BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merujuk pada tempat atau area di mana pengumpulan data dilakukan. Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa lokasi penelitian dapat bervariasi tergantung pada jenis penelitian yang dilakukan, baik itu penelitian kuantitatif, kualitatif, maupun penelitian pengembangan dalam penelitian kuantitatif, lokasi penelitian seringkali terletak pada tempat di mana data primer dikumpulkan. Lokasi dalam pelaksanaan penelitian ini akan dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Malang.

B. Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah metode secara ilmiah dalam melakukan perolehan data dimana memiliki tujuan serta kegunaan secara tertentu. Jenis penelitian yang akan dimanfaatkan dalam penelitian ini berbentuk kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) pengertian dari metode penelitian kuantitatif merupakan sebuah penelitian dimana berlandaskan filsafat positivisme, dimanfaatkan dalam penelitian sebuah populasi ataupun sampel tertentu, pengumpulan data memanfaatkan instrumen penelitiannya, kemudian proses menganalisis data memiliki sifat berupa kuantitatif dengan memiliki tujuan melakukan pengujian hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

   Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi dengan terdirikan atas obyek ataupun subjek dimana memiliki kualitas serta karakteristiknya lebih spesifik (Nazir, 2020). Dalam pelaksanaan penelitian ini populasi berupa mahasiswa dan mahasiswi yang sedang menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Malang dengan total keseluruhannya adalah 39.485 mahasiswa dan mahasiswi (UMM, 2019).

2. Sampel

   Pandangan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2018) sampel sendiri dapat dipahami sebagai bagian atas jumlah serta karakteristiknya yang dimana dimiliki dari sebuah populasi. Pendekatan memanfaatkan rumus *slovin* dalam rangka melakukan penentuan ukuran sampel atas suatu sampel yang tidak diketahuinya

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Asumsi ukuran populasi

e = Tingkat kesalahan sebesar 5% (0,05)

Sehingga jika menggunakan rumus *Slovin*, maka jumlah sampel dalam penelitian adalah:

$$n = \frac{39.485}{1 + (39.485 \times 0{,}05^2)}$$

$$= \frac{39.485}{1 + (39.485 \times 0{,}0025)}$$

$$= \frac{39.485}{1 + 98{,}7125}$$

$$= \frac{39.485}{99{,}7125}$$

$$= 395{,}46 \text{ / } 396 \text{ Responden}$$

Teknik dalam melakukan pengambilan sampel dalam pelaksanaan penelitian ini adalah berbentukkan *purposive sampling*. Yang kemudian pemanfaatan dari kriterianya yang berupa berikut ini: Kriteria yang pertama orang yang pernah membeli produk Deliwafa Store malang. Kriteria yang kedua adalah Mahasiswa dan Mahasiswi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.

D. Definisi Operasional Variabel

Dalam pandangan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2018) pengertian dari variabel penelitian merupakan sebuah atribut ataupun sifat ataupun nilai atas sebuah individu, obyek ataupun kegiatan dimana memiliki variasi tertentu yang telah ditentukan sebelumnya melalui pelaksana penelitian supaya kemuian dipelajari lebih lanjut serta diambil kesimpulan

akhirnya. Definisi Operasional adalah penjelasan suatu variabel penelitian dalam kaitannya dengan indikator-indikatornya untuk mengetahui cara mengukurnya.

Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Reputasi Merek	Reputasi merek dapat dipahami sebagai persepsi dari konsumen Deliwafa Store Malang tentang merek produk Deliwafa.	1. Dikenal luas 2. Keandalan Merek 3. Identitas positif tentang merek 4. Kepercayaan Merek 5. Loyalitas Merek (Tjiptono,2022)
2.	Atribut Produk	Atribut produk merupakan faktor produk Deliwafa yang memberikan perbedaan bagi suatu produk lain yang membawa nilai tambah disertai dengan kebermanfaatan yang juga menjadi bagian pertimbangan pada saat proses pengambilan keputusan saat melakukan pembelian konsumen Deliwafa Store Malang.	1. Kualitas produk 2. Fitur produk 3. Gaya desain produk 4. Kesesuaian Produk 5. Merek Produk (Kotler,2016)
3.	Nilai yang dirasakan	Nilai yang dirasakan pelanggan Deliwafa Store Malang tentang apa yang didapatkan oleh konsumen mulai dari produk atau pelayanan terhadap konsumen.	1. Nilai produk 2. Nilai pelayanan 3. Nilai personil 4. Harga moneter 5. Biaya waktu 6. Biaya fisik 7. Biaya psikis (Tjiptono,2022)
4.	Proses keputusan pembelian	Proses Keputusan pembelian dapat dipahami sebagai konsumennya dari Deliwafa Store Malang melakukan pembelian atas sebuah produk yang diproduksi oleh Deliwafa untuk melakukan pemenuhan dari kebutuhan serta keinginannya para konsumennya dari Deliwafa.	1. Pengenalan masalah 2. Informasi pencarian 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Perilaku pasca pembelian (Kotler dan Amstrong, 2009)

Sumber : Diolah oleh peneliti 2024

E. Metode Pengumpulan Data

Pelaksanaan dari penelitian ini memanfaatkan metode yang berbentukkan:

1. Metode Kuisioner (Angket)

   Kuisioner sendiri merupakan teknik yang dimanfaatkan untuk mengumpulkan data dimana para respondennya akan ditanyai melalui serangkain pertanyaan yang telah disiapkan dan memberikan tanggapannya mengenai pertanyaan yang diajukan. Dalam kuesioner sendiri termasuk ke dalam teknik yang memiliki efektivitas karena pada saat peneliti ingin mencari tahu mengenai kepastian variabel yang akan dilakukan pengukuran serta yang menjadi harapan dari para respondennya.

F. Pengukuran Variabel

Dalam pelaksanaan penelitian ini memanfaatkan pertanyaan yang dimasukkan ke dalam kuesioner serta dinilai melalui skala Likert dimana mempunyai rentang adri nilai untuk menjabarkan mulai dari 1 sampai dengan 5. Melalui memanfaatkan skala ini, dengan penilaian dari variabelnya kemudian bisa diterjemahkan untuk dijadikan sebagai indikator variabel, yang selanjutnya dari indikatornya tersebut digunakan supaya memberikan perincian dari item instrumen alam bentuk pertanyaan. Dibawah ini adalah pembagian dari skalanya yang berupa :

Tabel 3. 2 Skala Likert

Skala	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4

Skala	Skor
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Sugiyono (2018)

G. Metode Analisis Data

Tahapan dari analisis ata meliput pengelompokan data yang didasari atas variabel serta jenis dari respondennya, penyajian dari datanya pada masing-masing variabelnya yang diselidiki, dan pengujian hipotesis yang diajukan, yaitu kegiatan melakukan perhitungan.

1. Rentang Skala

Analisis rentang skala pada penelitian ini digunakan untuk mengolah data kuantitatif berupa angka yang kemudian dapat diartikan dalam data kuantitatif (Sugiyono, 2014). Rentang skala ini digunakan untuk mengetahui Reputasi Merek, Atribut Produk, Nilai yang dirasakan dan Proses Keputusan Pembelian.

Untuk menentukan rentang skala yaitu dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Rs = \frac{m-n}{b}$$

Keterangan :

Rs = Rentang Skala

m = Nilai terbesar

n = Nilai terkecil

b = Jumlah poin skala dalam kuesioner

Maka dari rentang skala dapat diperoleh dengan perhitungan yaitu:

$$Rs = \frac{5-1}{5}$$

$$= \frac{4}{5}$$

$$= 0,8$$

Berdasarkan perhitungan skala diperoleh sebesar 0,8. Maka dari itu, hasil perhitungan rentang skala diatas digunakan untuk membuat tabel pengukuran mengenai Reputasi merek, Atribut produk, Nilai yang dirasakan, Proses keputusan pembelian. Berikut merupakan skala penelitian disetiap kategori variabel penelitian:

Tabel 3.3 Rentang Skala

No.	Rentang Skala	Reputasi Merek	Atribut Produk	Nilai yang dirasakan	Proses Keputusan Pembelian
1.	1,00-1,79	Sangat Buruk	Sangat Buruk	Sangat Tidak Puas	Sangat Tidak Mantab
2.	1,80-2,59	Buruk	Buruk	Tidak Puas	Tidak Mantab
3.	2,60-3,39	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Puas	Cukup Mantab
4.	3,40-4,19	Baik	Baik	Puas	Mantab
5.	4,20-5,00	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Puas	Sangat Mantab

Sumber: Diolah Peneliti, 2024

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Melalui pengujian ini yang berupa uji validitas diperlukan dalam rangka menunjukkan efektivitas dari sebuah instrumen. Dalam sebuah alat yang bisa dikategorikan valid apabila dapat mengukur variabel-variabel yang hendak diukur dalam suatu

penelitian dan dapat menunjukkan kesesuaian antara konsep dengan hasil pengukuran. Faithuddin (2020) Menunjukkan pertanyaan dinyatakan valid jika nomor tabel r ≥ r. Melalui teknik dari korelasi yang dimanfaatkan dalam melakukan pemeriksaan mengenai validitas item yang dilaporkan dalam pelaksanaan penelitian ini yang berupa korelasi *product moment Perason* melalui penggunaan dari SPSS versi 22. Apabila perolehan dari nilai r hitung > r tabelnya dengan demikian data dapat dikategorikan menjadi valid. Hasil dari pelaksanaan penelitian diperoleh mengenai nilai dari r tabel sebesar df = (N-2) = 95 dan taraf signifikansi 5 sebesar 0,202.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian dari uji reliabilitas ini melibatkan uji dalam hal keakuratan, ketepatan, ataupun kelengkapan dimana dinyatakan melalui sebuah alat ukur. Pengukuran dapat diandalkan jika dilakukan berulang kali terhadap kelompok subjeknya sama dan memberikan hasilnya juga relatif sama. Dalam uji ini dijalankan dengan memanfaatkan *Cronbach's alpha* untuk memastikan konsistensi internal. Ghozali (2020) berpendapat bahwa nilai koefisien reliabilitas yang dinyatakan dari nilai *Cronbach's alpha* <0> 0,7 bisa diterima serta nilai dari *Cronbach's Alpha* > 0,8 dikategorikan menjadi baik.

3. Uji Asumsi Klasik

Dalam melakukan pemberian kepastian mengenai persamaan regresi yang telah dihasilkan tepat sesuai dengan estimasi serta mewakili hubungan bermakna serta representatif, selanjutnya model diharuskan bisa memberikan pemenuhan dari asumsi regresi klasiknya. Pengujian hipotesis klasik yang akan dilaksanakan terdirikan atas pengujian dari normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, serta heteroskedastisitas. (Ghozali, 2020)

a. Uji Normalitas

Pandangan yang dikemukakan oleh Ghozali (2020) dilaksanakannya uji dari normaslitas mempunyai tujuan berupa melakukan pengujian apakah dalam model regresinya tersebut, variablenya dari pengganggunya ataupun disebut resideual mempunyai distribusinya secara normal. Rumus yang dimanfaatkan pada saat melakukan pengujian normalitas ini melalui penggunaan rumus Kolmogorov-Smirnov melalui ketentuan datanya yang diharuskan terdistribusi secara normal yaitu:

1) Apabila perolehan dari nilai signifikansi < 0,05, dengan demikian data tersebut tidak terdistribusi secara normal.
2) Apabila perolehan dari nilai signifikansi > 0,05, dengan demikian data terdistribusi secara normal.

b. Uji Mulltikolinieritas

Pandangan yang dikemukakan oleh Ghozali (2020) dimana pengujian dari uji multikolinieritas memiliki tujuan berupa melakukan pengujian apakah model regresi ditemukannya korelasi pada setiap variabel independennya (bebas). Pada saat variabel independennya saling memiliki kolerasi, dengan demikian variabelnya tersebut tidak ortogonal. Pengertian dari variabel ortogonal merupakan variabel independen dimana nilai dari koralasi pada masing-masing variabel independennya memiliki kesamaan dengan nol. Selanjutnya melalui pengujian terdapat atau tidaknya multikolinieritas bisa dimanfaatkan melalui nilai tolerance ataupun disebut dengan *variance inflation center* (VIF). Dengan perolehan dari nilai tolerancenya renah maka memiliki kesamaan dengan nilai dari VIFnya tinggi hal tersebut dikarenakan VIF = 1/Tolerance.

1) Pada saat perolehan nilainya dari tolerance ≤ 0,10 dan VIF ≥ 10, dengan demikian adanya gejala dari multikolinieritas
2) Pada saat perolehan nilainya dari tolerance ≥ 0,10 dan VIF ≤ 10, dengan demikian tidak adanya gejala dari multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam pandangan yang dikemukakan oleh Ghozali (2020) pengujian dari uji heteroskedastisitas memiliki tujuan berupa mencari tahu mengenai apakah dalam model regresinya terdapat ketidaksamaan variance atas resiualnya yang berasalkan satu

pengamatan menuju pengamatan dari lainnya. Apabila variance atas residualnya yang berasalkan satu pengamatan menuju pengamatan lainnya tidak berupa, dengan demikian bisa dikategorikan Homoskedastisitas serta apabila adanya perbedaan maka dikategorikan Heteroskedastisitas. Kategori dari model regresi yang baik dimana berbentukkan homoskedastisitas ataupun bisa dikatakan tidak adanya heteroskedastisitas. Untuk menguji ada ataupun tidak dari heteroskedastisitasnya digunakan pengujian yang berupa *Glejser*, dimana melakukan regresi nilai absolut dari residual berkaitan dengan variabel independennya.

Melalui kriteria pengambilan keputusan dengan menggunakan pengujian *Glejser* ini berupa (Ghozali, 2020):

1) Apabila perolehan dari nilai signifikansi > 0,05 dengan demikian tidak adanya heteroskedastisitas
2) Apabila perolehan dari nilai signifikansi < 0,05 dengan demikian adanya heteroskedastisitas.

4. Teknik Analisa Data

a. Uji Regresi Linier Berganda

Melalui analisis dari regresi linier berganda dimanfaatkan melakukan pengukuran mengenai kekuatan dari hubungan yang terjadi antara dua variabel maupun lebih, disertai menunjukkan arah hubungannya dari variabel dependennya terhadap independennya (Ghozali, 2020). Dengan memanfaatkan analisis dari regresi linier

berganda, analisis dan pengujian dilakukan dalam rangka mencari tahu mengenai pengaruh yang diberikan oleh Reputasi Merek, Atribut Produk dan Nilai pelanggan berkaitan dengan pengambilan Proses Keputusan Pembelian. Dalam pemanfaatan dari persamaan regresinya yang berupa:

$$Y = \alpha + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Proses keputusan pembelian

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi reputasi merek, atribut produk, nilai yang dirasakan

X1 = Reputasi merek

X2 = Atribut roduk

X3 = Nilai yang dirasakan

e = *Standart Error*

b. Koefisien Determinasi (R2)

Dalam pengujian ini yang memiliki tujuan melakukan pengukuran sejauh mana variabel bebasnya bisa memberikan penjelasan atas variasi dari variabel terikatnya, baik melalui parsial ataupun simultan. Pendapat dari Ghozali (2020) melalui koefisien determinasi dimanfaatkan untuk melakukan pengujian *goodness-fit* atas model regresinya. Dengan nilai koefisian determinasinya

merupakan diantara nol hingga satu ($0 < R^2 < 1$). Selanjutnya pada nilai R^2 yang lebih kecil memiliki kandungan arti dimana kemampuan atas variabel dari indepennya pada saat memberikan penjelasan dari variasi variabel dependennya yang memiliki keterbatasan. Namun apabila nilainya bisa mendekati nilai satu, dengan demikian variabel independennya bisa menyediakan hampir keseluruhan informasi dimana dibutuhkan supaya bisa memprediksi variasi dari variabel dependennya.

c. Uji t

Pandangan yang dikemukakan oleh Ghozali (2020) pengujian yang berbentuk uji t dimanfaatkan dalam rangka mencari tahu pengaruh pada setiap variabel independennya terhadap variabel dependennya. Pengujian parsial dalam data yang digunakan di penelitian ini memanfaatkan tingkat signifikansinya yang besarannya yaitu 0,05. Selanjutnya tingkat signifikansinya 5% dengan demikian kriteria dari pengujiannya yaitu:

1) Pada saat perolehan dari nilai signifikan < 0,05 disertai dengan t hitung > t tabel, memiliki artian adanya pengaruh secara signifikan yang terjadi diantara variabel independennya terhadap variabel dependennya.
2) Pada saat perolehan dari nilai signifikan < 0,05 disertai dengan t hitung > t tabel, memiliki artian tidak adanya pengaruh secara

signifikan yang terjadi diantara variabel independennya terhadap variabel dependennya.