

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Dalam konteks penelitian ini, penelitian asosiatif dilakukan untuk mengkaji pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian.

3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

1. Objek Penelitian

Fokus objek penelitian ini adalah pengaruh citra merek (X1) dengan indikator kekuatan asosiasi merek, kesukaan asosiasi merek, dan keunikan asosiasi merek. Kemudian harga (X2) dengan indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan daya saing harga. Dan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan indikator kemantapan pada sebuah produk, memberikan rekomendasi pada orang lain dan melakukan pembelian ulang.

2. Unit Analisis

Pada penelitian ini, menggunakan unit analisis kelompok, yaitu orang-orang dalam suatu kelompok atau organisasi. Data yang diperoleh berasal dari respons setiap individu dalam kelompok tersebut. Secara spesifik, unit analisis dalam penelitian ini adalah toko toko yang menjual produk ban Adx Tire di area Bogor raya.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di fokuskan pada toko toko yang menjual produk ban Adx Tire di area Bogor raya.

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.3.1. Jenis Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif sebagai jenis data yang dianalisis. Data kuantitatif merupakan data yang diukur dalam bentuk angka atau skala numerik.

3.3.2. Sumber Data Penelitian

Untuk sumber data penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder yaitu sebagai berikut:

1. Data primer

Dalam penelitian ini data yang diperoleh berasal dari penyebaran kuisioner kepada para toko toko yang menjual produk ban Adx Tire di area Bogor raya.

2. Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan yang isinya berupa teori pendukung. Data ini diperoleh dari beberapa sumber seperti buku literatur, jurnal, dan internet.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel bertujuan untuk menjelaskan variabel yang diteliti, mencakup konsep, indikator, dan skala pengukurannya, sehingga mempermudah pemahaman dan mengurangi kemungkinan terjadinya perbedaan persepsi dalam penelitian. Penjelasan lebih rinci, maka dapat dilihat pada Tabel 3.1 yang memuat operasionalisasi variabel dalam penelitian ini, sebagaimana berikut:

Tabel 3. 1 Oprasional Variabel

Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
Citra Merek	Kekuatan Asosiasi Merek	Nama Adx Tire mudah diingat dan dikenal	Ordinal
		Logo Adx Tire menarik dan mudah dikenal	Ordinal
		Promosi penjualan Adx Tire sangat menarik	Ordinal
	Kesukaan Asosiasi Merek	Produk Adx Tire sangat variatif	Ordinal
		Pihak Adx Tire memberikan respon yang baik terhadap keluhan pelanggan.	Ordinal
		Informasi tentang Adx Tire tersampaikan dengan jelas	Ordinal
	Keunikan Asosiasi Merek	Desain wrapping ban Adx Tire sangat unik dan mudah di ingat	Ordinal
		Desain produk/petern pola ban Adx Tire menarik	Ordinal
		Produk Adx Tire identik dengan ban soft compound	Ordinal
Harga	Keterjangkauan Harga	Adx Tire memiliki harga yang terjangkau	Ordinal
		Harga ban Adx Tire sesuai dengan pasar target	Ordinal
	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	Produk Adx Tire memiliki kualitas yang sebanding dengan harga yang ditawarkan	Ordinal
		Produk Adx Tire memiliki harga yang sesuai dengan ekspektasi para pelanggan	Ordinal
	Daya Saing Harga	Harga produk Adx Tire lebih terjangkau	Ordinal
		Banyaknya diskon yang ditawarkan oleh Adx Tire	Ordinal
Keputusan Pembelian	Kemantapan Pada Sebuah Produk	Sebelumnya telah mengetahui serta mencari informasi tentang Adx Tire	Ordinal
		Telah tersebar luas nya jaringan distribusi produk Adx Tire	Ordinal
	Memberikan Rekomendasi Pada Orang Lain	Merekomendasikan ban Adx Tire kepada customer	Ordinal
		Memberikan informasi tentang ban Adx Tire kepada orang lain	Ordinal

Variabel	Indikator	Pengukuran	Skala
	Melakukan Pembelian Ulang	Merasa puas dengan pengalaman pembelian produk Adx Tire sebelumnya	Ordinal
		Berencana melakukan pembembeli ban Adx Tire kembali	Ordinal

Sumber: Data primer (2025)

3.5. Metode Penarikan Sampel

1. Populasi

Populasi Berdasarkan data yang diperoleh dari PT. Maju Gemilang Makmur, diketahui jumlah konsumen yang sudah melakukan pembelian ban Adx Tire area Bogor Raya sebanyak 31 Toko.

2. Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh, yakni metode di mana seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Dengan demikian, seluruh populasi yang berjumlah 31 yang dijadikan sebagai sample dalam penelitian ini.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merujuk pada teknik atau cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data, Makbul (2021). Metode ini berfungsi secara independen dari metode analisis data atau bahkan dapat menjadi elemen utama dalam teknik dan metode analisis data. Pengumpulan data harus dilakukan secara tepat dan akurat agar data yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Data Primer

a. Wawancara

Wawancara langsung dilakukan sebagai bagian dari penelitian untuk mendapatkan informasi dan keterangan yang lebih mendalam.

b. Observasi Langsung

Melakukan penelitian dengan turun langsung ke lapangan untuk melakukan observasi secara langsung terhadap pihak-pihak yang relevan di masing-masing perusahaan serta para ahli yang berkompeten di bidangnya.

c. Kuisisioner

Menyebarkan angket yang dilakukan dengan membuat kuisisioner berbentuk pernyataan maupun pertanyaan, yang kemudian diberikan kepada pihak-pihak terkait.

Dalam kuisisioner ini digunakan skala Likert sebagai metode pengukuran. Skala Likert digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena atau gejala sosial. sebagaimana yang diterapkan dalam skala Likert pada kuisisioner. Menurut Sugiyono (2023), skala Likert merupakan alat ukur yang digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu fenomena sosial. Arikunto (2014) menyatakan bahwa penggunaan lima alternatif jawaban sering kali dianggap kurang efektif, karena responden cenderung memilih opsi tengah sebagai pilihan

yang dirasa aman dan mudah tanpa perlu berpikir panjang. Oleh karena itu, penggunaan empat alternatif dianggap lebih tepat. Pendapat ini sejalan dengan Sugiarto (2017), yang menjelaskan bahwa pilihan netral sering kali dihindari oleh peneliti, karena memungkinkan responden yang enggan menentukan sikap untuk memilih jawaban netral. Dengan demikian, penggunaan skala empat poin dalam kuesioner Likert bertujuan untuk mendorong responden menyatakan sikap secara jelas, tanpa adanya opsi netral.

Selain itu, Sudaryono (2023) dalam bukunya tentang metodologi penelitian, serta Sugiyono (2021) dalam buku metode penelitian kuantitatif dan kualitatif, juga memberikan contoh penggunaan skala Likert 4 dalam instrumen angket. Berdasarkan berbagai referensi tersebut, peneliti memutuskan untuk menggunakan skala Likert 4 dalam penelitian ini guna menghindari adanya nilai tengah dan mencegah responden memberikan jawaban yang bersifat ragu-ragu. Berikut adalah bentuk skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3. 2 Ukuran Skala Likert

Jawaban	Inisial	Skor/Nilai
Sangat Setuju	SS	4
Setuju	S	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sugiyono (2023)

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak luar dan dari sumber yang sudah ada termasuk pengkajian literatur seperti jurnal, penelitian sebelumnya, buku-buku serta *website* yang berkaitan dengan topik yang diteliti.

3.7. Metode Pengolahan & Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan. Adapun metode analisis data yang digunakan, yaitu:

3.7.1 Pengujian Instrumen Data

1. Uji Validitas

Validitas instrumen penelitian menjadi aspek penting dalam memastikan efektivitas pengumpulan data. Instrumen yang valid menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan mampu mengumpulkan data secara akurat sesuai dengan tujuan pengukuran. Validitas menurut Sugiyono (2023) adalah merupakan kesesuaian antara data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian dan data yang dilaporkan oleh peneliti. Untuk menentukan nilai validitas sebuah item, dilakukan korelasi antara skor item tersebut dengan total skor dari keseluruhan item. Jika suatu item tidak memenuhi kriteria validitas, maka item tersebut akan dikeluarkan dari penelitian lebih lanjut. Menurut Ardista (2021) dasar pengambilan keputusan valid atau tidaknya suatu instrumen penelitian harus memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Jika r hitung positif serta r hitung $>$ r table maka butir atau variabel tersebut valid.
- b. Jika r hitung tidak positif dan r hitung $<$ r table maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa jika sebuah instrumen digunakan berulang kali pada waktu yang berbeda untuk mengukur objek yang sama, hasil yang diperoleh akan tetap konsisten. Sugiyono (2023) mengemukakan sebuah kuesioner dianggap reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan yang sama tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan Cronbach Alpha $>$ 0,06 atau lebih besar dari pada 0,06. Untuk menguji realibilitas instrument dilakukan dengan menggunakan rumus alpha cronbach dengan formula sebagai berikut:

$$r_{\mu} = \left[\frac{K}{(K - 1)} \right] \left[1 - \frac{\Sigma\sigma_b^2}{\Sigma\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{μ} = Koefisien reliabilitas instrumen

K = Jumlah butir instrumen

$\Sigma\sigma_b^2$ = Varians butir

$\Sigma\sigma_t^2$ = Varians total

3.7.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah teknik untuk mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menganalisis data kuantitatif dalam bentuk tabel dan grafik, sehingga memberikan gambaran teratur tentang suatu peristiwa. Teknik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menjelaskan atau memaparkan data yang telah diperoleh sebagaimana adanya tanpa bertujuan untuk menarik kesimpulan, Sugiyono (2023). Analisis deskriptif dalam penelitian ini berfokus pada karakteristik responden, seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, serta penilaian responden terhadap setiap indikator yang ada dalam penelitian. Tahap awal dalam analisis deskriptif adalah menetapkan rentang bobot terkecil hingga terbesar, yaitu menggunakan skor 1 hingga 4, sebagaimana pembobotan skala likert yang digunakan pada kuisisioner.

$$\text{Total tanggapan responden} = \frac{\text{skor total hasil jawaban responden}}{\text{skor tertinggi responden}} \times 100\%$$

Selanjutnya, dibuat rentang skala analisis deskriptif agar diketahui kategori penilaian setiap indikator melalui kuesioner yang disebar. Berikut merupakan langkah untuk menentukan rentang penilaian:

- a. R = skor tertinggi – skor terendah
- Skor tertinggi 4 = 100%
- Skor terendah 1 = 25%
- R = 100% - 25% = 75%

- b. Jumlah kelas = 4 (sesuai dengan skala likert)
- c. Interval = $\frac{R}{K} = \frac{75\%}{4} = 18,75\%$ dibulatkan 19%

Dengan demikian, dibuatkan rentang penilaian untuk interpretasi jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Rentang Skala Penilaian

Presentase Range	Pilihan
25 - 43	Sangat Tidak Setuju
44 - 62	Tidak Setuju
63 - 81	Setuju
82 - 100	Sangat Setuju

Sumber: Sugiyono (2023)

3.8. Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Pengujian hipotesis yang telah dibuat akan diuji secara statistik menggunakan metode parametrik. Pengujian ini mensyaratkan bahwa data pada setiap variabel harus berdistribusi normal. Oleh karena itu, perlu dilakukan uji normalitas terhadap masing-masing variabel penelitian. Adapun ketentuannya adalah sebagai berikut:

- Jika $\text{sig} < 0,05$ maka data dianggap tidak berdistribusi normal.
- Jika $\text{sig} > 0,05$ maka data dianggap berdistribusi normal.

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat kesamaan (kemiripan) antar variabel independen dalam suatu model. Jika variabel-variabel independen terlalu mirip satu sama lain, akan terjadi korelasi yang sangat kuat. Uji ini penting untuk mencegah kesalahan dalam proses pengambilan keputusan saat melakukan uji parsial terhadap pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Multikolinieritas dianggap tidak terjadi jika nilai VIF (Variance Inflation Factor) berada di antara 1 hingga 10.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu periode pengamatan ke periode lainnya. Pengujian dilakukan dengan melihat apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Jika pengaruh tersebut tidak signifikan (nilai probabilitas signifikansi lebih dari 0,05), maka tidak ada indikasi heteroskedastisitas.

3.9 Analisis Regresi Linier Berganda (*Regresi Multiple*)

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian. Selain itu juga analisis Regresi digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Keputusan pembelian
 a = Konstanta
 b_1 = Koefisien citra merek
 b_2 = Koefisien harga
 x_1 = Citra merek
 x_2 = Harga
 e = error

3.10 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah proses logis dalam penelitian ilmiah kuantitatif yang termasuk dalam ranah statistik inferensial. Proses ini menggunakan alat uji statistik, dan hasilnya menjadi dasar untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian, Yam & Taufik (2021). Tahap pengujian hipotesis bukan sekadar formalitas dalam penelitian kuantitatif, melainkan kewajiban penting untuk memastikan bahwa hasil uji dapat digunakan sebagai dasar dalam menarik kesimpulan penelitian serta menentukan langkah penelitian berikutnya. Pengujian hipotesis dianggap wajib karena pernyataan dalam hipotesis hanya berupa kesimpulan sementara yang tingkat kebenarannya masih rendah. Oleh karena itu, hipotesis harus diuji secara statistik untuk menentukan apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak berdasarkan tingkat signifikansi. Proses ini bertujuan untuk memastikan validitas dan keandalan kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian.

3.10.1 Uji t

Uji t atau yang biasa disebut uji parsial, digunakan untuk melihat perbedaan antara beberapa variabel dalam suatu penelitian. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Citra Merek (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 : $\beta_1 = 0$ (Tidak ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian)

H_a : $\beta_1 > 0$ (Ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian)

Kriteria:

a. H_0 ditolak atau H_a diterima jika signifikansi $< 0,05$

b. H_0 diterima atau H_a ditolak jika signifikansi $\geq 0,05$

2. Pengaruh Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 : $\beta_2 = 0$ (Tidak ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian)

H_a : $\beta_2 > 0$ (Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian)

Kriteria:

a. H_0 ditolak atau H_a diterima jika signifikansi $< 0,05$

b. H_0 diterima atau H_a ditolak jika signifikansi $\geq 0,05$

3.10.2 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas X_1 dan X_2 memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Y. Jika hasil uji menunjukkan hubungan yang

signifikan, maka hubungan tersebut dapat dianggap berlaku untuk seluruh populasi. Langkah-langkah dalam melakukan Uji F:

a. Menentukan formulasi H_0 dan H_a

$H_0 : \beta_{12} = 0$ Terdapat pengaruh secara bersama antara citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian.

$H_a : \beta_{12} \neq 0$ Tidak terdapat pengaruh secara bersama antara citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian.

b. Kesimpulan

Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.10.3 Koefisien Determinasi (RSquare)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen (X) terhadap perubahan variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi (R Square) berada antara 0 dan 1. Semakin besar nilai R Square atau semakin mendekati angka 1, maka semakin besar pula persentase perubahan pada variabel Y yang dapat dijelaskan oleh variabel X. Sebaliknya, jika nilai R Square semakin kecil atau mendekati 0, maka pengaruh variabel X terhadap perubahan variabel Y juga semakin lemah.