

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah tahapan yang dilaksanakan pada tahap perancangan dan implementasi kegiatan pengkajian, yang menggambarkan visualisasi fenomena penelitian (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, peneliti mengaplikasikan tipe *explanatory research* melalui metode penelitian kuantitatif dengan penyebaran data menggunakan kuesioner serta menggunakan unit analisis individu dengan dimensi waktu penelitian secara *cross sectional*. Penelitian kuantitatif adalah metode untuk mengetahui pengaruh antar variabel (Rahmawati & Driyan Pradana, 2024).

Kajian ini juga akan dilakukan dengan memakai survei deskriptif, jenis penelitian survei ini akan memperoleh fakta di lapangan untuk mendapatkan informasi data yang akurat, serta menggunakan metode penelitian deskriptif untuk mendeskripsikan karakteristik demografi responden (Sudaryanto et al., 2021). Penelitian deskriptif berguna untuk menggambarkan secara objektif keadaan suatu fenomena tertentu (Mutiar Wati, 2023).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Kajian ini diselenggarakan pada seluruh wilayah di Indonesia, sehingga dengan luasnya wilayah penelitian maka cakupannya pun juga akan semakin luas dan tentunya data yang didapatkan pun akan semakin

banyak karena banyaknya responden yang didapatkan dari berbagai wilayah di Indonesia.

2. Waktu Penelitian

Kajian ini diselegrakan pada periode berikut :

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

Kegiatan	2024					
	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
Pengajuan Judul						
Penyusunan Proposal						
Seminar Proposal						
Revisi						
Penelitian dan Pengumpulan Data						
Penyusunan Skripsi						
Sidang Skripsi						

Sumber : Penulis

C. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel menginterpretasikan variabel penelitian yang diaplikasikan pada penelitian. Pada kajian ini, diformulasikan penjabaran operasional variabel penelitian sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Citra Merek	Citra Merek adalah cara pandang individu terhadap representasi merek berdasarkan praduga dan eksposur berulang (Rohmanuddin & Arif, 2022).	1. Kekuatan (<i>Strengthness</i>) 2. Keunikan (<i>Uniqueness</i>) 3. Keunggulan (<i>Favorable</i>)	Skala <i>Likert</i>
Harga	Harga merupakan sejumlah biaya yang diberikan kepada	1. Keterjangkauan harga	Skala <i>Likert</i>

	konsumen karena adanya pembelian pada suatu produk dan jasa (Kotler & Armstrong, 2012).	2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Kesesuaian harga dengan kemampuan atau daya saing	
Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian merupakan proses pengambilan keputusan seorang pelanggan saat melakukan pembelian sebuah produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2012).	1. Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk 2. Keinginan mencoba 3. Kemantapan akan kualitas suatu produk 4. Keputusan pembelian ulang	Skala <i>Likert</i>

Sumber : Penulis

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yaitu total dari subjek yang ditetapkan oleh peneliti dan memiliki karakteristik eksplisit, yang nantinya akan diteliti (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, populasi yang dikaji yaitu seluruh rakyat di Indonesia yang merupakan konsumen produk Unilever. Populasi penelitian dilakukan pada seluruh masyarakat Indonesia agar tidak menimbulkan terjadinya bias (Wahyuning & Handayani, 2023).

2. Sampel

Sampel merupakan komponen yang merepresentasikan kuantitas dan spesifikasi yang melekat pada populasi penelitian (Sugiyono, 2013). Kajian ini mengoperasikan teknik sampel *non-probability sampling*.

Nonprobability sampling merupakan teknik pengumpulan sampel yang tidak menyediakan akses setara kepada tiap individu populasi untuk ditetapkan menjadi sampel (Sugiyono, 2013). Teknik *non-probability sampling* yang diaplikasikan *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang mempertimbangkan faktor eksplisit (Sugiyono, 2013). Karakteristik sampel dari kajian ini adalah seluruh rakyat di Indonesia yang merupakan pelanggan produk Lifebuoy dari *brand* Unilever tetapi melakukan boikot dan beralih ke produk lain. Terkait jumlah sampel dalam penelitian ini, peneliti tidak akan mengambil kurang dari 50 responden dan sebaiknya pengambilan sampel lebih dari 100 responden. maka target responden pada kajian ini adalah 250 responden (Hair et al., 2014).

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data bertujuan meraih informasi yang valid, akurat dan terpercaya. Sehingga dapat digunakan untuk mendukung analisis hingga hasil kesimpulan dari sebuah penelitian (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, basis data yang direferensikan untuk pengumpulan data yakni sumber primer dan sumber sekunder (Probosari et al., 2022). Sumber data primer pada kajian ini diidentifikasi langsung dari konsumen produk Unilever di wilayah Indonesia. Sedangkan sumber sekundernya diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, artikel dan data dari *website* resmi PT Unilever Indonesia.

Kajian ini menggunakan teknik survei deskriptif dalam pengumpulan data melalui kuesioner secara *online*, karena kuesioner sangat relevan bagi responden dengan skala besar dan cakupan luas. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan mengaplikasikan formulir yang memuat rangkaian pernyataan yang dibuat oleh peneliti untuk disebarakan dan diisi oleh responden, dimana jawaban akan dikumpulkan dan dianalisis oleh peneliti (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, kuesioner diklasifikasikan dengan mengoperasikan skala *likert* dan dirancang dalam bentuk *Google Form*. Kemudian dirumuskan oleh peneliti dengan menyajikan beberapa variasi jawaban dimana responden dapat menentukan respon tersebut sesuai dengan situasi yang dialami. Terdapat lima pilihan jawaban yang disediakan dalam penelitian ini serta diberi skor agar lebih mudah dijawab oleh responden, bobot skala *likert* dipresentasikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 3.3 Bobot *Skala Likert*

Jawaban	Skor
Sangat Setuju = SS	5
Setuju = S	4
Ragu-ragu = RR	3
Tidak Setuju = TS	2
Sangat Tidak Setuju = STS	1

Sumber : (Sugiyono, 2013)

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan mengkaji informasi yang terkumpul mengenai karakteristik responden dan hubungan antar variabel yang

diteliti (Sugiyono, 2013). Dimana data akan diolah dan diinterpretasikan dengan menggunakan teknik statistik seperti tabel dan grafik beserta uraiannya. Karakteristik responden dalam analisis deskriptif yang disajikan pada penelitian ini adalah umur, pekerjaan dan penghasilan.

2. Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Uji validitas berfungsi mengkalkulasikan valid tidaknya item pertanyaan pada kuesioner, serta untuk memilah apakah suatu item pertanyaan tersebut pantas digunakan atau tidak (Ghozali, 2018). Kemudian hasilnya ditentukan dari perbandingan hasil *rhitung* dengan *rtabel*, dimana dikatakan valid ketika skor ($rhitung > rtabel$) dengan nilai signifikansi $< 0,05$, begitupun sebaliknya. *rtabel* pada penelitian ini adalah 248, berasal dari rumus *degree of freedom* ($df = n$ dikurangi 2 atau 250 kurangi $2 = 248$).

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi menguji kekonsistenan dan stabilitas informasi pada kuesioner (Sugiyono, 2013). Kuesioner dinyatakan reliabel jika responden memberikan jawaban yang konsisten pada setiap pertanyaan. Pengujian reliabilitas dapat diuji menggunakan nilai *Cronbach Alpha*. Apabila skor *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka kuesioner dapat dikatakan reliabel. Sebaliknya, Apabila skor *Cronbach Alpha* $< 0,60$ maka kuesioner dinilai tidak reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji Normalitas dilakukan guna mengidentifikasi normal atau tidaknya distribusi setiap variabel. Dalam pengujiannya terdapat batas kesalahan maksimal yang dijadikan patokan penelitian, pada kajian ini peneliti menentukan batasan sebesar 5% atau 0,05. Pengambilan keputusan pada kajian ini mengoperasikan metode uji *Kolmogorov Smirnov* yang didasarkan pada :

- 1) Nilai signifikansi $> 0,05$ dinilai berdistribusi normal
- 2) Nilai signifikansi $< 0,05$ dinilai tidak berdistribusi normal

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas berfungsi mengkaji keterkaitan antar variabel independen pada model regresi (Ghozali, 2018). Dimana model regresi yang efektif dapat dinilai dengan tidak adanya keterkaitan antara variabel independen. Dalam pengujiannya, diimplementasikan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila skor $VIF < 10$ berarti tidak terjadi multikolinearitas, dan terjadi apabila skor $VIF > 10$.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji kondisi terjadinya perbedaan varian dalam residual pada pemeriksaan model regresi (Ghozali, 2018a). Apabila varian residual antar pengamatan

konsisten, maka model regresi tersebut dinilai baik. Pengujian ini menggunakan *rank spearman*, apabila skor sig variabel independen dan absolut residual $> 0,05$ berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan terjadi apabila skor sig $< 0,05$.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2013), penelaahan ini berfungsi untuk memeriksa hipotesis mengenai korelasi secara parsial untuk dua atau lebih variabel independen yang bertujuan memperoleh gambaran implikasi *brand image* dan harga bagi keputusan pembelian. Persamaan regresi berganda dituliskan dalam rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

B = Koefisien Regresi X

X_1 = Citra Merek

X_2 = Harga

e = Standar Error

5. Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (t)

Uji t berfungsi mengidentifikasi sejauh mana implikasi variabel independen mengimplikasi variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2018a). Penetapan kriteria pengujian pada taraf signifikansi (α) = 0,05. Basis pengambilan keputusan uji t adalah apabila skor Sig < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti variabel independen secara parsial memberikan implikasi bagi variabel dependen. t_{tabel} pada kajian ini didapatkan dari jumlah sampel dikurangi satu atau $df = n$ dikurangi 1.

b) Uji simultan (F)

Uji F berfungsi mengidentifikasi sejauh mana implikasi variabel independen secara bersama-sama bagi variabel dependen (Ghozali, 2018). Penetapan keputusan pada uji simultan (F) jika variabel independen secara bersamaan memberikan implikasi bagi variabel dependen pada skor signifikansi < 0,05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$. F_{hitung} dalam penelitian ini ditentukan melalui rumus nilai $df_1 = k$ dikurangi 1 dan $df_2 = n$ dikurangi k, dimana k merupakan banyaknya variabel bebas (Ghozali, 2018).

c) Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi berfungsi memeriksa sejauh mana kontribusi implikasi variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018a). Hubungan antara kedua variabel

dikatakan kuat jika hasil *adjusted* R2 mendekati satu dan lemah jika hasil *adjusted* R2 mendekati nol. Penelitian ini menggunakan *adjusted* R2 untuk memperkuat dan menentukan baik tidak model penelitian yang dipakai.

UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
PERPUSTAKAAN
YOGYAKARTA