

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Supranto (2000) dalam bukunya yang berjudul “Statistik Teori dan Aplikasi” menjelaskan bahwa “objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti”. Objek penelitian ini adalah UMKM Dimsum 68 di Kota Tasikmalaya. Para *followers* Dimsum 68 diberikan kuesioner untuk diisi dan selanjutnya data yang diperoleh akan dianalisis. Penelitian ini berlangsung selama empat bulan. Adapun alasan peneliti memilih UMKM ini sebagai objek penelitian adalah fenomena yang terdapat pada UMKM Dimsum 68 yaitu semakin meningkatnya persaingan usaha sejenis dan penjualan produk yang tidak stabil dan mempunyai korelasi dengan pendekatan kewirausahaan yang sudah peneliti pelajari yaitu manajemen pemasaran.

3.2 Metode dan Desain Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2017). Tujuan adanya metode penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran kepada peneliti tentang bagaimana penelitian dilakukan, sehingga permasalahan dapat diselesaikan.

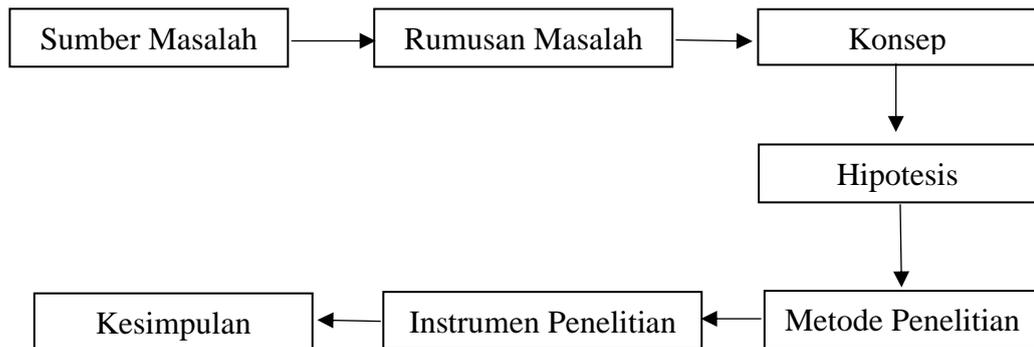
Berdasarkan pernyataan tersebut, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Pendekatan deskriptif untuk menggambarkan citra merek dan keputusan pembelian di Dimsum 68 Sedangkan pendekatan verifikatif digunakan untuk menguji pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian UMKM Dimsum 68.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan pedoman bagi peneliti dalam melakukan sebuah penelitian, adapun menurut Kuncoro (2006) desain penelitian merupakan perencanaan penelitian yang menyeluruh menyangkut semua komponen dan

langkah penelitian dengan mempertimbangkan etika penelitian, sumber daya penelitian, dan kendala penelitian.

Alur penelitian ini diantaranya adalah menentukan sumber masalah, rumusan masalah, konsep, hipotesis, metode penelitian, instrumen penelitian dan kesimpulan sebagai berikut:



Gambar 3. 1
Desain Penelitian

1. Sumber Masalah

Untuk menentukan fenomena yang terjadi sebagai sumber masalah maka peneliti sebelumnya melakukan studi literatur terlebih dahulu. Dalam penelitian ini fenomenanya yaitu mengenai pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada UMKM Dimsum 68.

2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah menjadi hal yang penting dan memerlukan pertimbangan yang matang dalam menyusunnya, karena penelitian ini tentunya bertujuan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Adapun rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah “Bagaimana gambaran umum pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada UMKM Dimsum 68?”, dan “Bagaimana pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada UMKM Dimsum 68?”.

3. Konsep

Selanjutnya peneliti melakukan kajian referensi teoritis yang relevan dengan strategi pemasaran dan keputusan pembelian. Sementara itu terdapat penelitian terdahulu yang relevan yang dapat mendukung

hipotesis sebagai tambahan kajian untuk menjawab rumusan masalah penelitian yang diajukan peneliti.

4. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah: terdapat pengaruh citra merek (X) terhadap keputusan pembelian (Y) pada UMKM Dimsum 68.

5. Metode Penelitian

Selanjutnya peneliti menentukan metode penelitian. Adapun pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif.

6. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah kuisisioner atau angket. Sebelum instrumen digunakan, peneliti terlebih dahulu melakukan uji validitas dan uji reabilitas guna mengukur sejauh mana konsistensi alat ukur yang digunakan. Kemudian melakukan penelitian untuk memperoleh data yang dimaksud dengan penyebaran kuisisioner atau angket. Setelah data terkumpul maka selanjutnya dianalisis dengan melakukan pengolahan data menggunakan rumus statistik tertentu untuk menjawab rumusan masalah serta hipotesis yang diajukan.

7. Kesimpulan

Kesimpulan pada penelitian ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang diajukan. Selanjutnya peneliti juga menambahkan implikasi serta saran berdasarkan temuan penelitian sebagai timbal balik dari peneliti untuk organisasi atau lembaga yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif, dengan menggunakan metode penelitian ini akan diketahui hubungan yang signifikan antara variabel yang diteliti sehingga kesimpulan yang akan memperjelas gambaran mengenai objek yang diteliti. Sebagaimana pada penelitian ini yaitu untuk mengukur hubungan antara variabel citra merek (X) dengan variabel keputusan pembelian (Y).

3.3 Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan judul penelitian ini yaitu citra merek (X) serta keputusan pembelian pada UMKM (Y). Maka peneliti bermaksud untuk membuat tabel

operasional variabel dengan tujuan untuk menjabarkan setiap variabel agar lebih mudah untuk melihat setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Citra Merek (X)	Citra merek adalah sekumpulan asosiasi yang dipersepsikan oleh konsumen terhadap merek tertentu dan dapat disampaikan melalui komunikasi yang tersedia. (Kotler & Keller, 2017).	Citra Pembuat (Perusahaan)	Ordinal
		Citra Produk	Ordinal
		Citra Pemakai	Ordinal
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Tjiptono (2012) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.	Pemilihan Produk	Ordinal
		Pemilihan Merek	Ordinal
		Pemilihan Saluran Pembelian	Ordinal
		Waktu Pembelian	Ordinal
		Jumlah pembelian	Ordinal
		Metode Pembayaran	Ordinal

3.4 Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan oleh peneliti menggunakan data primer dan sekunder, antara lain:

1. Data primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh perorangan atau organisasi secara langsung dari objek yang diteliti dan untuk kepentingan studi yang bersangkutan yang dapat berupa wawancara dan observasi (Situmorang &

Muslich, 2014). Wawancara dilakukan untuk mengetahui mengenai data penjualan Dimsum 68, selanjutnya dilakukan observasi untuk mengetahui keadaan objek penelitian yaitu Dimsum 68. Adapun pada penelitian ini data primer diperoleh dari responden melalui kuesioner mengenai citra merek dan keputusan pembelian yang disebar.

2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dan disatukan oleh studi – studi sebelumnya atau yang diterbitkan oleh berbagai instansi, (Situmorang & Muslich, 2014). Pada penelitian ini digunakan data sekunder yang diperoleh dari lembaga terkait antara lain, Badan Pusat Statistik, dan Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat, dan Open data Jabar. Selain dari lembaga terkait sumber data sekunder berasal dari jurnal, penelitian terdahulu, serta literatur-literatur yang terkait dengan penelitian ini mengenai data

3.4.2 Alat Pengumpul Data

Menurut Sugiyono (2017) untuk mendapatkan data primer pada penelitian ini digunakan metode sebagai berikut

1. Observasi (pengamatan), salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkah laku non verbal. Menurut Sugiyono (2017) observasi merupakan teknik pengumpul data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Observasi dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengamatan langsung di lapangan untuk mengetahui kondisi yang sebenarnya di UMKM Dimsum 68.
2. *Interview* (wawancara), wawancara menjadi salah satu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara merupakan komunikasi dua arah untuk memperoleh informasi dari informan yang terkait. Menurut Yusuf (2014) wawancara adalah suatu kejadian atau proses interaksi antara pewawancara dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai melalui komunikasi secara langsung atau bertanya secara langsung mengenai suatu objek yang diteliti. Wawancara yang dipilih oleh peneliti adalah wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan bebas namun masih tetap berdasarkan

etika wawancara. Pertanyaan akan berkembang pada saat melakukan wawancara, tujuan dari wawancara ini adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan penelitian.

3. Kuesioner (angket), kuesioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuesioner atau angket tertutup, karena responden hanya tinggal memberikan tanda pada salah satu jawaban yang dianggap benar. Data primer pada penelitian ini juga menggunakan skala likert sebagai skala pengukurannya. Skala likert menggunakan beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon lima titik pilihan pada setiap butir pertanyaan, sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (Sugiyono, 2017). Alat ukur yang digunakan adalah butir-butir pertanyaan yang dianggap sebagai indikator dari perilaku tertentu misalnya pengetahuan atau sikap. Berikut merupakan bobot skala likert.

Tabel 3. 2 Bobot Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Bobot Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017)

4. Studi Kepustakaan, penulis berusaha untuk mengumpulkan data dan informasi yang mungkin diperlukan dalam penelitian seperti penelitian, penelusuran, *review*, dan evaluasi literatur di jurnal resmi, buku dan buletin didukung oleh penggunaan internet untuk memperoleh bahan penelitian sebagai landasan teori.

3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, (Sugiyono, 2017). Dalam hal ini yang termasuk populasi dalam penelitian ini adalah jumlah *followers* Instagram Dimsum 68 yang mencapai 6.603 *followers* per tanggal

5 Juni 2023 dengan ketentuan konsumen yang pernah membeli Dimsum 68 minimal satu kali.

3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus slovin. Menurut Sugiyono (2017) adalah suatu rumus yang digunakan untuk mencari besaran sampel yang dinilai mampu mewakili keseluruhan populasi.

Untuk menghitung sampel rumus yang digunakan dalam penelitian ini

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

adalah rumus slovin, berikut rumus slovin:

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah Populasi

e : Persen kelonggaran ketidaktelitian kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolelir (e dalam penelitian ini ditentukan sebesar 10%).

Berdasarkan rumus tersebut, dengan populasi 6.603 *followers* yang terdapat pada akun Instagram Dimsum 68, maka ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

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

$$= 6.603 / 1 + 6.603(10\%)^2$$

$$= 6.603 / 67,03$$

$$= 98,50$$

Dibulatkan menjadi 98

Jumlah sampel untuk penelitian ini adalah sebanyak 98 responden.

3.5.3 Sampel

Sampel dapat diartikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Adapun jumlah sampel berdasarkan perhitungan rumus slovin yaitu yang menjadi sampel dalam penelitian ini merupakan konsumen Dimsum 68 sebanyak 98 orang.

3.6 Uji Instrumen Penelitian

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Metode korelasi yang digunakan adalah *person product moment* sebagai berikut:

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

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi
- X = Skor item X
- Y = Skor item Y
- n = Banyaknya sampel dalam penelitian

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Husaini (2003), uji reliabilitas adalah proses pengukuran terhadap ketepatan (konsisten) dari suatu instrumen. Pengujian ini dimaksudkan untuk menjamin instrumen yang digunakan merupakan sebuah instrumen yang handal, konsistensi, stabil dan dependibilitas, sehingga jika suatu alat pengukur dipakai lebih dari satu kali untuk mengukur gejala yang sama kemudian hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut *reliable*. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam pengukur gejala yang sama.

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai mendekati angka 1. Kesepakatan secara umum reliabilitas yang dianggap sudah cukup memuaskan jika ≥ 0.700 . Dalam penelitian ini digunakan rumus *Cronbach's Alpha* karena instrumen penelitian ini berbentuk kuesioner, dengan rumus *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

- r_{11} = Realibilitas yang dicari
 n = Jumlah item pertanyaan yang diuji
 $\sum \sigma_t^2$ = Jumlah varians skor tiap tiap item
 σ_t^2 = Varians total

Melalui perhitungan rumus di atas maka, jika $\alpha > 0,90$ maka reliabilitas sempurna. Jika α antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi. Jika α 0.50 – 0.70 maka reliabilitas moderat. Jika $\alpha < 0.50$ maka reliabilitas rendah. Jika α rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak *reliable*.

3.7 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.7.1 Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah analisis yang bertujuan mengetahui variabel mandiri, baik dalam satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan variabel lain (Sugiyono, 2017). Menurut Sugiyono (2017) analisis statistik deskriptif memiliki tujuan yaitu “untuk menjelaskan data secara umum atau generalisasi, dengan menghitung nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi (*standard deviation*)”.

Adapun dalam dalam penelitian ini analisis deskriptif ditujukan untuk menggambarkan mengenai gambaran citra merek dan keputusan pembelian pada UMKM Dimsum 68.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Sudarmanto dalam Rinaldi dkk. (2021), berpendapat bahwa “Pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik dalam penelitian terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas”.

3.7.2.1 Uji Normalitas

Sebelum data yang didapat diolah lebih lanjut, maka diperlukan uji normalitas terlebih dahulu. Untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau

tidak digunakan uji kolmogorov-smirnov, dengan melihat nilai signifikansi. Model regresi dikatakan baik ketika distribusi data residualnya normal atau hampir normal. Distribusi kumulatif dari data yang sesungguhnya dapat dibandingkan dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal menggunakan analisis histogram, atau distribusi data residual dapat diperiksa normalitasnya menggunakan plot probabilitas normal. Jika grafik histogram menampilkan pola distribusi normal yaitu distribusi data disekitar dan searah garis diagonal, maka model regresi memenuhi kriteria normalitas (Ghozali, 2016). Jika grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, atau jika data menyebar ke arah yang tidak sejajar dengan garis diagonal, maka asumsi normalitas dalam model regresi telah dipatahkan. Kriteria uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Berikut merupakan rumus uji normalitas:

$$X^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)}{E_i}$$

Keterangan:

X^2 = Nilai yang dicari

O_i = Nilai Observasi

E_i = Nilai *Expected*

N = Banyaknya angka pada data (total frekuensi)

3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui jumlah variabel independen lebih dari satu bukan tidak mungkin antar variabel independen tersebut ada korelasi yang cukup tinggi atau signifikan. Untuk menguji multikolinearitas dapat menggunakan nilai VIF pada masing-masing variabel. Jika nilai VIF < 10 dan nilai maka disimpulkan data bebas dari gejala multikolinearitas (Ghozali, 2016).

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Sebelum dilakukannya analisis regresi diperlukan uji heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah terdapat atau tidaknya heteroskedastisitas dalam data yang diolah. Jika terjadi heteroskedastisitas diperlukan metode alternatif lain dalam estimasi parameter yang dapat mengatasi adanya data dengan varian error yang tidak konstan atau mengandung heteroskedastisitas. Dasar analisis penentuan keputusan menurut Ghozali (2016) adalah sebagai berikut :

- a. Heteroskedastisitas hadir jika ada pola yang terlihat, seperti rangkaian titik-titik yang mengembang dan mengerut dalam gelombang.
- b. Jika titik-titik data terdistribusi secara merata di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, tanpa pola yang terlihat, maka heteroskedastisitas tidak ada.

3.7.3 Uji Hipotesis

3.7.3.1 Analisis Regresi Sederhana

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi sederhana, adapun analisis regresi sederhana merupakan hubungan secara linear antara dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat (Susetyo, 2010). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan variabel bebas dan variabel terikat apakah positif atau negatif dan bertujuan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan. Rumus regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Dimana:

- Y = Nilai prediksi variabel Keputusan pembelian
- α = Konstanta, yaitu nilai Y jika X=0
- β = Koefisien regresi
- X = Variabel bebas Citra merek
- e = Tingkat Kesalahan (*Standar Error*)

3.7.3.2 Uji Parsial (uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independent secara persial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2015). Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikansi antara citra merek terhadap keputusan pembelian produk UMKM Dimsum 68.

Adapun dasar pengambilan keputusan, apabila dengan tingkat kepercayaan 95% atau tingkat signifikan 5% maka kriterianya seperti berikut:

H_0 = tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel endogen secara individu terhadap variabel eksogen.

H_1 = terdapat pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel endogen secara individu terhadap variabel eksogen.

Ketika t hitung $>$ t tabel, berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, namun bila t hitung $<$ t tabel, berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak

Atau dengan memakai nilai probabilitas signifikansi:

- a) Probabilitas signifikansi $>$ 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak
- b) Probabilitas signifikansi $<$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3.7.3.3 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi pada intinya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dengan menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (0-1), jika nilai koefisien determinasi mendekati satu berarti variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui presentasi pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Hanggraeni, 2012). Berikut merupakan rumus dari uji koefisien determinasi:

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

Keterangan:

- R^2 = Determinasi
 SSR = Keragaman Regresi
 SST = Keragaman Total