

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah hubungan kausal atau hubungan sebab-akibat. Data diperoleh dari hasil survey dimana dengan membagikan kuesioner kepada responden yang menjadi obyek penelitian. Penelitian kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono, 2018) . Hubungan sebab akibat dari penelitian ini adalah mengungkapkan pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian pada zoya lamongan. Menurut Sugiyono (2018:14) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, bertujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat (kausal) antara variabel bebas yaitu *brand image* ( $X_1$ ) dan *brand trust* ( $X_2$ ) dan variabel terikatnya keputusan pembelian ( $Y$ ). Dari segi metodenya merupakan penelitian survei, yaitu penelitian yang dilakukan

pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga dapat ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono:2018:14).

## **B. Identifikasi Variabel**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono:2018). Terdapat beberapa jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini, jenis variabel tersebut antara lain.

### 1. Variabel bebas (*independen*)

Variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono:2018). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebasnya adalah *brand image* ( $X_1$ ) dan *brand trust* ( $X_2$ ).

### 2. Variabel terikat (*dependen*)

Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono:2018). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian ( $Y$ ).

### C. Definisi Operasional Variabel

**Tabel 3.1 : Definisi Konseptual dan Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Konseptual</b>	<b>Indikator</b>
<i>Brand Image</i> (X <sub>1</sub> )	Kesan mengenai merek yang tersimpan dalam ingatan konsumen.	1. <i>Strengthness</i> (kekuatan) 2. <i>Uniqueness</i> (keunikan) 3. <i>Favorable</i> (kesukaan)
<i>Brand Trust</i> (X <sub>2</sub> )	Sudut pandang konsumen terhadap merek maupun produk didasarkan pada pengalaman.	1. <i>Trust</i> (kepercayaan) 2. <i>Rely</i> (dapat diandalkan) 3. <i>Honest</i> (jujur) 4. <i>Safe</i> (keamanan)
Keputusan Pembelian (Y)	Pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar melakukan pembelian.	1. Pilihan produk 2. Waktu pembelian 3. Frekuensi pembelian

### D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan keseluruhannya (sugiyono :2018). Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner/agket. Menurut Fatihuddin (2015) angket atau questioner merupakan sederetan daftar pertanyaan yang dibuat secara tertulis oleh peneliti untuk memperoleh data

atau informasi yang berupa jawaban-jawaban yang diberikan oleh responden.

Data primer didapatkan dari peneliti membagikan kuesioner (angket) yang berisi tentang pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian pada zoya lamongan kepada responden dan mengumpulkan hasil penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan angket terstruktur, dimana angket dalam penelitian ini dibagikan secara langsung kepada responden. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan secara luas yang meminta responden menandai derajat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap masing-masing dari serangkaian pertanyaan mengenai objek (Malhotra, 2004).

**Tabel 3.2 : Skor Jawaban berdasarkan Skala Likert**

Jawaban	Skor
(SS) sangat setuju	5
(S) setuju	4
(R) ragu-ragu	3
(TS) tidak setuju	2
(STS) sangat tidak setuju	1

Sedangkan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono,2018). Sumber data primer berupa hasil observasi lapangan dan jawaban responden yang akan diukur dengan menggunakan instrument penelitian (kuesioner) yang bertujuan untuk mengetahui jawaban responden atas pertanyaan yang diberikan mengenai pengaruh *brand image*, *brand trust* terhadap keputusan pembelian di toko zoya jalan sunan draja no. 32 lamongan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono:2018). Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa buku literature, jurnal, artikel, dan data-data yang dibutuhkan penulis seperti data penjualan produk zoya di toko zoya jalan sunan drajat no. 32 lamongan.

## **E. Populasi dan Sampel**

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Jumlah populasi dari penelitian ini

sebanyak 549 orang, yang merupakan jumlah rata-rata konsumen perbulan yang membeli produk zoya pada toko Zoya Jl. Sunan Drajat No.32 Lamongan, dimana *brand image* dan *brand trust* mempengaruhi keputusan pembelian produk zoya.

## 2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu penulis dengan sengaja memilih anggota populasi yang dianggap dapat memberikan informasi yang diperlukan (Sugiyono,2018). Peneliti menetapkan kriteria sendiri untuk responden yang dipilih yaitu masyarakat lamongan berusia 18-45 tahun karena desain gaya Zoya yang ringan dan penuh warna sehingga mempertegas kecantikan penggunaanya dimana gaya ini sangat sesuai jika digunakan oleh wanita berusia 18 tahun keatas. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan sampel yang dirumuskan oleh Slovin.

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

Dimana:

$n$  = Jumlah Sampel

$N$  = Jumlah Populasi

$e^2$  = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir,  $e = 0,1$  (10%).

Dengan menggunakan presentase kelonggaran sebesar 10%, maka jumlah sampel minimal dapat diambil adalah sebesar:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{549}{1+5,49} = \frac{549}{6,49}$$

$n = 84,6$  dibulatkan menjadi 85 orang

## F. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam suatu penelitian adalah langkah berikutnya setelah pengumpulan data. Tentu saja data yang dihimpun adalah data yang sudah matang, siap diolah, hasil seleksi yang ketat dari peneliti tentang kebenaran, ketepatan dan kesahihannya, apakah sudah selesai dengan yang dikehendaki dalam penelitian tersebut (Fatihuddin,2015). Didalam proses pengolahan data ada beberapa langkah yang perlu diperhatikan:

### a. *Editing*

Diadakan *editing* terhadap kuesioner yang telah diisi oleh responden dengan maksud untuk mencari kesalahan-kesalahan didalam kuesioner atau juga kurang adanya keserasian didalam pengisian kuesioner.

b. *Coding*

*Coding* yaitu pemberian kode-kode atau angka-angka tertentu terhadap kolom-kolom, variabel-variabel yang ditanyakan dalam kuesioner berkaitan dengan keterangan tertentu yang diperlukan.

c. Kalkulasi

Menghitung data yang sudah dikumpulkan dengan cara menambah, mengurangi, membagi atau mengkalikan atau lainnya. Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menggunakan skala Likert yang merupakan salah satu cara untuk menentukan skor.

d. Tabulasi

Tabulasi data adalah langkah terakhir untuk mempermudah proses pengolahan dan dilakukan dengan menyusun data dalam bentuk tabel berupa daftar skor jawaban angket dari setiap variabel dengan program komputer excel maupun program statistik lainnya.

## **G. Analisis Data**

### **1. Uji Instrumen**

#### **a. Uji Validitas**

Menurut (Sugiyono, 2018) instrumen yang valid berarti bahwa alat ukur yang digunakan dalam mendapatkan atau mengukur data itu valid, valid berarti bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur sesuatu yang seharusnya diukur. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan dari data yang sudah terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti, misalkan pada objek menunjukkan warna

merah, sedangkan data yang terkumpul berwarna putih maka hasil penelitian dikatakan tidak valid (Sugiyono,2018). Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini adalah jumlah sampel dan  $\alpha= 0,05$ . Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka nilai positif, namun jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  maka nilai negatif (Ghozali,2014).

#### **b. Uji Reliabilitas**

Menurut (Sugiyono,2018) instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. instrumen yang reliabel belum tentu valid, pada dasarnya reliabilitas instrumen merupakan syarat untuk menguji validitas instrumen maka dari itu instrumen yang valid pasti reliabel tetapi pengujian reliabilitas instrumen masih perlu dilakukan, hasil penelitian yang reliabel jika terdapat adanya persamaan data dalam waktu yang berbeda kalau objek sebelumnya menunjukkan warna merah, maka sekarang dan besok pun akan tetap berwarna merah (Sugiyono,2018). Reliabilitas diukur dengan bantuan program SPSS 21 *for windows* yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,05 (Ghozali:2014).

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data tersebut mengikuti sebaran normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data tersebut mengikuti sebaran normal maka dilakukan pengujian dengan metode *Kalmogrov Smirnov*, dengan menggunakan SPSS 21 (Ghozali, 2013). Pedoman dalam mengambil keputusan apakah suatu distribusi data mengikuti distribusi normal adalah :

- a) Jika nilai signifikan (nilai probalitasnya) lebih kecil dari 5% maka data tidak berdistribusi dengan normal.
- b) Jika nilai signifikan (nilai probalitasnya) lebih besar dari 5% maka data berdistribusi normal.

### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menunjukkan adanya hubungan linear antar variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi. Salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas yaitu dengan melihat besarnya *varianceinflationfactor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIP yang tinggi karena  $VIF = 1/tolerance$ . Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai  $tolerance \leq 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF \geq 10$  (Ghozali, 2013).

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas ada yang tingkat kekeliruan dibawah 5%, berarti menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas dan jika nilai kekeliruan di atas 5% berarti menunjukkan tidak ada gejala heteroskedastisitas. Deteeksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya).

### 3. Analisa Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (Sugiyono,2018). Analisis regresi linier berganda ini dapat digunakan jika variabel independennya minimal dua. Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen dengan variabel dependen.

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan model regresi sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y : Variabel terikat yang berupa keputusan pembelian

$\beta_0$  : Konstanta

$\beta_{1-2}$  : Koefisien regresi  $X_1 - X_2$

$X_1$  : Variabel bebas yang berupa *Brand image*

$X_2$  : Variabel bebas yang berupa *Brand trust*

$e$  : Variabel *error*

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisien determinan berganda ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel *brand image* dan *brand trust* secara persial terhadap variabel terikat keputusan pembelian. Sehingga dapat diketahui keeratan hubungan variabel bebas (*brand image* dan *brand trust*) secara persial terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

#### 5. Uji hipotesis

Untuk menyesuaikan/menguji hipotesis yang diinginkan, dilakukan menggunakan alat uji statistik, yaitu:

##### a. Uji F (simultan)

Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan apakah variabel-variabel independen (X) secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali:2014). Untuk menguji kebenaran variabel bebas secara keseluruhan terhadap variabel tergantung dengan cara membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada taraf nyata.

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

Keterangan:

R= koefisien korelasi ganda

k= jumlah variabel independen

n= jumlah sampel

Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05 jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka secara bersama-sama seluruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Selain itu, dapat juga dengan melihat nilai probabilitas. Jika nilai probabilitas lebih kecil daripada 0,05 (untuk tingkat signifikan= 0,05), maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, sedangkan jika nilai probabilitas lebih besar daripada 0,05 maka variabel independen secara serentak tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kemudian akan diketahui apakah hipotesis dalam penelitian ini secara simultan ditolak atau diterima, adapun bentuk hipotesis secara simultan adalah:

$-H_0 : b_1 = b_2 = 0$  : *brand image* dan *brand trust* secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

$-H_0 : b_1 \neq b_2 \neq 0$  : *brand image* dan *brand trust* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**b. Uji t (parsial)**

Untuk menguji variabel bebas secara parsial pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  pada taraf nyata 5%.

$$t = \frac{b_i}{Se(b_i)}$$

Keterangan:

$b_i$  = koefisien regresi

$Se b_i$  = *standard error*

**Uji hipotesis dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$**

- 1) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.