

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metodologi Penelitian

Menurut Sugiyono, Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan⁶⁴ Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan mendeskripsikan, membuktikan, dikembangkan dan ditemukan pengetahuan, teori, memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam kehidupan manusia.⁶⁵

Metode kuantitatif merupakan teknik kuantitatif yang mempermudah pihak-pihak pembuat keputusan di dalam melakukan analisis kejadian yang diamati guna menemukan jawaban atas persoalan yang dibahas, membuat Keputusan, dan menemukan solusi dari persoalan-persoalan yang sedang dihadapi. Dengan demikian, analisis kuantitatif yang dikerjakan dengan menggunakan metode kuantitatif akan selalu dimulai dengan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan sesuai dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai.⁶⁶

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Alfabeta Bandung, 2013),. hlm. 3.

⁶⁵ Nikken Nur Fanydia Ningsih, *'Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing, Dan Bandwagon Effect Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel Intervening'* (UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2023),. hlm 8

⁶⁶ Muhammad Teguh, *Metode Kuantitatif Untuk Analisis Ekonomi Dan Bisnis* (PT Rajagrafindo Persada, 2014),. hlm. 45

Rumusan masalah Asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.⁶⁷ Karena memiliki tujuan mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

B. Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau suatu nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya dengan menggunakan sampel.⁶⁸ Menurut hubungan antara suatu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

1) Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.⁶⁹

Dalam penelitian ini variabel independen nya yaitu:

a. Citra Merek (X1)

Citra merek merupakan sikap berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek.

Operasional variabel dari variabel ini dijabarkan dalam tabel berikut:

⁶⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Alfabeta, 2013), hlm. 92.

⁶⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Alfabeta, 2013), hlm. 59.

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Alfabeta, 2013), hlm. 39.

Tabel 4.3 Operasional Variabel Citra Merek (X₁)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Citra Merek ⁷⁰	<i>Corporate Image</i> (citra pembuat)	1. Merek memiliki reputasi yang baik	Likert
		2. Merek terkenal	
		3. Citra Perusahaan positif	
	<i>User Image</i> (citra pengguna)	1. Merek dapat menggambarkan status sosial	Likert
		2. Merek menjadi ciri lifestyle konsumen	
	<i>Product image</i> (citra produk)	1. Merek menggambarkan kualitas produk	Likert
		2. Merek menjadikan jaminan atau garansi	

b. Kualitas Produk (X₂)

Kualitas produk merupakan kondisi dinamis yang terkait dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan.

Operasional variabel dari variabel ini dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3.5 Operasional Variabel Kualitas Produk (X₂)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
	<i>Performance</i> (kinerja)	1. Tampilan Produk	Likert
		2. Kenyamanan dalam penggunaan produk	

⁷⁰ Anang Firmansyah, 'Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)', hlm. 67

Kualitas Produk ⁷¹		3.Kualitas produk sesuai harapan	
	<i>Durability</i> (daya tahan)	1. Daya tahan produk tidak mudah rusak	Likert
	<i>Conformance to specifications</i> (sesuai dengan spesifikasi)	1. Spesifikasi produk jelas	Likert
	<i>Features</i> (keistimewaan tambahan)	1. Produk unik	Likert
		2. Produk memiliki keunggulan	
	<i>Reliability</i> (keandalan)	1. Produk terpercaya	Likert
		2. Produk terjamin kehalalannya	
	<i>Aesthetic</i> (estetika)	1. Model atau desain produk menarik.	Likert

c. Stok Produk (X3)

Stok adalah barang dagang yang disimpan untuk kemudian dijual dalam operasi bisnis usaha. Dan bahan yang digunakan dalam proses produksi atau yang disimpan untuk tujuan itu.

Operasional variabel dari variabel ini dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 3.6 Operasional Variabel Stok (X₃)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Stok Produk ⁷²	Persediaan produk yang selalu ada di toko	1. Stok produk selalu di perbarui	
		2. Stok produk yang sering dicari tidak pernah kosong	

⁷¹ Ibid., hlm. 69

⁷² M.Bayu Situngkir, Yekti Intyas Rahayu, and Zulkifli, 'Pengaruh Store Atmosphere, Ketersediaan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Knsumen (Studi Pada Konsumen Meteor Cell Di Jalan Gajayana Kota Malang', *Garuda, Jurnal WNCEB*, Vol. 2 No. (2021)., hlm. 10.

	Kemudahan untuk melakukan pembelian produk	1. Proses pembelian produk ini mudah dilakukan	Likert
		2. Informasi produk yang disediakan cukup lengkap	
	Kelengkapan produk yang ada di outlet	1. Produk yang tersedia di outlet lengkap	Likert
		2.Outlet menyediakan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen	
	Distribusi produk yang merata dan tersedia dberbagai outlet	1. Produk mudah ditemukan di berbagai Lokasi outlet	Likert

2) Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.⁷³ Variabel ini dinyatakan dengan Y. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli

Minat beli adalah bentuk pemikiran yang nyata dari refleksi rencana konsumen untuk membeli barang tertentu pada periode waktu tertentu. Minat beli didefinisikan sebagai kemungkinan bila pembeli berniat untuk membeli produk.

⁷³ *Ibid.*, hlm.50.

Operasional variabel dari variabel ini dijabarkan dalam table berikut:

Tabel 3.7 Operasional Variabel Minat Beli (Y)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Minat Beli ⁷⁴	Awareness	1. Kemampuan mengingat merek	Likert
	Knowlage	1. Pemahaman tentang perbedaan produk dengan pesaing	Likert
	Liking	1. Kesukaan terhadap desain, warna, atau tampilan produk	Likert
	Preference	1. Tingkat kepercayaan pada merek untuk memenuhi kebutuhan	Likert
	Conviction	1. Tingkat keyakinan untuk mencoba atau membeli produk	Likert
	Purchase Invention	1. Ketertarikan untuk membeli meski tanpa insentif tambahan	Likert
		2. Rencana untuk membeli produk dalam waktu tertentu	Likert

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian, seluruh jumlah dari subjek yang akan diteliti oleh seorang peneliti.⁷⁵ Populasi dalam penelitian

⁷⁴ Wardhana., hlm. 89-90

⁷⁵ Sidik Priadana and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Pascal Books, 2021), hlm. 159.

ini adalah responden yang belum pernah membeli produk Zoya di Kota Banjar.

Pada penelitian ini objek yang digunakan sebagai populasi adalah responden masyarakat kota Banjar baik laki-laki maupun perempuan untuk mengetahui pengaruh minat beli berdasarkan faktor citra merek, kualitas produk, dan stok produk. Populasi pada penelitian adalah masyarakat di Kota Banjar yang jumlahnya 270 populasi.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena mempunyai keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi yang mewakili.⁷⁶

Dalam penelitian ini karena populasi tidak diketahui secara pasti, maka teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling*, dengan menggunakan metode pengambilan sampel *sampling incidental*. Dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁷⁷

⁷⁶ Karimuddin Abdullah and others, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ed. by Nanda Saputra (Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022)., hlm.80

⁷⁷ Sugiyono, *Statistka Untuk Penelitian* (Alfabeta, 2016)., hlm.67

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini dilakukan berdasarkan pedoman penentuan besaran ukuran sampel untuk SEM yang dikemukakan oleh Barclay dalam Dedi Rianto Rahadi, yaitu:⁷⁸

- 1) Jumlah terbesar indikator formatif yang digunakan untuk mengukur satu konstruk sebesar sepuluh kali, atau
- 2) Jumlah terbesar jalur model dalam yang diarahkan pada konstruk tertentu dalam model sebesar sepuluh kali.

Indikator pada penelitian ini sebanyak 19 item, sesuai dengan poin kedua maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 19×10 yaitu 190 sampel.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner (angket). Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁷⁹ Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuisioner melalui *google form* kepada responden yang berdomisili di Kota Banjar untuk mengukur determinan minat beli.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.⁸⁰ Adapun alat pengumpul data dalam penelitian

⁷⁸ Dedi Rianto Rahadi, *Pengantar Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM)*, ed. by Wijonarko (CV.Lentera Ilmu Madani, 2023)., hlm.43

⁷⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Alfabeta, 2013)., hlm.199

⁸⁰ Sugiyono, *'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D'*., hlm.102

ini adalah kuisioner. Untuk skala pengukurannya yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang 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 pertanyaan atau pernyataan.⁸¹

Untuk memudahkan penyusunan instrumen maka diperlukan kisi-kisi instrumen sebagai berikut:

Tabel 3.8 Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	No instrumen	Jumlah
Citra Merek (X ₁)	<i>Corporate Image</i> (citra pembuat)	1,2,3	3
	<i>User Image</i> (citra pengguna)	4,5	2
	<i>Product image</i> (citra produk)	6,7	2
Kualitas Produk (X ₂)	<i>Performance</i> (kinerja)	8,9,10	3
	<i>Durability</i> (daya tahan)	11	1
	<i>Conformance to specifications</i> (sesuai dengan spesifikasi)	12	1
	<i>Features</i> (keistimewaan tambahan)	13,14	2
	<i>Reliability</i> (keandalan)	15,16	2
	<i>Aesthetic</i> (estetika)	17	1
Stok Produk (X ₃)	Persediaan produk yang selalu ada di toko	18,19	3
	Kehilangan produk	20,21	2
	Kemudahan untuk melakukan pembelian produk	22,23	2

⁸¹ *Ibid* ., hlm.93.

	Distribusi produk yang merata dan tersedia dberbagai outlet	24	1
Minat Beli (Y)	<i>Awareness</i>	25	1
	<i>Knowlage</i>	26	1
	<i>Liking</i>	27	1
	<i>Preference</i>	28	1
	<i>Conviction</i>	29	1
	<i>Purchase Intention</i>	30,31	2

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.⁸²

Tabel 3.9 Skala Likert

Pernyataan	Angka/Nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

F. Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab setiap rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk

⁸² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2013)., hlm.121-122

menguji hipotesis yang telah diajukan.⁸³ Langkah-langkah analisis data yang dilakukan dalam penelitian adalah menggunakan analisis *Structural Equation Modeling* (SEM).

Analisis inferensial dalam penelitian ini dilakukan dua tahap. Pertama yaitu melakukan evaluasi model pengukuran atau *outer model* dan tahap kedua yaitu melakukan evaluasi model struktural atau *inner model*.⁸⁴

a. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Suatu model penelitian dapat menggunakan konstruk laten dengan indikator reflektif maupun formatif. Indikator-indikator tersebut perlu diuji validitas dan reliabilitasnya. Berikut ini adalah uji validitas dan reliabilitas untuk model yang seluruhnya menggunakan indikator reflektif. Keempat evaluasi model pengukuran atau *Outer Model* berikut ini didapat dengan menjalankan PLS Algorithm dalam SmartPLS v.3.2.8. Adapun caranya adalah Calculate selanjutnya PLS Algorithm. Prosedur ini sekaligus akan menghasilkan nilai VIF, R², f², dan Path Coefficients yang digunakan dalam evaluasi Inner Model.⁸⁵

1) Uji Reliabilitas Indikator

Uji Reliabilitas indikator bertujuan untuk menilai apakah indikator pengukuran variabel laten reliabel atau tidak. Caranya dengan mengevaluasi hasil outer loading tiap

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2019)., hlm.226

⁸⁴ Natalia Furadantin, '*Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS V.3.2.7*', Jurnal Manajemen, Vol.1 No.1 (2018)., hlm.2

⁸⁵ *Ibid.*, hlm. 3-4

indikator. Nilai loading di atas 0,7 menunjukkan bahwa konstruk dapat menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya.⁸⁶ Nilai yang lebih tinggi menunjukkan tingkat reliabilitas yang lebih tinggi. Sebagai contoh, nilai reliabilitas antara 0,60 dan 0,70 dianggap "dapat diterima dalam penelitian eksploratif," sedangkan nilai antara 0,70 dan 0,90 berkisar antara "memuaskan hingga baik." Nilai di atas 0,90 (dan tentunya di atas 0,95) adalah bermasalah, karena mengindikasikan bahwa indikator-indikator tersebut berlebihan, sehingga mengurangi validitas konstruk. Nilai reliabilitas 0,95 ke atas juga menunjukkan kemungkinan pola respons yang tidak diinginkan (misalnya, garis lurus), sehingga memicu korelasi yang meningkat di antara istilah kesalahan indikator,⁸⁷

2) Uji Internal Consistency Reliability

Uji Internal Consistency Reliability mengukur seberapa mampu indikator dapat mengukur konstruk latennya. Alat yang digunakan untuk menilai hal ini adalah *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Nilai *composite reliability* 0,6-0,7 dianggap memiliki reliabilitas yang baik, dan nilai *cronbach's alpha* yang diharapkan adalah di atas 0,7.

⁸⁶ *Ibid.*, hlm.1

⁸⁷ Joseph F Hair, *Partial Least Squares Structural Equation (PLS-SEM)* (Springer, 2021), hlm.77

3) Uji Validitas Konvergen

Uji Validitas konvergen ditentukan berdasarkan dari prinsip bahwa pengukuran dari suatu konstruk seharusnya berkorelasi tinggi. Metrik yang digunakan untuk mengevaluasi validitas konvergen konstruk adalah rata-rata varians yang diekstraksi *Average Variance Extracted* (AVE) untuk semua indikator pada setiap konstruk. AVE didefinisikan sebagai nilai rata-rata keseluruhan dari muatan kuadrat dari indikator-indikator yang terkait dengan konstruk (yaitu jumlah muatan kuadrat dibagi dengan jumlah indikator). Oleh karena itu, AVE setara dengan komunalitas sebuah konstruk. AVE minimum yang dapat diterima adalah 0.50 AVE 0.50 atau lebih tinggi mengindikasikan bahwa konstruk tersebut menjelaskan 50 persen atau lebih varians indikator yang membentuk konstruk tersebut.

4) Uji Validitas Diskriminan

Uji Validitas diskriminan bertujuan untuk menentukan apakah suatu indikator reflektif benar merupakan pengukur yang baik bagi konstruknya berdasarkan prinsip bahwa setiap indikator harus berkorelasi tinggi terhadap konstruknya saja. Pengukur-pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi.

b. Evaluasi Model Structural (*Inner Model*)

Evaluasi model structural atau dikenal dengan inner model adalah mengevaluasi (mengecek) adanya kolinearitas antar konstruk dan kemampuan prediktif model. Guna mengukur kemampuan prediksi model, maka digunakan sebagai berikut :⁸⁸

1) Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) merupakan cara untuk menilai seberapa besar konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai koefisien determinasi (R²) diharapkan antara 0 dan 1.

2) Effect Size (f²)

Effect Size (f²) bertujuan untuk menilai apakah ada/tidak hubungan yang signifikan antar variabel. Peneliti hendaknya juga menilai besarnya pengaruh antar variabel dengan effect size (fsquare). Nilai f²=0,02 (kecil), f² = 0,15 (sedang), dan f² = 0,35 (besar), serta nilai f²0,02 dapat diabaikan atau dianggap tidak ada efek.

3) Path Coefficients atau koefisien jalur

Path coefficient atau koefisien jalur, bertujuan untuk melihat signifikan dan kekuatan hubungan, dan juga untuk menguji hipotesis. Nilai path coefficients berkisar antara -

⁸⁸ Syahrir and others, *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumber Daya Pesisir Dan Lautan* (PT Penerbit IPB Press, 2020). hlm. 76

1 hingga +1. Semakin mendekati nilai +1, hubungan kedua konstruk semakin kuat.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan berdasarkan hasil pengujian inner model (model structural) yang meliputi output R square, koefisien parameter dan tstatistik. Untuk mengetahui apakah suatu hipotesis itu dapat diterima atau ditolak yaitu dengan memperhatikan nilai signifikan antar konstruk, tstatistik, dan p-values. Pengujian ini menggunakan software SmartPLS (Partial Least Square) 3.2.8. Nilai-nilai tersebut dapat dilihat melalui perhitungan *bootstrapping*. *Rules of thumb* yang digunakan pada penelitian ini adalah t statistik > 1,96 dengan tingkat signifikansi p value <0,05.

G. Tempat dan Jadwal Penelitian

1. Tempat

Tempat yang dijadikan lokasi dalam penelitian ini adalah toko Zoya yang berada di Jl.Sudiro W No.399, Mekarsari, Kecamatan Banjar Kota Banjar Provinsi Jawa Barat.

[illegible]