

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

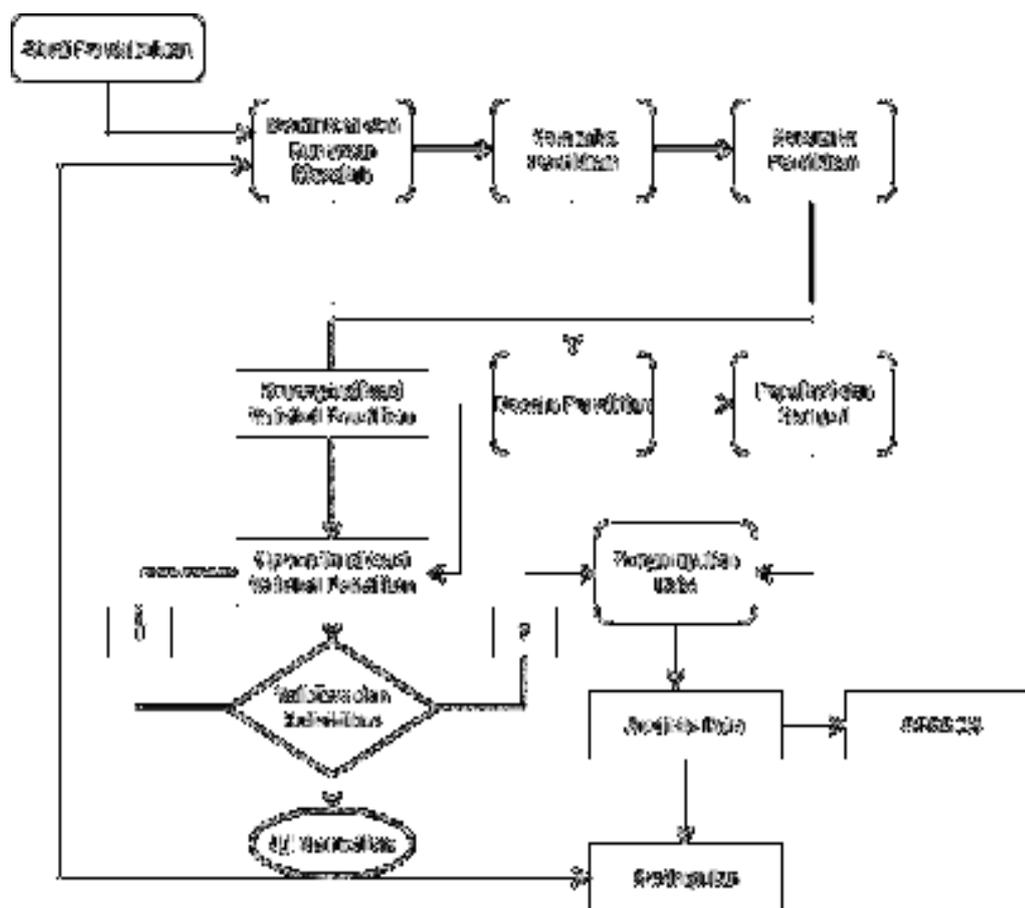
3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian survei, yaitu dengan cara mengumpulkan data dan informasi untuk memperoleh fakta-fakta dan keterangan mengenai konsumen dalam keputusan pembelian dari responden menggunakan kuisisioner. Menurut (Sugiyono, 2017) penelitian survei merupakan penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sample yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distribusi dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis.

Penelitian ini menggunakan penelitian surver explanatory, yaitu dilakukan dengan cara mengambil informasi dari respon yang di kumpulkan langsung dari populasi terhadap objek, dengan mengumpulkan data menggunakan koesioner.

Penelitian ini menggunakan analisis linier berganda yang dikarenakan variabel bebasnya (*independent*) terdiri dari dua variabel yaitu kualitas produk (X1), dan variabel citra merek (X2), sedangkan variabel (*dependent*) terdiri dari satu yaitu keputusan pembelian (Y)

Secara umum penggunaan dari desain penelitian ini memerlukan data dan informasi yang tepat dan lengkap. Berikut ini adalah desain penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan alur dan tahapan yang akan dilakukan dalam penelitian ini.



Gambar 3.1 Desain Penelitian

Sumber: Fadli, Uus MD (2021)

Gambar desain penelitian tersebut, menjelaskan mengenai tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian. Tahap awal yang dilakukan peneliti adalah melakukan observasi awal dan mendapatkan data serta informasi permasalahan yang dijadikan latar belakang penelitian. Lalu sesudah menjabarkan latar belakang dilakukan identifikasi masalah dimana identifikasi masalah sebagai dasar dalam membuat suatu kerangka pemikiran yang selanjutnya menentukan hipotesis penelitian. Setelah dilakukan latar belakang dan identifikasi masalah dibuatlah desain penelitian sebagai kerangka untuk melakukan langkah-langkah selanjutnya. Melakukan konseptualisasi variabel dengan menggunakan literatur yang sesuai untuk kemudian didefinisikan secara operasional. Menentukan populasi dan sampel yang akan dijadikan responden. Dari jumlah sampel yang telah diketahui dapat diperoleh data-data dari responden untuk dilakukan analisis regresi linear berganda. Sebelum dilakukan analisis data dilakukan uji validitas terlebih dahulu. Tahapan

terakhir adalah dilakukan uji normalitas dan analisis data maka peneliti dapat menarik kesimpulan atas hasil analisis tersebut.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kampus Universitas Buana Perjuangan Karawang yang berlokasi di Jln Ronggowaluyo, Desa Puseur Jaya, kecamatan Teluk Jambe Timur Kabupaten Karawang provinsi Jawa Barat.

3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu yang dilakukan untuk melaksanakan penelitian ini pada bulan April 2022 sampai dengan September 2022. Dengan jadwal kegiatan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian					
		Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
1	Pra Survey	■					
2	Penulisan Proposal		■				
3	Perbaikan Proposal		■				
4	Seminar Proposal			■			
5	Pengumpulan Data			■	■		
6	Analisis Data				■		
7	Penulisan Skripsi				■	■	
8	Perbaikan Skripsi					■	
9	Sidang Skripsi						■

Sumber: Data Penelitian, 2022

3.3 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono dalam (Mintardjo et al., 2016) definisi operasional adalah penentuan konstruk sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Definisi operasional dalam penelitian ini dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Item		
Kualitas Produk (X1)	1. Bentuk	1. Desain Produk	Ordinal	1		
		2. Ukuran Produk		2		
	2. Keandalan	1. Keandalan Pegawai		3		
		2. Kesopanan Pegawai		4		
		3. Ketepatan Waktu Jam Buka		5		
	3. Kualitas Kinerja	1. Kualitas Pelayanan		6		
		2. Keramahan Karyawan		7		
		3. Kebersihan dan Kerapihan		8		
Citra Merek (X2)	1. Citra	1. Popularitas	Ordinal	1		
	Pembuat	2. Ketersediaan Produk		2		
		3. Inovasi Produk		3		
		2. Citra Produk		1. Tampilan/Desain	4	
	3. Citra Pemakai	2. Manfaat Produk		5		
		3. Symbol/Logo		6		
		1. Kesan Pemakai		7		
	Keputusan Pembelian (Y)	1. Pilihan Produk		2. Status Sosial	Ordinal	8
				1. Kecocokan		9
1. Manfaat Produk			1			
2. Pilihan Merek		2.Keunggulan Produk	2			
		3. Pemilihan Produk	3			
		1. Ketertarikan Merek	4			
3. Pilihan Penyalur		2. Kesesuaian Merek	5			
		3. Pengalaman	6			
		1. Kemudahan	7			
4. Waktu Pembelian		2. Ketersediaan Barang	8			
		3. Pelayanan	9			
		1. Kebutuhan	10			
	2. Alasan Membeli	11				
	3. Keuntungan	12				

Sumber: Kualitas Produk (Kotler dan Keller,2016), Citra Merek (Aaker, 2016) , Keputusan Pembelian (Kotler dan Amstrong,2016).

3.4 Populasi, Sample, Teknik Sampling

3.4.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono dalam (Santoso, 2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Pada penelitian ini populasinya adalah mahasiswa manajemen angkatan 2018 yang pernah melakukan pembelian produk Uniqlo Resinda Park Mall.

3.4.2 Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono dalam (Santoso, 2019) “Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalkan karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi”.

Metode yang akan digunakan untuk menentukan jumlah sampel dari populasi dalam penelitian ini menggunakan Rumus Slovin yaitu:

$$\text{Rumus: } n = \frac{N}{N(d^2)+1}$$

$$n = \frac{121}{121(5\%^2)+1}$$

$$n = \frac{121}{121 \times (0.0025)+1}$$

$$n = \frac{121}{0.2925+1}$$

$$\frac{121}{1.2925}$$

$$n = 93.61(94 \text{ responden})$$

- n = Jumlah Sampel
 N = Jumlah Populasi
 d = Tingkat Kesalahan 5%

Berdasarkan perhitungan diatas maka sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini menjadi sebanyak 94 responden dari mahasiswa manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang angkatan 2018 yang pernah melakukan pembelian produk Uniqlo. Hal ini dilakukan untuk mempermudah pengolahan data untuk hasil pengujian lebih baik.

3.4.3 Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2016:82) *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu nonprobability sampling dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016:85) bahwa: "*purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu

Alasan menggunakan teknik Purposive Sampling adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti. Oleh karena itu, penulis memilih teknik *Purposive Sampling* yang menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

3.5 Pengumpulan Data Penelitian

3.5.1 Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber primer dan sekunder menurut Sugiyono (2017:225) menyatakan bahwa sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data, sedangkan data

sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang atau lewat dokumen orang lain.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang berasal langsung dari obyek penelitian itu sendiri, yaitu dari responden. Data responden sangat diperlukan untuk mengetahui tanggapan responden mengenai keputusan pembelian pada produk Uniqlo di Resinda Park Mall Karawang yang dilihat dari kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian. Dalam hal ini data diperoleh secara langsung dengan membagi kuesioner kepada mahasiswa manajemen angkatan 2018 Universitas Buana Perjuangan Karawang.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang dilakukan untuk memperoleh data dan keterangan-keterangan yang diperlukan dalam penelitian. Peneliti melakukan pengumpulan data dan dilengkapi oleh berbagai keterangan melalui Penelitian Lapangan (*Field Research*) yang merupakan cara untuk memperoleh data primer yang secara langsung melibatkan pihak responden dan dijadikan sampel dalam penelitian. Metode penelitian lapangan yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku dan literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti, guna memperoleh data teoritis yang relevan dengan pokok persoalan yang dibahas.

2. Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan dilakukan dengan mengadakan penelitian langsung pada objek/perusahaan yang akan diteliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan tersebut melalui:

3. Kuesioner

Menurut Gantina Komalasari dalam (Fendya & Wibawa, 2018) Kuisioner merupakan suatu alat pengumpul data dalam *assessment non test* berupa serangkaian yang diajukan kepada responden

3.5.3 Instrumen Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017, hal. 148), “instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini di sebut variabel penelitian”. Dalam penelitian ini daftar di gunakan sebagai instrumen yang berisi pertanyaan dengan menggunakan skala likert. Menurut (Sugiyono, 2017, hal. 136), “skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial ditetapkan secara spesifik oleh penelitian, yang selanjutnya di jadikan variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan di ukur dijabarkan menjadi indikator variable.

Dalam penelitian ini variable independen yang di gunakan adalah “Kualitas produk (X1) dan Citra merek (X2). Sedangkan variabel dependen adalah variable yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variable independen. Dalam penelitian ini variabel dependen yang di gunakan adalah keputusan pembelian (Y)”.

Tabel 3.3

Tabel Skala Likert

Pernyataan	Skala
Sangat tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2022

3.5.3.1 Pengujian Instrumen

3.5.3.1.1 Uji Validitas

Menurut Kurniawan dalam (Tulangow et al., 2019) merupakan validitas yaitu ukuran yang dapat menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur dapat mengukur apa yang akan diukur

$$r = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r Hitung= koefisien korelasi

$\sum X$ 1= jumlah skor item

$\sum Y$ 1= jumlah skor total item

n = jumlah responden

Dasar pengambilan keputusan uji validitas:

Taraf kepercayaan (sig 5%)

Nilai r hitung > r tabel maka H0 diterima, artinya butir

kuesioner yang dimaksud dinyatakan valid

Nilai r hitung < r tabel maka H0 ditolak, artinya butir kuesioner yang dimaksud tidak valid

3.5.3.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Suharso dalam (Tjoeng & Indriyani, 2014) reliabilitas adalah keandalan suatu instrumen menunjukkan hasil pengukuran dari suatu instrumen yang tidak mengandung bias atau bebas dari kesalahan pengukuran, sehingga menjamin suatu pengukuran yang konsisten dan stabil dalam kurun waktu dan berbagai *item* atau titik dalam instrumen.

Dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas:

Nilai r Alpha > r tabel, maka pernyataan tersebut reliabel.

Nilai r Alpha < r tabel, maka pernyataan tersebut tidak reliabel.

3.5.3.2 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.2.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali dalam (Primadita Ayuwardani, 2018) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal.

Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Mendekati apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui grafik. Jika data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Rumus yang digunakan dalam uji normalitas ini adalah rumus *Kolmogorov-Smirnov*. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

Perumusan hipotesis masing-masing variabel H_0 : data berdistribusi normal

H_a : data berdistribusi normal

Kriteria pengambilan pengujian dua

Melihat angka probabilitas, dengan ketentuan yaitu.

Probabilitas $> 0,05$ maka H_0 di tolak

Probabilitas $< 0,05$ maka H_a di terima

3.6 Analisis Data

Analisis data adalah suatu cara untuk mengolah data hasil penelitian untuk menjadi informasi yang nantinya dapat digunakan dalam pengambilan keputusan. Berikut merupakan analisis data yang dilakukan. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program *SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 24*.

3.6.1 Rancangan Analisis

3.6.1.1 Analisis Deskriptif

1. Analisis Distribusi

Analisis deskriptif atau distribusi digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Menurut Ghozali (2018:19) analisis ini hanya digunakan untuk menyajikan dan menganalisis data disertai dengan perhitungan agar dapat memperjelas keadaan data yang bersangkutan, pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah mean, standar deviasi, maksimum, dan minimum. Mean digunakan untuk mengetahui rata-rata data yang bersangkutan. Standar deviasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar yang bersangkutan bervariasi rata-rata. Maksimum digunakan untuk mengetahui jumlah terbesar data yang bersangkutan. Minimum digunakan untuk mengetahui jumlah terkecil data yang bersangkutan.

2. Analisis Rentang Skala

Dalam proses pengumpulan data, perlu untuk menentukan rentang skala yang dilakukan pada penelitian ini, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

jumlah sampel yang diambil 94 responden.

Diketahui:

n: Jumlah Sampel

m: Jumlah alternative jawaban (Skor = 5)

Pada penelitian ini penulis menggunakan populasi sampel (N)

$$RS = (m-1) \frac{N}{n}$$

$$\leftrightarrow 94(5-1) = 75$$

$$m = 5$$

Dalam menganalisis rentang skala, setiap kuesioner memiliki lima pilihan jawaban dengan masing-masing nilai yang berbeda, berdasarkan skala likert dari skala terendah sampai tertinggi.

Jumlah sampel yang benar sebanyak 121 orang. Instrument menggunakan skala likert pada skala terendah 1 dan skala tertinggi 5. Maka perhitungan skala untuk penilaian setiap kriteria adalah.

Skala terendah = skor terendah x jumlah sampel (n)

$$= 1 \times 94 = 94$$

Skala tertinggi = skor tertinggi x jumlah sampel (n)

$$= 5 \times 94 = 470$$

Tabel 3.4

Analisis Rentang Skala

Skala Skor	Rentang Skala	Kategori Variabel		
		Kualitas produk	Citra merek	Keputusan pembelian
1	94- 169	Sangat Buruk	Sangat Buruk	Sangat Rendah
2	170-244	Buruk	Buruk	Rendah
3	245-319	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Tinggi
4	320-394	Baik	Baik	Tinggi
5	395-470	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Tinggi

Sumber; hasil olahan penulis,2022

Jumlah skor ideal (Kriterium) untuk seluruh item = $5 \times 94 = 470$ (seandainya semua menjawab Sangat Baik), dan skor terendah 94 (Sangat Buruk), nilai skor disesuaikan dari kuesioner.

3.6.1.2 Analisis Verifikatif

1. Transformasi Data

Menurut Ghozali (2018) transformasi data adalah data yang tidak berdistribusi secara normal dan dapat ditransformasi agar data tersebut menjadi normal. Untuk menormalkan data harus terlebih dahulu mengetahui bentuk grafik histogram dari data yang ada apakah termasuk *moderate positive skewners* dengan bentuk L, dan lain-lain. Dengan mengetahui bentuk grafik histogram, maka dapat membentuk transformasinya.

2. Regresi Linear Berganda

Analisis linier berganda merupakan analisis yang di gunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependent). Menurut Ghozali (2018:142) analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut merupakan rumus dalam analisis linier berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

X_1 = Kualitas Pelayanan

Y = Minat Beli Ulang

X_2 = Kepuasan Konsumen

α = Konstantan

ε = Kesalahan Residua

β = Koefisien Regresi

3. Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018:97) Koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi

variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

3.6.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah suatu cara mengolah data penelitian agar bisa menjawab permasalahan dalam penelitian. Pengujian hipotesis yang dilakukan antara lain.

3.6.2.1 Uji Parsial (Uji t)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila hasil uji thitung \geq ttabel, berarti variabel bebas cukup signifikan untuk menjelaskan variabel dependen. Untuk menguji koefisien korelasi product moment dapat digunakan statistik uji t yang rumusnya sebagai berikut:

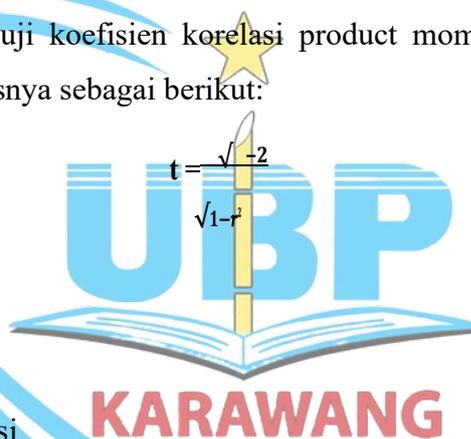
Keterangan:

t = nilai uji t

r = koefisien korelasi

r^2 = koefisien determinasi

n = jumlah sampel



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

Jika nilai signifikan $<$ probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y atau hipotesis diterima.

Jika nilai signifikan $>$ probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y atau hipotesis ditolak.

3.6.2.2 Uji F (Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Apabila hasil uji Fhitung \geq Ftabel berarti variabel cukup signifikan untuk menjelaskan variabel dependen. Menurut Ghazali (2018:98) Uji F dilakukan untuk menguji signifikan variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) secara bersama-sama.