

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian menurut Sugiyono (2018) merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Objek penelitian ini adalah We Lav It. Alasan peneliti memilih objek ini dikarenakan cocok dengan permasalahan yang dialami oleh We Lav It. Tempat penelitian di Desa Pangsor RT 01 RW 003, Kec. Samarang, Kab. Garut, Jawa Barat 44161.

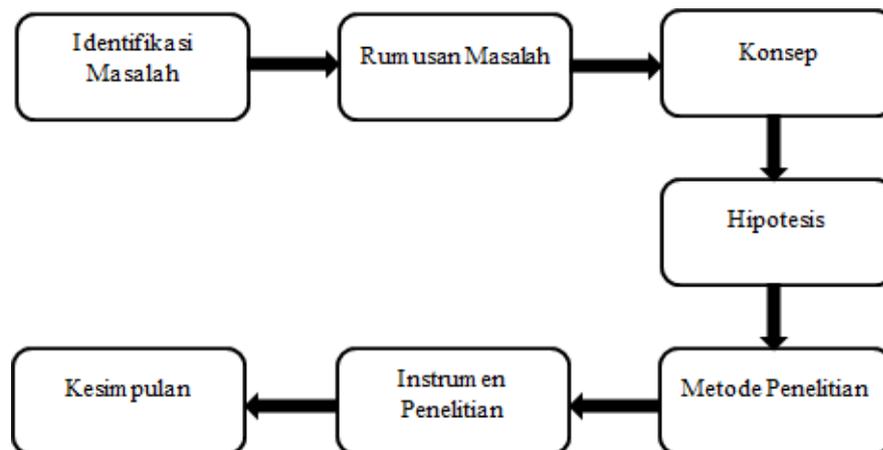
3.2 Metode dan Desain penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid yang dapat ditentukan, dibuktikan, dan dikembangkan dalam pengetahuan untuk memecahkan suatu masalah. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan pendekatan verifikatif. Pendekatan deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan mendeskripsikan atau menggunakan data yang telah terkumpul untuk membuat hipotesis yang berlaku secara umum. Sedangkan pendekatan verifikatif merupakan pendekatan yang bertujuan untuk menguji teori dengan hipotesis berdasarkan data lapangan yang diperoleh dan perhitungan statistik.

3.2.2 Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif, desain penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subyek atau obyek penelitian. Abdullah (2015) Menjelaskan bahwa penelitian deskriptif berfokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan. Desain deskriptif, digunakan jika peneliti ingin menjawab permasalahan tentang fenomena yang ada, dengan pola *survey*, *case study*, *causal comparative*, *corelational*, and *development*. Sehingga proses penelitian kuantitatif deskriptif menurut Sugiyono (2017) adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Prosedur Penelitian

Berdasarkan Gambar 3.1, alur penelitian ini diantaranya adalah menentukan sumber masalah, rumusan masalah, konsep, hipotesis, metode penelitian, instrumen penelitian dan kesimpulan sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah

Peneliti melakukan identifikasi masalah terlebih dahulu untuk menentukan fenomena yang terjadi sebagai sumber masalah. Dalam penelitian ini fenomenanya yaitu mengenai pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian produk UMKM We Lav It:

2. Rumusan Masalah

Dalam merumuskan masalah diperlukan pertimbangan yang matang. Karena, penelitian ini bertujuan untuk menjawab masalah penelitian. Maka rumusan masalah yang bisa kita angkat dalam penelitian ini adalah “Bagaimana gambaran umum dari *brand image* terhadap keputusan pembelian pada UMKM We Lav It? ” dan “Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian pada UMKM We Lav It? ”.

3. Konsep

Selanjutnya peneliti melakukan pengkajian 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: pengaruh *brand image* (X) terhadap keputusan pembelian (Y) pada UMKM We Lav It.

5. Metode Penelitian

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

6. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini instrument yang digunakan adalah kuisioner. Sebelum instrument 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 kuisioner 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. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif 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 *brand image* (X) dengan variabel keputusan pembelian (Y).

3.3 Operasional Variabel

Operasional variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu variable bebas (*independent variabel*) dan satu variable terikat (*dependent variabel*). Variabel bebas pada penelitian ini *brand image* (X) dan variable terikat adalah keputusan pembelian (Y). Berikut ini adalah tabel operasional variabel pada penelitian ini, yaitu:

Tabel 2. 1 Operasional Variabel

Variable	Definisi	Indikator	Skala
Brand Image (X)	<i>Brand image</i> adalah tanggapan konsumen akan suatu merek yang didasarkan atas baik dan buruknya merek yang diingat konsumen. Citra merek merupakan keyakinan yang terbentuk dalam benak konsumen tentang obyek produk yang telah dirasakannya.	<ul style="list-style-type: none"> • Citra perusahaan • Citra Produk • Citra Pemakasi 	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Kotler dan Keller (2016) keputusan pembelian merupakan beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk.	<ul style="list-style-type: none"> • Pemilihan Produk • Pemilihan Merek • Jumlah Pembelian • Pemilihan Saluran Pembelian • Penentuan Waktu Pembelian 	Likert

Sumber: Data diolah (2023)

3.5 Sumber Data dan Alat Pengumpul Data

3.5.1 Sumber Data

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

a. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh oleh peneliti secara langsung dari sumber data dan objek penelitian. Data primer pada penelitian ini yaitu wawancara, observasi, dan mendistribusikan survei *online* kuesioner melalui Google Forms dan membagikannya kepada responden.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak atau sumber yang telah ada sebelumnya, seperti studi literatur atau data yang ada selain dari narasumber. Data sekunder pada penelitian ini dengan menggunakan jurnal, artikel, skripsi, *e-book*, serta situs di internet yang berkaitan dengan penelitian.

3.5.2 Alat Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Observasi atau survei lapangan

Observasi menurut Sugiyono (2018) adalah sebuah teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik dibandingkan dengan teknik lainnya. Observasi yang dilakukan pada penelitian ini yaitu mengamati secara langsung bagaimana pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian pada produk UMKM We Lav It

2. Wawancara

Menurut Sugiyono (2018) wawancara merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang digunakan saat peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang akan diteliti serta mengetahui hal-hal dari responden secara lebih mendalam. Pada penelitian ini dilakukan wawancara kepada *owner* dari UMKM We Lav It.

3. Kuesioner

Pada penelitian ini, peneliti mengajukan pertanyaan yang dibentuk dalam table kuesioner dan diajukan langsung kepada responden serta kuesioner dari Google Form yang dibuat oleh peneliti dan disebar melalui media sosial dari We Lav It kepada konsumen.

Tabel 3.2 Penilaian Kuesioner

Pertanyaan	Pertanyaan	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju (SS)	5	1
Setuju (S)	4	2
Kurang Setuju (KS)	3	3
Tidak Setuju (TS)	2	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber: Likert (1932)

4. Studi literatur

Studi literatur adalah kegiatan mengumpulkan bahan pustaka dengan membaca, mencatat, serta memperoleh bahan penelitian dari sumber lainnya.

3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.6.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini yang dimaksud populasi adalah konsumen yang sudah pernah membeli We Lav It yang berjumlah 959 orang.

3.6.2 Sampel

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Adapun jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan teori Slovin. Peneliti memilih teknik Slovin dikarenakan cocok dengan populasi dari penelitian ini yang dimana rumus Slovin adalah rumus yang digunakan untuk menghitung banyaknya sampel minimum suatu survei populasi terbatas.

Berikut merupakan rumus dengan teori Slovin :

$$n = N / (1+(N.e^2))$$

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Populasi

e^2 = Tingkat kesalahan %

Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 959 orang. Maka dari itu jumlah sampel yang diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = N / (1+(N.e^2))$$

$$n = 959 / (1+959 (0,10^2))$$

$$n = 90,5571$$

$n = 91$ orang jumlah pengikut yang menjadi sampel

3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang dipakai adalah teknik *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan

kesempatan yang sama bagi semua popuasi untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2018). Teknik *probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini dengan teknik *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari suatu populasi yang dilakukan dengan acak tanpa memiliki kriteria tertentu.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas suatu kuesioner dapat disebut valid apabila dapat mengungkapkan sesuatu yang terukur (Ghozali, 2017). Uji validitas dilakukan dengan mengkolerasikan masing-masing pertanyaan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Ada dua kemungkinan dalam melakuak perhitungan skor korelasi, diantaranya yaitu :

1. Jika $r\text{-hitung} \geq r\text{-tabel}$ item pernyataan tersebut valid.
2. Jika $r\text{-hitung} \leq r\text{-tabel}$ item pernyataan tersebut tidak valid, sehingga diperlukan perbaikan ataupun pernyataan tersebut tidak dipakai lagi.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu alat ukur dapat diandalkan atau tidak. Menurut Sugiyono (2017) untuk perhitungan uji reliabilitas perlu dilakukan secara eksternal dan internal. Secara eksternal, dimana pengujian dilakukan dengan menggunakan uji (stabilitas), ekivalen, dan kombinasi keduanya. Sedangkan secara internal yaitu dengan mengandalkan peralatan yang dapat diuji dengan menganalisis konsistensi item peralatan menggunakan teknik khusus.

Dalam Ghozali (2018) menyatakan kriteria pemeriksaan keefektifan perangkat penelitian adalah sebagai berikut :

1. Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila koefisien *Alpha Cronbach* $> 0,07$
2. Instrumen penelitian dikatakan tidak reliabel apabila koefisien *Alpha Cronbach* $< 0,07$

3.8 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah analisis yang bertujuan mengetahui variabel tunggal, baik dalam satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan variabel lain. Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk menjelaskan data secara umum atau generalisasi, dengan menghitung nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi (Sugiyono, 2018).

Pada penelitian ini analisis deskriptif ditunjukkan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan data dari variabel *independent independent* yaitu *brand image*. Adapun mengenai presentasi dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3.3 Kategori Interval

Interval	Kategori
81 – 100%	Sangat Baik
61 – 80%	Baik
41 – 60%	Cukup
21 – 40%	Rendah
0 – 20%	Sangat Rendah

Sumber: Ridwan (2008)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, sebelum melakukan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian perlu dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi:

3.8.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel *independent* maupun *dependent* mempunyai distribusi yang normal atau tidak (Sugiyono, 2018). Untuk melakukan uji normalitas dapat menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan software SPSS. Dalam pengujian ini, data dapat disebut normal jika nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05. Pengujian dapat dilakukan dengan cara lain menggunakan metode grafik yaitu menggunakan metode grafik normal *probability plots* pada software SPSS. Kriteria uji normalitas dalam membuat keputusan pada penelitian ini adalah :

1. Jika data merambat secara diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika garis data memanjang dari diagonal dan tidak mengikuti arah diagonal, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.8.2.2 Uji Heterokedasitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tersebut terdapat ketidaksamaan antara varian regresi dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini, heterokedasitas di uji menggunakan metode uji glejser. Uji glejser merupakan suatu metode umum yang berguna dalam mengetahui adanya heterokedasitas dalam persamaan regresi. Hasil dari uji glejer dievaluasi berdasarkan probabilitas signifikansi yang dihasilkan. Apabila probabilitas signifikansi di atas taraf kepercayaan 0,05, maka persamaan regresi tidak mengidentifikasi adanya heterokedasitas.

3.8.2.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui jumlah variabel *independent* lebih dari satu bukan tidak mungkin antarvariabel *independent* tersebut ada korelasi yang cukup tinggi atau signifikan (Gozali, 2017). Untuk mengetahui adanya multikolinieritas adalah dengan cara menggunakan *uji variance influence factor* (VIF). Jika besar VIF $< 10,00$, maka tidak adanya multikolinieritas.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Analisis Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana. Analisis regresi sederhana merupakan hubungan secara linear antara dua variabel yaitu variabel *independen* dan variabel *dependent*. Tujuan analisis ini yaitu untuk mengetahui arah hubungan variabel bebas dan variabel terikat, apakah hasilnya positif atau negative yang bertujuan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan. Rumus yang digunakan dalam analisis regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan :

Y = Nilai yang diprediksikan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Nilai variabel *independen* (*brand image*)

e = Tingkat kesalahan

3.9.2 Uji T

Uji T bertujuan untuk menguji koefisien regresi secara parsial. Selain itu, pada uji T ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikatnya (Ghozali, 2018). Adapun rumus uji t sebagai berikut :

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

Keterangan :

t = t hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan t tabel

r = korelasi parsial yang ditemukan

n = jumlah sampel

Pada uji T ini membandingkan t hitung dengan t tabel untuk menunjukkan apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka rumusan hipotesisnya sebagai berikut :

3 Apabila t hitung < t tabel, maka Ho ditolak.

4 Apabila t hitung > t tabel, maka Ha diterima.

3.9.3 Uji Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Uji koefisien determinasi pada intinya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dengan menerangkan variasi dari variabel terkait. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 dan 1. Jika nilai koefisien determinasi (R-squared) pada suatu estimasi mendekati angka satu (1), maka dapat dikatakan bahwa variabel *dependen* dijelaskan dengan baik oleh variabel *independennya*. Sebaliknya, apabila koefisien determinasi (R-squared) menjauhi angka satu (1) atau mendekati angka nol (0), maka semakin kurang baik variabel terikat menjelaskan variabel bebas.

Oktavira Bintang Nauli H, 2023

PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN UMKM WE
LAV IT DI KABUPATEN GARUT

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu