

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Skripsi ini didasarkan pada sumber data riset lapangan (*field research*), riset objek secara langsung untuk mendapatkan data yang relevan guna menanggapi rumusan masalah. Riset ini memakai pendekatan kuantitatif deskriptif. Pendekatan deskriptif merupakan riset yang bukan cuma menelaah masalahnya namun juga variabel yang berkaitan sebab dijelaskan oleh faktor-faktornya. Dengan deskriptif, memberikan peluang bagi peneliti guna menjalankan keterkaitan antar variabel, pengujian dugaan sementara, pengembangan generalisasi dan pengembangan teori yang mempunyai validitas global.¹ Riset ini dijalankan peneliti terhadap generasi Z atau pembeli produk fashion di Kabupaten Kudus.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yaitu seluruh objek atau subjek yang terdapat di sebuah kawasan dan sesuai dengan kriteria spesifik yang berhubungan dengan masalah riset.² Pada riset ini, populasinya yaitu generasi Z di Kabupaten Kudus yang membeli produk *fashion*.

2. Sampel

Sampel mencakup subjek riset (responden) yang menjadi sumber data. Jika populasi yang diteliti sangat banyak sedangkan penelitian tidak dapat mencakup keseluruhan populasi maka dapat dilakukan dengan meneliti sampel yang dipilih dari populasi yang sungguh mewakili.³

Metode pengumpulan sampel yang dipakai dalam kajian ini ialah *non-probability sampling*. Teknik untuk memperoleh data menggunakan *purposive sampling*, merupakan metode pengambilan sampel melalui pertimbangan spesifik.⁴ Yang mana

¹ Darmawan Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. Latifah Pipih (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014).

² Martono Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*, Edoso Revi (Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2014).

³ Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2014.

⁴ Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*.

sampel tersebut diharapkan mampu mewakili sifat populasi yang bersangkutan.

Karakteristik sampel yang akan dituju pada penelitian “Pengaruh *Brand Image*, *Price* dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* pada Generasi Z di Kabupaten Kudus” yaitu :

1. Responden berdomisili di Kabupaten Kudus
2. Responden berusia 12 – 27 tahun
3. Pernah membeli produk *Fashion*

Sebab populasi tidak diketahui totalnya secara pasti, maka guna menetapkan sampel populasinya peneliti memakai rumus *Lameshow* sebagai berikut :

$$n = Z^2 \frac{1-p}{d^2} p (1-P)$$

Keterangan :

- n = Nominal sampel yang diinginkan dari jumlah sampel
 P = Proporsi populasi yang tidak diketahui (menggunakan 0,5)
 D = Taraf kecacatan 10%
 Z = Menunjukkan seberapa baku jauhnya dari skor rata-rata
- Beracuan rumus di atas, maka total sampel dalam riset ini, yakni:

$$n = Z^2 \frac{1-p}{d^2} p (1-P)$$

$$n = \frac{1,960^2(0,5)(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8461(0,25)}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Beracuan hasil perhitungan sebelumnya, sampel yang diperlukan untuk riset ini yaitu 96,04 responden generasi Z di Kabupaten Kudus yang membeli produk fashion, yang mana dibulatkan menjadi 96 responden.

C. Identifikasi Variabel

1. Variabel Independen

Merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain yang umumnya terdapat pada susunan waktu yang dialami terlebih dahulu. Variabel ini umumnya diberi simbol variabel x^5 . Pada riset ini menggunakan variabel riset *brand image*, *price* dan *word of mouth*.

⁵ Nanang.

2. Variabel Dependen

Merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau disebabkan terdapatnya variabel independen.⁶ Variabel dependen pada kajian ini yaitu keputusan pembelian produk fashion.

D. Definisi Operasional

Definisi Operasional menurut Azuar yaitu operasionalisasi dari variabel yang berbentuk pengukuran pada sebuah variabel dimana pengujian dilihat dari indikator yang digunakan untuk menentukan kualitas atau kuantitas suatu variabel.⁷

Tabel 3.1 Definisi Operasional

No	Nama Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Teknik Pengambilan data
1	<i>Brand Image</i>	<i>Brand image</i> ialah keyakinan, kesan dan ide seseorang terhadap merek ⁸ .	<ul style="list-style-type: none"> - Pengakuan - Reputasi - Keunggulan - Domain 	Skala Likert
2	<i>Price</i>	harga (<i>price</i>) ialah salah satu elemen bauran pemasaran yang dapat menghasilkan pendapatan, dan termasuk elemen yang mudah untuk disesuaikan ⁹	<ul style="list-style-type: none"> - Harga yang terjangkau - Kualitas sesuai dengan harga - Daya saing harga - Manfaat yang sesuai dengan harga 	Skala Likert

⁶ Darmawan Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. Latifah Pipih (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014).

⁷ Juliandi Azuar, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep Dan Aplikasi* (Medan: Umsu Press, 2014).113

⁸ Adyanto and Santosa, "Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga Dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Layanan E-Commerce Berrybenka.Com)."

⁹ Kotler Philip dan Keller Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*.

3	<i>Word of Mouth</i>	<i>Word of mouth</i> adalah dialog informal yang ditujukan kepada pembeli lain terkait kepunyaan pemakaian atau sifat suatu barang dan penjualannya ¹⁰	<ul style="list-style-type: none"> - Kemauan membahas hal positif produk ke individu lain - Menyarankan suatu produk kepada orang lain - Motivasi orang terdekat 	Skala Likert
4	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian ialah proses dimana konsumen mengambil kebijakan guna membeli sebuah produk. ¹¹	<ul style="list-style-type: none"> - Tujuan pembelian suatu produk - Proses informasi sehingga sampai tahap pemilihan merek - Kemantapan terhadap suatu produk - Merekomendasikan produk kepada orang lain 	Skala Likert

E. Teknik Pengumpulan Data

Kualitas instrumen riset dan kualitas pengumpulan informasi menjadi keutamaan yang mempengaruhi kualitas informasi hasil riset. Kualitas instrumen riset berkaitan sebaliknya untuk kualitas pengumpulan informasi yang berkaitan dengan ketepatan tata mode yang dipakai guna mengumpulkan informasi. Pada riset ini teknik pengumpulan informasi yang dipakai ialah berasal dari angket. Pengembangan instrumen guna angket dilaksanakan dalam upaya

¹⁰ Bagus Nurcahyo and Riskayanto Riskayanto, "Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion," *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis* 3, no. 1 (2018): 14, <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i1.12026>.

¹¹ Sari, Arifin, and Hufron, "Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Brand Trust Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo."

menjaring data yang hendak dikuantifikasikan.¹² Skala penakaran yang dipakai pada riset ini ialah skala likert guna menakar perilaku responden, tanggapan serta persepsi individu terhadap fenomena sosial.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1) Uji Validitas

Validitas merupakan kelayakan sebuah instrumen untuk menakar apa yang hendak diukur¹³. Pengujian Validitas dipakai guna menakar kecermatan sebuah item angket atau skala, apakah telah layak untuk menakar seperti apa yang diinginkan. Untuk menentukan tepat tidaknya suatu item yang dipakai, secara global dijalankan pengujian signifikansi korelasi dalam tingkat signifikansi 0,05 yang mana suatu item diyakini benar jika berkorelasi signifikan terhadap nilai total.

Dalam program SPSS metode pengujian guna uji kebenaran pada penelitian ini yakni *corrected item-total correlation*. Uji ini dilakukan dengan uji dua sisi dengan nilai signifikansi 0,05 standar pengujiannya adalah :

1. Apabila $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (pengujian 2 sisi dengan sig. 0,05) maka item pertanyaan tersebut berkorelasi signifikan terhadap nilai total sehingga data dikatakan benar
2. Apabila $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ (pengujian 2 sisi dengan sig. 0,05) maka item pertanyaan tersebut tidak berkorelasi signifikan terhadap nilai total sehingga data dikatakan tidak benar

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dipakai guna diketahui konsistensi alat takar apakah bisa diandalkan dan selalu konsisten apabila penakaran itu diulang.¹⁴ Pada program SPSS yang dipakai guna pengujian reliabilitas pada riset ini yaitu teknik Cronbach's Alpha yang mana tepat dipakai ketika nilai berwujud skala atau skor rentangan. Guna pembuktian umumnya memakai batas spesifik misalnya 0,6. Jika reliabilitas dibawah 0,6 maka dinyatakan kurang baik..

¹² Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2014.263

¹³ Priyatno Dwi, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010).

¹⁴ Priyatno Dwi, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010).

G. Teknis Analisis Data

1) Uji Asumsi Klasik

Analisis data riset memakai teknis telaah statistik inferensial membutuhkan pengujian terlebih dahulu mengenai dengan pengujian asumsi klasik dalam data yang terdapat dengan tujuan mengetahui penyebaran data. Metode pengujian yang bisa dipakai sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan guna membuktikan apakah variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak¹⁵. Model regresi yang baik akan mempunyai hasil terdistribusi normal atau hampir normal. Analisis statistik yang dipakai guna membuktikan normalitas data bisa dilakukan melalui tes statistik berdasarkan nilai kurtosis dan skewness.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan kondisi dimana adanya keterkaitan linear yang sempurna atau hampir sempurna antar variabel bebas pada pola regresi. Pembuktian ini biasanya dipakai guna diketahui terdapat tidaknya keterkaitan linear antara variabel independen.¹⁶

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan kondisi dimana mengalami ketidakserupaan varian dari residual guna keseluruhan observasi pola regresi. Pengujian ini biasanya dipakai guna diketahui terdapat tidaknya ketidakserupaan varian dari residual pola regresi. Dalam model regresi dikatakan homoskedastisitas jika titik hasil yang didapatkan menyebar bagian atas dan bawah atau berada disekitar nilai 0 atau titik hasil yang didapat menyebar di bagian atas dan bawah serta tidak berkelompok.

2) Uji Hipotesis

a. Regresi Linear Berganda

Dipakai guna memprediksi kondisi variabel dependen, jika dua atau lebih variabel independen sebagai faktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya)¹⁷

¹⁵ Mashrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Edisi Pert (Mibarda Publishing, 2017).

¹⁶ Dwi, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, 2010.

¹⁷ Mashrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

Penelitian ini dipakai guna memperoleh besarnya dampak variabel independen *brand image* (x_1), *price* (x_2) dan *word of mouth* (x_3) terhadap keputusan pembelian produk *fashion* (Y).

Persamaan analisis regresi berganda pada riset ini yaitu :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian produk *fashion* generasi Z

α = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi *brand image*

b_2 = Koefisien regresi *price*

b_3 = Koefisien regresi *word of mouth*

X_1 = *Brand image*

X_2 = *Price*

X_3 = *Word Of mouth*

e = Standar error

b. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dipakai guna diketahui seberapa dampak berbagai variabel bebas yang dipakai pada pola yang dapat menunjukkan variasi variabel terikat¹⁸. Skor koefisien determinasi merupakan nilai yang terdapat antara nilai nol dan satu. Jika hasil R^2 yang didapatkan sempit maka bis diringkas jika kapasitas pada variabel bebas atas penjelasan perbedaan variabel terikat sangat sedikit.

c. Uji F

Pengujian ini dipakai agar dapat diketahui apakah variabel independen secara simultan berdampak secara signifikan terhadap variabel dependen. Uji F dapat dijalankan menggunakan rumus :

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

n = Total data atau kasus

k = Jumlah variabel¹⁹

Ukuran yang menjadi dasar dalam pengujian yaitu dengan membandingkan F hitung dan F tabel dengan kriteria :

- Apabila $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka H_0 tidak ditolak

¹⁸ Dwi, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, 2010.

¹⁹ Dwi, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, 2010.67

- Apabila F hitung $>$ F tabel maka H_0 tidak diterima

d. Uji t

Pengujian t ini dipakai guna diketahui apakah pada pola regresi variabel independen secara parsial berdampak signifikan terhadap variabel dependen. Rumus t hitung yaitu :

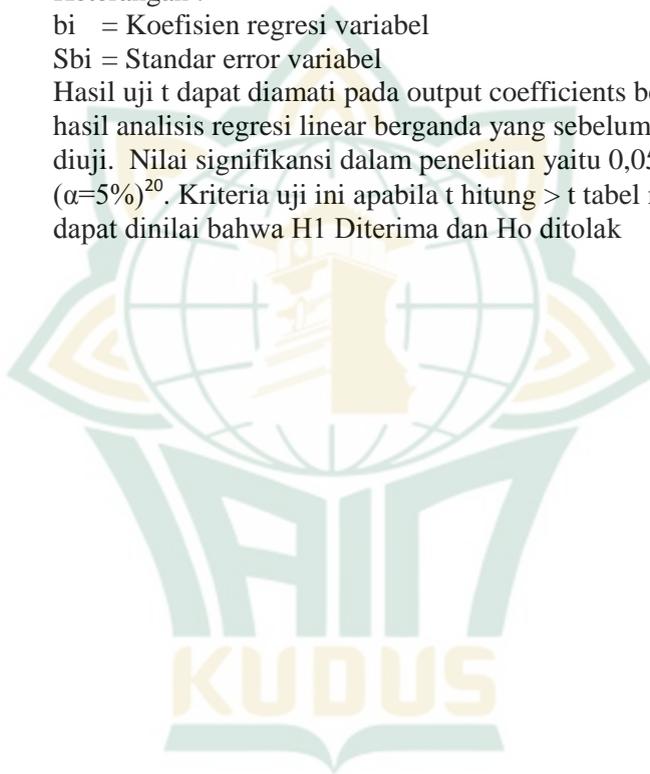
$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Keterangan :

b_i = Koefisien regresi variabel

S_{b_i} = Standar error variabel

Hasil uji t dapat diamati pada output coefficients berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang sebelumnya telah diuji. Nilai signifikansi dalam penelitian yaitu 0,05 ($\alpha=5\%$)²⁰. Kriteria uji ini apabila t hitung $>$ t tabel maka dapat dinilai bahwa H_1 Diterima dan H_0 ditolak



²⁰ Dwi, *Paham Analisis Statistik Data Dengan SPSS*, 2010.68