralisasi pada populasi. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan pendekatan *kolmogorov-smirnov* dengan taraf signifikansi 5 % atau  $>0,05$  berarti normal.

### 2. Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah fakta mengkonfirmasi bahwa dua variabel memiliki hubungan linear atau tidak linear yang signifikan, pengujian pada SPSS menggunakan *test linearity* dengan taraf signifikansi sebesar 0,05. Dua variabel memiliki hubungan yang linear jika signifikansi (*linearity*)  $> 0,05$  (Gunawan, 2020).

### 3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan cara uji regresi linear sederhana pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 22. Uji regresi linier sederhana menurut Gunawan (2019) dilakukan untuk mengukur besarnya pengaruh antara

variabel independen dan dependen. Persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y: Variabel dependen

a : Konstanta

b : Koefisien variabel X

X: variabel independen

Menurut Gunawan (2019) kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  dan  $\text{signifikansi} < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen secara signifikan.
2. Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  dan  $\text{signifikansi} > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen.

#### 4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pendekatan untuk mencari koefisien determinasi adalah dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi yang telah ditemukan dan kemudian dikalikan 100% (Sugiyono, 2019)

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

Keterangan:

Kd: Koefisien determinasi

$r^2$  : Kuadrat koefisien korelasi

Koefisien determinasi memiliki nilai antara 1 – 0, semakin mendekati angka 1 artinya kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen akan semakin tinggi (Ghozali, 2012).

## 5. Kategorisasi

Kategorisasi adalah memposisikan individu kepada beberapa kelompok yang posisinya berjenjang berdasarkan kontinum tertentu terhadap atribut yang diukur, contoh dari kontinum jenjang adalah dari sangat puas ke sangat tidak puas, rendah ketinggian, dari paling jelek ke paling baik, dan sebagainya (Azwar, 2019). Kategorisasi tergantung pada asumsi bahwa skor individu dalam kelompok itu adalah penilaian dari skor individu dalam populasi dan anggapan bahwa skor individu dalam populasi memiliki distribusi yang normal. Norma kategorisasi yang digunakan adalah sebagai berikut:

**Tabel. 3.5**  
**Skala Kategorisasi**

Rentang Skor	Kategori
$X < (\mu - 1,5\sigma)$	Rendah
$(\mu - 1,5\sigma) \leq X < (\mu + 1,5\sigma)$	Sedang
$(\mu + 1,5\sigma) \leq X$	Tinggi

Keterangan:

$\mu$ :Mean

$\sigma$ :Standar deviasi