

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif menggunakan pendekatan yang bersifat obyektif atau mengutamakan data yang ada. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner, teknik analisis data menggunakan metode pengujian statistik menggunakan SPSS.

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang digunakan untuk menggambarkan variabel menurut suatu kriteria dan diuji secara khusus dalam menentukan skala pengukuran untuk setiap variabel sehingga pengujian hipotesis dapat digunakan dengan benar dalam alat statistik. Sesuai dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Diskon Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Topten di Cahaya BG Junction Surabaya”. Sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Tabel Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Definisi Operasional
Citra Merek (X1) (Aaker & Biel, 2009)	1. Citra Pembuat	Citra merek merupakan apa yang konsumen pikirkan dan rasakan ketika mendengar atau melihat nama Topten yang dapat menggambarkan pandangan positif bagi konsumen terhadap Topten.
	2. Citra Produk	
	3. Citra Pemakai	

Diskon Harga (X2) (Sutisna, 2012)	1. Besarnya diskon harga	Diskon harga merupakan suatu pengurangan harga produk Topten yang diberikan kepada konsumen dari harga normal dalam periode waktu tertentu.
	2. Masa diskon harga	
	3. Jenis produk yang mendapat diskon harga	
Kualitas Pelayanan (X3) (Kotler & Keller, 2016)	1. Keandalan	Kualitas Pelayanan merupakan karakteristik Topten untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen pada saat belanja pakaian Topten.
	2. Bukti Fisik	
	3. Kepekaan	
	4. Jaminan	
	5. Empati	
Keputusan Pembelian (Y) (Kotler & Armstrong, 2008)	1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk.	Keputusan Pembelian merupakan suatu perilaku individu atau kelompok dalam memilih, membeli, dan menggunakan produk pakaian Topten sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.
	2. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai.	
	3. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.	
	4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain.	

C. Populasi dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di BG Junction Surabaya yang pernah melakukan pembelian produk pakaian merek Topten pada tahun 2023.

2. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini berupa *Purposive Sampling*

atau teknik pemilihan sampel yang berdasarkan pada suatu karakteristik tertentu dalam suatu populasi yang memiliki hubungan dominan sehingga dapat digunakan untuk mencapai tujuan penelitian.

Karakteristik sampel yang ditetapkan yaitu : Responden adalah konsumen Topten di Cahaya BG Junction Surabaya yang pernah melakukan pembelian produk minimal satu kali.

Pengambilan sampel yang digunakan adalah menggunakan rumus *Cochran* menurut (Sugiyono, 2019) sebagai berikut:

Rumus:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah anggota sampel (banyaknya sampel)

Z = harga dalam kurva normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = proporsi populasi maksimal sebanyak 0,5

d = batas toleransi kesalahan, disarankan 10%=0,1

q = (1 – p)

Melalui rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot (0,25)}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan tersebut jumlah sampel sebesar 96,04 dibulatkan peneliti menjadi 100 responden. Jadi, jumlah anggota sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah minimal 100 responden.

D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer, untuk mendapatkan data primer peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan (*google form*) untuk membantu peneliti memberikan pertanyaan atau pernyataan kuesioner secara *online* kepada konsumen Topen di Cahaya BG Junction Surabaya.

Skala instrumen yang digunakan penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial termasuk bidang bisnis (Sugiyono, 2019). Skala likert penelitian ini menggunakan skor 1-5 untuk penilaian responden.

Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

E. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam suatu penelitian merupakan langkah selanjutnya setelah pengumpulan data dilakukan. Teknik analisa yang digunakan peneliti pada penelitian ini adalah regresi linear berganda. Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

1. Uji Instrumen

Instrumen merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam melakukan kegiatannya guna mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan menjadi lebih mudah. Uji instrumen dilakukan kepada para konsumen dengan penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden. Uji validitas dilakukan atas beberapa pernyataan pada kuesioner yaitu dengan jalan menghitung koefisien kolerasi dari setiap pernyataan dengan skor total yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan angka kritis r_{tabel} . Uji instrumen terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas.

a) Uji Validitas

Uji validitas adalah mengukur valid atau tidaknya butir-butir pernyataan dalam kuesioner. Suatu kuesioner dapat dinyatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengukur yang seharusnya diukur, serta dapat mengungkapkan ketepatan antara data fenomena terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Cara pengujian validitas data ini dilakukan dengan mengkorelasikan antar skor jawaban yang diperoleh pada masing-masing item dengan skor total keseluruhan item. Dengan menggunakan taraf signifikansi (α)

sebesar 0,05 atau 5% sehingga kriteria dalam instrumen kuesioner sebagai berikut (Ghozali, 2018) :

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mendapatkan tingkat ketepatan alat pengumpul data yang digunakan. Uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan rumus *cronbach alpha*. Metode “*Cronbach’s Alpha*” akan menunjukkan ada tidaknya konsistensi butir butir pertanyaan yang digunakan guna pengukuran akan variabel yang diteliti (Ghozali, 2018).

Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach’s Alpha* > 0,60. Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas sebagai berikut:

- 1) Jika memiliki nilai *Cronbach’s Alpha* > 0,6, maka instrumen dinyatakan reliabel
- 2) Jika memiliki nilai *Cronbach’s Alpha* < 0,6, maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan guna mengetahui kondisi data yang ada agar dapat menentukan model analisis mana yang tepat untuk digunakan. Data yang digunakan sebagai model regresi berganda dalam menguji hipotesis harus menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi klasik.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah nilai residual berdistribusi

normal atau tidak normal dalam model regresi (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal, untuk mengetahui sebaran data tersebut dalam penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* melalui program SPSS. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 5\%$ atau $0,05$ maka data tidak berdistribusi normal
- 2) Jika nilai signifikansi $> 5\%$ atau $0,05$ maka data berdistribusi normal

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent variable*) (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi peneliti melakukan dengan cara melihat nilai *variance inflation factor (VIF)* dan *tolerance value*.

Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas yaitu:

- 1) Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ atau nilai *VIF* < 10 , maka tidak terdapat masalah multikolinieritas.
- 2) Jika nilai *tolerance* $< 0,1$ atau nilai *VIF* > 10 , maka terdapat masalah multikolinieritas.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain

tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika varian berbeda disebut heteroskedastisitas sehingga model regresi inilah yang diharapkan terjadi. Untuk mengetahui pola variabel terdapat atau tidak masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode melihat pola gambar *scatterplots* melalui program SPSS.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Titik-titik data penyebar di atas dan dibawah atau di sekitar angka 0.
- 2) Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau dibawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- 4) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara hubungan secara linier dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen. Penelitian ini ingin mengetahui pengaruh hubungan antara variabel independen (citra merek, diskon harga, dan kualitas pelayanan) dengan variabel dependen (keputusan pembelian) apakah variabel independen masing - masing berhubungan positif atau negatif terhadap variabel dependen.

Adapun persamaan analisis regresi linier berganda yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

α = Konstanta

Y = Keputusan pembelian

ε = Standar error

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Kofisien regresi dari variabel bebas (citra merek, diskon harga, kualitas pelayanan)

X1, X2, X3, X4 = Variabel bebas (citra merek, diskon harga, kualitas pelayanan)

4. Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (Uji t)

Uji T merupakan metode uji statistik yang membandingkan rata-rata dua sampel untuk menguji kebenaran atau tidaknya sebuah hipotesis (pengujian asumsi) pada suatu populasi. Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel *Coefficients*. Biasanya dasar pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan taraf signifikannya sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

Adapun kriteria dari uji statistik t adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikansi uji t $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

- 2) Jika nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b) Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya. Uji simultan F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara bersama – sama atau simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya semua variabel bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
- 2) Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, semua variabel bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi untuk mengukur sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variasi variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan. Koefisien determinasi dapat dilihat melalui nilai R-square (R^2) pada tabel Model Summary. Nilai koefisien determinasi yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, Sebaliknya jika nilai mendekati 1 (satu) dan menjauhi 0 (nol) memiliki arti bahwa variabel independen memiliki kemampuan memberikan semua informasi

yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Menurut (Ghozali, 2018) kriteria kekuatan korelasi koefisien determinasi antar variabel adalah sebagai berikut:

- 0 : Tidak ada korelasi
- > 0 s.d $0,25$: Korelasi sangat lemah
- $> 0,25$ s.d $0,50$: Korelasi cukup kuat
- $> 0,50$ s.d $0,75$: Korelasi kuat
- $> 0,75$ s.d $0,99$: Korelasi sangat kuat
- 1,00 : Korelasi sempurna

