BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei dan kuisioner. Sugiyono, (2020) menjelaskan metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan dan simultan pada Citra Merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Erigo Apparel (Studi pada mahasiswa aktif fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah malang)

B. Populasi dan Sampel

Dalam penelitian dibutuhkan populasi dan sampel sebagai responden dari objek yang akan diteliti, berikut ini adalah penjabaran dari populasi dan sempel.

1. Populasi

Arikunto, (2014) menyatakan populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Studi atau penelitiannya juga disebut studi populasi atau studi sensus. Sementara Sugiyono, (2020) menyatakan pendapat bahwa populasi merupakan suatu objek atau subjek yang terdapat dalam suatu daerah generalisasi tertentu dan memiliki kualitas serta karakteristik yang akan dipelajari dan akan diambil kesimpulan oleh peneliti dalam sebuah penelitian. Populasi penelitian ini ialah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universtias Muhammadiyah Malang angkatan 2018 sampai 2022 yang berjumlah 4973 mahasiswa.

2. Sampel

Sugiyono, (2020) mendefinisikan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel adalah jumlah populasi yang sangat banyak yang mengharuskan peneliti untuk mengambil sampel dengan beberapa pertimbangan dalam pengumpulan data penelitian. Metode pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* diambil dengan cara *purposive sampling* yaitu tehnik pengumpulan sampel dengan kriteria tertentu. *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sugiyono, (2020) *purposive sampling* adalah teknik menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini untuk penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui *Whatsapp* dan dengan menggunakan google formulir. Untuk menentukan sampel maka peneliti menentukan kriteria penentuan sampel sebagai berikut :

a) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2018 sampai 2022 yang berjumlah 4.973 Mahsiswa.
b) Pernah melakukan pembelian di Erigo.

Rumus yang digunakan untuk menentukan sampel adalah menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{\mathrm{N}}{1 + \mathrm{Ne2}}$$

Keterangan:
n = besaran sampel
N = besaran populasi
e = *Error level* (tingkat kesalahan) (catatan: umumnya digunakan 1% atau 0,01,5% atau 0,05% atau 10% atau 0,1) (dapat dilihat oleh peneliti)

Dalam penelitian ini diketahui jumlah populasi sebanyak 4.973 mahasiswa, maka sampel yang digunakan:

$$n = \frac{4.973}{1 + 4.973(0,1)^2}$$

$$n = \frac{4.973}{1 + 49{,}73}$$

$$n = 98{,}028 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

Dengan demikian jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden, dimana peneliti mengambil 100 mahasiswa yang masih berstatus aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Penarikan 100 sampel responden menurut peneliti sudah dapat mewakili dari berapa besar populasi yang telah ditentukan.

C. Jenis Data

Data yang dikumpulkan harus dapat dibuktikan kebenarannya, tepat waktu, sesuai dan dapat memberikan gambaran yang menyeluruh. Maka sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sugiyono, (2020) data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli atau pihak pertama dan diberikan langsung kepada peneliti. Data penelitian ini diperoleh melalui jawaban responden melalui kuisioner, yang merupakan jawaban atas permasalahan yang diteliti.

Arikunto (2014) menyatakan data primer merupakan data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya. dalam hal ini subjek penelitian (informan) mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

D. Definisi Operasional Variabel

Pengertian variabel berdasarkan pendapat Sugiyono (2020) adalah “suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut. Definisi operasional variabel adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat variabel yang akan diamati. Definisi operasional variabel mencakup hal-hal penting dalam penelitian yang memerlukan penjelasan, definisi operasional variabel bersifat spesifik, rinci dan tegas. Berikut definisi operasional variabel pada penelitian ini :

a) Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Citra Merek (X1) yaitu merupakan pemahaman konsumen mengenai merek secara keseluruhan. Selanjutnya adalah kualitas produk (X2) yaitu keadaan dimana konsumen merasa cocok dengan suatu produk atau sesuai dengan keinginan yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhannya.

b) Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y) yaitu suatu tindakan konsumen untuk memutuskan membeli produk Erigo Apparel.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Citra Merek (X1)	Citra Merek merupakan pemahaman konsumen mengenai merek secara keseluruhan.	1. Citra perusahaan *(company image)*, mengenal Erigo sebagai produsen pakaian lokal dengan kualitas yang baik. 2. Citra pemakai (user image), dapat di bentuk langsung dari pengalaman pengguna. 3. Citra produk (product image), *brand* lokal yang menjual pakaian banyak varian dengan kualitas yang baik	Astuti et al., (2021)
Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk adalah suatu keadaan dimana konsumen merasa cocok dengan suatu produk atau sesuai dengan keinginan yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhannya.	1. Kinerja (*Performance*), Erigo memiliki pilihan size yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan setiap penggunanya. 2. Fitur Produk (*Features*), produk Erigo memiliki pilihan warna dan varian beragam. 3. Daya Tahan (*Durability*), produk Erigo yang berkualitas memiliki daya tahan yang lama. 4. Kesesuaian dengan Spesifikasi (*Conformance*	Wahyuni & Ginting, (2017)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
		to Specifications), produk Erigo memiliki printing yang sesuai dengan gambar. 5. Reliabilitas (*Reliabilty*), produk Erigo konsisten dengan kualitas yang ditawarkan 6. Estetika (*Aesthetics*), desain produk Erigo menarik. 7. Kesan Kualitas (*Perceived Quality*), merasa cinta dan suka terhadap produk Erigo.	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tahapan dimana konsumen benar-benar membeli dalam proses pengambilan keputusan pembeli.	1. Pilihan Merek Erigo adalah merek pakaian yang tepat saat konsumen mencari pakaian yang dapat digunakan sehari-hari. 2. Pilihan Produk Erigo menawarkan produk dengan deskripsi yang jelas dan kualitas yang baik sehingga konsumen dapat dengan cepat memutuskan untuk membeli. 3. Keputusan Pembelian Konsumen mantab untuk membeli produk.	Setyawati et al., (2021)

Sumber: Astuti et al., (2021), Wahyuni & Ginting, (2017) dan Setyawati et al., (2021)

Sugiyono, (2016) menyatakan skala pengukuran merupakan acuan untuk menentukan panjang atau pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga dalam pengukuran, alat ukur tersebut bisa digunakan untuk menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala Likert. Skala Likert adalah suatu skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, persepsi tentang fenomena sosial. Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan

diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap instrument akan diberi skor dengan menggunakan 5 poin skala Likert berupa kata-kata antara lain:

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

E. Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian, seorang peneliti untuk mengumpulkan data sebagai penunjang keabsahan suatu hasil penelitian, pada penelitian ini teknik pengumpulannya dilakukan dengan menyebarkan kuesioner atau yang biasa dikenal dengan angket. Kuesioner itu merupakan formulir sejumlah pertanyaan atau pernyataan yang berkaitan dengan variable penelitian yang dilakukan oleh seorang responden. Responden pada penelitian ini mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2018-2022.

Sugiyono, (2016) menjelaskan kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Data yang dikumpulkan melelaui metode kuesioner adalah mengumpulkan data dengan isi pertanyaan tertutup yaitu konsumen diminta hanya untuk memilih jawaban yang disediakan.

Pada penelitian ini pencarian responden dilakukan melalui online yaitu social media. Kuesioner disebarkan menggunakan google form yang mana untuk mempersingkat waktu dan memperluas jaringan penyebaran kuesioner. Pada banner kuesioner dituliskan syarat responden yang dapat mengisi sehingga hasil yang didapatkan sesuai dengan kriteria penulis. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan lima opsi interval yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan

sangat tidak setuju. Selanjutnya penulis dapat menyimpulkan sebuah hasil jawaban responden dari skor tertinggi yang diperoleh.

1. Uji Validitas

Ghozali, (2018) menyatakan bahwa "Uji validitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau indikator tersebut dinyatakan valid".

Sugiyono, (2016) menyatakan bahwa"Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapat data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur".

2. Uji Reliabilitas

Ghozali, (2018) menyatakan bahwa "Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu." Sedangkan untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) > 0,70.

Sugiyono, (2016) Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama

F. Metode Analisis Data

Analisa data merupakan bagian penting dari proses penelitian, karena dengan adanya proses analisa data, penulis dapat mengetahui pemecahan masalah dari penelitian yang sedang dilaksanakan dan juga dipakai untuk menguji kebenaran hipotesis penelitian.

Sugiyono, (2016) menjelaskan "Analisa data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul". Sehingga dapat disimpulkan bahwa analisa data merupakan bagian dari serangkaian proses dalam penelitian yang dilaksanakan setelah proses pengumpulan data selesai, dan kemudian dilaksanakan proses analisa data.

Sugiyono, (2016) mengemukakan bahwa statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Oleh karena itu, analisis deskriptif dapat digunakan sebagai pedoman untuk menguraikan bagaimana tanggapan responden yang telah mengisi kuesioner.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Ghozali, (2018) menyatakan "Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya".

Dasar pengambilan keputusan uji normalitas menurut Ghozali, (2018) adalah sebagai berikut:

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika penyebaran jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Ghozali, (2018) menyebutkan uji multikolinieritas bertujuan "untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)." Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol."

Anwar Sanusi, (2014) menjelaskan "pendeteksian terhadap multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance-Inflating Factor* (VIF) dari hasil analisis regresi. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat gejala multikolinieritas yang tinggi."

c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali, (2018) mengatakan bahwa uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas adalah uji untuk melihat apakah *variance residual* data dari pengamatan satu ke pengamatan berikutnya bersifat tetap (homoskedastisitas/tidak ada heteroskedastisitas) atau berubah (terjadi heteroskedastisitas). Asumsi yang harus dipenuhi adalah data harus bebas dari masalah heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas melihat menggunakan uji grafik yaitu melihat grafik Scatter Plot. Syarat untuk data dikatakan data terbebas dari masalah heteroskedastisitas. Jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, antara (0,y) dan (0,-y) serta tidak membentuk pola tertentu. Dasar analisis untuk mengambil keputusan adalah

- Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka terjadi Heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadi Heteroskedastisitas.

4. Analisis Regresi Berganda

Anwar Sanusi, (2014) menjelaskan "regresi linier berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linier sederhana, yaitu menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas." Dengan demikian, regresi linier berganda penelitian ini dinyatakan dalam persamaan sebagai berikut:

Y = a + b1X1 + b2X2 + e

Keterangan persamaan regresi linier berganda sebegai berikut:

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b1 : Nilai koefisien regresi Citra Merek (citra merek)

b2 : Nilai koefisien regresi Kulitas Produk

X1 : Citra Merek

X2 : Kualitas Produk

e : Variabel penggangu

5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali, (2018) menjelaskan koefisien determinasi (R2) pada intinya suatu nilai yang memperlihatkan seberapa besar variabel independen (eksogen) mempengaruhi variabel dependen (endogen) atau mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu (0 < R2 < 1). Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Klasifikasi koefisien korelasi tanpa memperhatikan arah adalah sebagai berikut:

0	Tidak ada korelasi
0 s.d. 0,49	Korelasi lemah
0,50	Korelasi moderat
0,51 s.d.0,99	Korelasi kuat
1,00	Korelasi sempurna

Kelemahan dari koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap ada penambahan variabel independen maka R2 pasti akan meningkat tanpa mempedulikan apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu,

digunakanlah model adjusted R2 . Model adjusted R2 dapat naik atau turun apabila ada suatu variabel independen yang ditambahkan kedalam model.

6. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Ghozali, (2018) menjelaskan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Berdasarkan pendapat Anwar Sanusi, (2014) langkah-langkah analisis uji t adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis nol dan hipotesis alternatif.
   H0: b1 = 0 (suatu variabel *independent* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*).
   H1: b1 ≠ 0 (suatu variabel *independent* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*).
2. Menghitung nilai t dengan menggunakan *SPSS for Windows*.
3. Membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel yang tersedia pada α tertentu: (α/2; n – (k+1)).
4. Mengambil keputusan dengan kriteria berikut.

a. Jika thitung > ttabel dan sig. ≤ α = 0,05 maka H0 ditolak, Ha diterima.
b. Jika thitung < ttabel atau sig. ≥ α = 0,05 maka H0 diterima, Ha ditolak.

Dimana n = jumlah sampel; k = jumlah variabel bebas; Pr = Probabilitas;
α = tingkat signifikasi (0,05)
Dimana n = jumlah sampel; k = jumlah variabel bebas; Pr = Probabilitas;
α = tingkat signifikasi (0,05).

b. Uji F (Simultan)

Anwar Sanusi, (2014) menjelaskan "uji F adalah uji seluruh koefisien regresi secara serempak." Selanjutnya dijelaskan oleh Anwar Sanusi, (2014) uji F dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menghitung nilai f dengan menggunakan SPSS *for Windows*.
2. Membandingkan nilai f hitung dengan nilai f tabel yang tersedia pada α

tertentu, misalnya 1%; df = k,n – (k + 1).

3. Mengambil keputusan apakah model regresi linier berganda dapat digunakan atau tidak sebagai model analisis. Dengan kriteria pengambilan keputusan mengikuti aturan berikut.
   a. Jika f hitung > f tabel dan sig. ≤ α = 0,05 variabel independen berpengaruh secara positif terhadap variable dependen
   b. Jika f hitung < f tabel atau sig. ≥ α = 0,05 maka variable independen dapat dikatakan tidak memiliki pengaruh positif terhadap variable dependen.

Dimana n = jumlah sampel; k = jumlah variabel bebas; Pr = probabilitas; α = tingkat signifikasi (0,05)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG