

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian dengan data yang dinyatakan dalam angka dan diolah dengan metode statistik. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka / bilangan (Suliyanto, 2018). Metode penelitian ini merupakan penelitian kausalitas yang dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikatnya (Suliyanto, 2018). Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dianalisis pengaruh antara variabel bebas (citra merek dan gaya hidup) terhadap variabel terikatnya (keputusan pembelian).

3.2 Sumber Data

Pada penelitian ini sumber data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan sendiri oleh peneliti (Anwar Sanusi, 2017). Pengumpulan data tersebut dilakukan melalui kuesioner yang akan disebar kepada responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan baik lisan maupun tertulis. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk Kopi Ketje di Bandar Lampung sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data primer dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner disusun terstruktur dan terdiri dari serangkaian pertanyaan yang dirancang untuk mengukur variabel-variabel penelitian, yaitu citra merek, gaya hidup, dan keputusan pembelian. Kuesioner ini dibagikan kepada responden yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan dalam teknik *purposive sampling*. Terdapat beberapa jenis skala pengukuran yang digunakan, dan skala pengukuran yang digunakan di dalam penelitian ini adalah skala interval Likert. Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu:

Tabel 3.1 Jawaban Setiap Instrumen

SS	Sangat Setuju	Skor 5
S	Setuju	Skor 4
CS	Cukup Setuju	Skor 3
TS	Tidak Setuju	Skor 2
STS	Sangat Tidak Setuju	Skor 1

Sumber: Suliyanto, 2018

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang melakukan pembelian Kopi Ketje di Bandar Lampung. Jumlah populasi dalam penelitian ini bersifat tidak terbatas (*infinite population*). Karena pertumbuhan populasi sangat cepat & hilangnya populasi juga sangat cepat, sehingga populasi tidak dapat dipastikan dengan tepat dan tidak dapat diketahui secara pasti karena jumlah konsumen yang berkunjung terus berubah.

3.4.2 Sampel

Untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Sugiyono (2019) mengemukakan salah satunya adalah teknik pengambilan sampel probabilitas (*probability sampling*) yaitu suatu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dalam penelitian ini digunakan metode *cluster sampling* yaitu pengambilan sampel yang digunakan ketika populasi terlalu besar / tersebar luas secara geografis, sehingga sulit / tidak efisien untuk dilakukan sampling individual secara langsung (Sugiyono, 2019). Alasan pemilihan cluster Kopi Ketje di Chandra Teluk adalah karena cabang tersebut menunjukkan angka volume penjualan tertinggi pada satu tahun terakhir, sehingga dapat menyediakan data yang signifikan secara statistik. Hal ini akan memungkinkan pengumpulan data yang lebih representatif terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap produk Kopi Ketje di Bandar Lampung.

Penentuan jumlah sampel yang representatif menurut Hair et al. (2019) yaitu ketika jumlah sampel ini sama dengan jumlah indikator dikalikan dengan derajat kepercayaan antara 5 - 10. Jumlah indikator dalam penelitian ini ada 12 indikator, sehingga jumlah sampel penelitian ini ditentukan dengan perhitungan:

$$\begin{aligned} \text{Sampel (n)} &= \text{Total Indikator} \times \text{Derajat Kepercayaan} \\ &= 12 \times 10 \\ &= 120 \text{ Responden} \end{aligned}$$

Untuk memperoleh sebanyak 120 sampel pada penelitian ini digunakan metode *non-probability sampling*, yaitu pengambilan sampel yang setiap bagian anggota populasinya tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dapat dijadikan sampel (Suliyanto, 2018). Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yaitu cara pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria tertentu (Anwar Sanusi, 2017). Kriteria yang dimaksud, antara lain:

Tabel 3.2 Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria Pemilihan Sampel
1	Berdomisili di Bandar Lampung dan berusia 18-56 tahun.
2	Responden pernah melakukan pembelian minimal sebanyak 2 kali pada Kopi Ketje Chandra Teluk.

Sumber: Data Olahan Peneliti 2024

3.5 Variabel Penelitian

Sugiyono (2019) menyatakan bahwa variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan peneliti untuk diuji sehingga diperoleh informasi yang relevan dan akurat untuk kemudian ditarik kesimpulannya.

3.5.1 Variabel Penelitian Independen

Variabel bebas / independen (X) adalah variabel yang dapat berpengaruh atau menjadi penyebab atas besar kecilnya variabel lain (Suliyanto, 2018). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Citra Merek (X₁) dan Gaya Hidup (X₂).

3.5.2 Variabel Penelitian Dependen

Variabel dependen (Y) adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variasi variabel bebas (Suliyanto, 2018). Dalam penelitian ini variabel dependen adalah Keputusan Pembelian (Y).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Menurut Anwar Sanusi (2017) definisi operasional variabel penelitian adalah suatu definisi konseptual, disertai indikator dan skala variabel yang dapat diamati.

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Konsep	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Citra Merek (X ₁)	Citra merek yaitu pemahaman konsumen terhadap suatu merek tertentu menjadi cerminan dari asosiasi yang ada di benak konsumen. Sumber: Kotler & Keller (2016)	Sejumlah persepsi, kepercayaan, keyakinan, dan harapan yang dipegang oleh konsumen yang berkaitan dengan merek Kopi Ketje.	1. Kekuatan merek 2. Kesukaan merek 3. <i>Brand Identity</i> (Ernawati, R., dkk, 2021).	Interval
Gaya hidup (X ₂)	Pola kehidupan yang dialami oleh konsumen yang segmentasinya mengukur kebiasaan manusia berdasarkan aktivitas, minat, dan opini. Sumber: Kotler & Armstrong (2018)	Pola kehidupan masyarakat Bandar Lampung bergaya hidup modern yang dijalani sehari-hari.	1. Aktivitas 2. Minat 3. Opini Kotler & Armstrong (2018)	Interval
Keputusan pembelian (Y)	Bagaimana individu, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan tidak menggunakan barang atau jasa, serta bagaimana barang, jasa, ide, pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Sumber : Kotler & Armstrong (2018)	Adanya keputusan konsumen untuk membeli produk Kopi Ketje dalam bentuk tindakan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya.	1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan Penyalur 4. Jumlah Pembelian 5. Waktu Pembelian 6. Metode Pembayaran (Suryani dalam Apriyanti, 2017)	Interval

Sumber: Data diolah 2024

3.7 Uji Persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Anwar Sanusi (2017), suatu alat ukur dikatakan valid jika instrumen tersebut benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Tingkat validitasnya pada alat ukur harus sudah terjamin karena mudah diamati dan hasilnya cepat diperoleh dan akurat. Instrumen penelitian berupa pertanyaan atau pernyataan disusun berdasarkan konstruk atau konsep dari variabel indikatornya. Validitas alat ukur ditentukan dengan mengorelasi antara skor yang diperoleh setiap elemen pertanyaan atau pernyataan dengan skor total. Menurut John W. Creswell (2017) disarankan untuk menggunakan 20-30% dari total sampel untuk menguji validitas kuesioner, dan dalam penelitian ini dilakukan pengujian pada sampel sebanyak 30 responden dari total 120 responden. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi *Person Product Moment* menggunakan SPSS versi 29.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Prosedur pengujian

H_0 : Instrumen valid

H_a : Instrumen tidak valid

2. Kriteria pengambilan keputusan

Apabila (Sig) < 0,05 maka Instrumen dinyatakan valid

Apabila (Sig) > 0,05 maka Instrumen dinyatakan tidak valid

3.7.2 Uji Reliabilitas

Anwar Sanusi (2017) menyatakan bahwa reliabilitas suatu alat uji menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya instrumen itu digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan pengelolaan yang dibantu oleh SPSS (*Statistical Program and Service Solution* versi 29 dengan membandingkan antara Alpha dengan interpretasi nilai r. Uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya nilai r alpha indeks korelasi sebagai berikut:

Tabel 3.4 Interpretasi Nilai r

Koefisien r	Reliabilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Suliyanto (2018)

3.8 Uji Persyaratan Analisis Data

3.8.1 Uji Normalitas Sampel

Uji normalitas sampel merupakan uji distribusi data yang akan dianalisis, apakah penyebaran atau distribusinya normal atau tidak, sehingga dapat digunakan dalam analisis parametrik (Rambat L dan Ridho B.I, 2015). Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari sampel yang berasal dalam penelitian ini adalah menggunakan uji *Non-parametric one sample Kolmogorov Smirnov (KS)*. Pengujian normalitas sampel ini dilakukan melalui program SPSS (*Statistical Program and Service Solution* versi 29).

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. H_0 : data berasal dari populasi yang berdistribusi normal
 H_a : data berasal dari populasi yang berdistribusi tidak normal
2. Apabila (Sig) > 0.05 maka H_0 diterima (distribusi sampel normal)
 Apabila (Sig) < 0.05 maka H_0 ditolak (distribusi sampel tidak normal).

3.8.2 Uji Linearitas

Uji linearitas yaitu pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linear. Pengujian ini digunakan sebagai suatu prasyarat statistik parametrik (Rambat L & Ridho BI, 2015). Jadi, bagi peneliti yang mengerjakan penelitian yang berjudul “korelasi antara”, “hubungan antara”, atau “pengaruh antara”, pengujian linearitas sampel dilakukan dengan program

SPSS (*Statistical Program and Service Solution* versi 29) dengan menggunakan *Test for Linearity* pada taraf signifikansi sebesar 0,05. Dua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linear bila signifikansi lebih dari 0,05.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. H_0 : model regresi berbentuk linear
 H_a : model regresi tidak berbentuk linear
2. Apabila (Sig) > 0.05 maka H_0 diterima, H_a ditolak (linear)
 Apabila (Sig) < 0.05 maka H_0 ditolak, H_a diterima (tidak linear)

3.8.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas adalah suatu kondisi yang menunjukkan adanya korelasi atau hubungan yang kuat antara variabel bebas yang diuji dalam pembentukan model regresi linear (Rambat L dan Ridho B.I, 2015). Dalam analisis regresi berganda, maka akan terdapat dua atau lebih variabel bebas (independen) yang diduga mempengaruhi variabel terikatnya (dependen). Pendugaan tersebut dapat dipertanggungjawabkan bila tidak terjadi adanya hubungan yang linear di antara variabel-variabel independennya. Pengujian dilakukan dengan SPSS versi 29.

Kriteria pengujian dilakukan dengan cara:

1. Jika nilai VIF ≥ 10 maka terdapat gejala multikolinear.
 Jika nilai VIF ≤ 10 maka tidak terdapat gejala multikolinear.
2. Jika nilai *tolerance* < 0,1 maka ada gejala multikolinear.
 Jika nilai *tolerance* > 0,1 maka tidak ada gejala multikolinear.
3. Pengambilan simpulan.

3.9 Metode Analisis Data

3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa kuat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Ghozali, 2018). Di dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel independen

yaitu citra merek (X_1), dan gaya hidup (X_2). Variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) pada konsumen Kopi Ketje di Bandar Lampung. Maka dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS versi 29. Persamaan umum regresi linear berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y	: Keputusan Pembelian
A	: Konstanta
β_1, β_2	: Koefisien Regresi Parsial
X_1	: Citra Merek
X_2	: Gaya Hidup

3.10 Pengujian Hipotesis Penelitian

3.10.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t yaitu analisis data untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah. Pada pengujian hipotesis ini, agar hasil penelitian signifikan maka perlu dilakukan pengujian hipotesis melalui Uji-t mengenai pengaruh citra merek (X_1) dan gaya hidup (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) produk Kopi Ketje. Pengolahan data menggunakan SPSS (*Statistical Program and Service Solution* versi 29).

Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

H_0 : Citra merek (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk Kopi Ketje.

H_a : Citra merek (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk Kopi Ketje.

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

H_0 : Gaya hidup (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk Kopi Ketje.

H_a : Gaya hidup (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk Kopi Ketje.

Hipotesis yang digunakan, yaitu:

Menentukan dan membandingkan nilai probabilitas (sig) dengan nilai α (0,05) dengan perbandingan sebagai berikut:

1. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $sig < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $sig > 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.
3. Menentukan simpulan dan hasil uji hipotesis.

3.10.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen (X) yang dimasukkan ke dalam suatu model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Ketje

H_0 : Citra merek dan gaya hidup (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk Kopi Ketje.

H_a : Citra merek dan gaya hidup (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk Kopi Ketje.

Hipotesis yang digunakan, yaitu:

1. Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $sig < 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan $sig > 0,05$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.
3. Menentukan simpulan dari uji hipotesis.