

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal dengan teknik kuantitatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Junaidi & Mirasanti yang dikutip oleh Auditya, (2022) Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Penelitian kuantitatif merupakan investigasi sistematis mengenai sebuah fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur dengan menggunakan teknik statistik, matematika, atau komputasi. Penelitian kuantitatif banyak digunakan baik dalam ilmu alam maupun ilmu fisika. Penelitian kuantitatif menitik beratkan pada pengukuran dan analisis hubungan sebab akibat antara bermacam-macam variabel (Pridana and Sunarsi, 2021).

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi dalam penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting, karena ia merupakan sumber informasi. Para ahli memiliki definisi yang sedikit berbeda antara satu dengan yang lain, tapi pada prinsipnya memiliki substansi yang sama, misalnya:

- a. Sabar mendefinisikan populasi sebagai kesatuan subjek dalam penelitian yang menjadi elemen terpenting dalam suatu penelitian.
- b. Sugiyono mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang ada dalam penelitian. Wilayah ini meliputi tentang objek atau subjek yang bisa ditarik kesimpulannya.

- c. Arikunto mendefinisikan populasi sebagai keseluruhan suatu objek di dalam penelitian yang dialami dan juga dicatat segala bentuk yang ada di lapangan.
- d. Nazir mendefinisikan populasi sebagai kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan.
- e. Indriantoro dan Supomo mendefinisikan populasi sebagai sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu.
- f. Cooper dan Emory mendefinisikan populasi sebagai a total collection of elements about which we wish to make some inferences.
- g. Ary dkk mendefinisikan populasi sebagai all members of well defined class of people, events or objects.

Dari beberapa pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa populasi merupakan elemen dalam penelitian yang meliputi objek dan subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu. Pada prinsipnya, populasi merupakan anggota kelompok manusia, binatang, peristiwa, atau benda yang berada di dalam suatu tempat yang sama secara terencana, dan menjadi terikat kesimpulan dari hasil akhir suatu penelitian. Populasi dapat berupa guru, siswa, kurikulum, fasilitas, Lembaga sekolah, hubungan sekolah dan masyarakat, karyawan perusahaan, jenis tanaman hutan, jenis padi, kegiatan marketing, hasil produksi dan sebagainya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga dapat berupa organisasi, binatang, hasil karya manusia dan benda-benda alam yang lain (Amin, 2023).

### **3.2.2 Sampel**

Sampel secara sederhana diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, sampel merupakan sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi yang ada. Teknik dalam pengambilan sampel sangat diperlukan

dalam sebuah penelitian. Karena, hal tersebut digunakan untuk menentukan siapa saja anggota dari populasi yang hendak dijadikan sampel. Untuk itu teknik pengambilan sampel haruslah secara jelas tergambar dalam rencana penelitian sehingga jelas dan tidak membingungkan ketika terjun dilapangan (Amin, 2023).

Menurut Sugiyono (2020) teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat beberapa teknik sampling yang digunakan. Didalam penelitian ini peneliti menggunakan non probability sampling dengan menggunakan teknik pengambilan sampel adalah teknik purposive sampling yang merupakan penarikan sampel yang dilakukan dengan memilih subyek berdasarkan kriteria spesifik yang diterapkan peneliti.

Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu Para customer PT Weefer Indonesia. Dalam penelitian ini, besarnya sampel ditetapkan dengan menggunakan rumus Slovin. Adapun rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = *Standart error* (10%)

Presentasi kelonggaran ketelitian yang disebabkan oleh kesalahan pengambilan sampel, dan yang dapat di tolerir adalah sebesar 10% dengan tingkat kepercayaan 90%, hal tersebut telah mengacu pada tingkat kesalahan maksimal pada penelitian ilmu sosial. Berdasarkan rumus Slovin tersebut, maka dapat diperoleh besarnya sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{505}{1 + 505(10\%)^2}$$

$$1 + 505(10\%)^2$$

$$n = \frac{505}{1 + 5,05}$$

$$1 + 5,05$$

$$n = \frac{505}{6,05} = 83,47 = \text{Dibulatkan dalam angka 84}$$

$$6,05$$

### 3.3 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2022). Dalam bukunya Sugiyono (2022:39) juga menyebutkan bahwa, menurut hubungan antara variabel dengan variabel yang lain, terdapat macam-macam yaitu variabel *independen*, variabel *dependen*, variabel *moderator*, variabel *intervening*, dan juga variabel kontrol.

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel, yaitu variabel *independen*, variabel *dependen*, dan yang terakhir merupakan variabel *moderator*.

#### 3.3.1 Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, *prediktor antecedent*. Dalam bahasa Indonesia biasanya disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas merupakan jenis variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel *dependen* atau yang

yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel *dependen* atau yang biasanya disebut dengan variabel terkait (Sugiyono, dalam Septiyani and Ratifah, 2024). Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah :*Brand Personality* dan *Brand Trust*.

#### 1. *Brand personality*

Brand Personality merupakan suatu nilai yang mengacu pada serangkaian karakteristik manusia yang berkaitan dengan suatu hal tertentu. Sering kali didefinisikan secara formal sebagai serangkaian karakteristik manusia yang berkaitan langsung dengan suatu merek.

Baru baru ini brand *personality* telah menjadi *key factor* dalam strategi pemasaran dan memainkan peran utama dalam mendapatkan pelanggan dan meningkatkan penjualan.

#### 2. *Brand Trust*

*Brand trust* merupakan suatu konsep penting dalam pemasaran dan merupakan penghubung antara brand dan konsumen. *Brand trust* menggambarkan sejauh mana tingkat kepercayaan, keyakinan, dan juga keamanan yang dirasakan pelanggan terhadap suatu merek yang ingin mereka beli. *Brand trust* sendiri ada untuk membangun sebuah hubungan yang sukses antara penjual dengan para konsumen.

### 3.3.2 Variabel Dependen

Variabel *dependen* merupakan variabel yang dipengaruhi, atau yang menjadi akibat dari adanya variabel *independen* atau yang biasa disebut dengan variabel bebas (Dekanawati, 2023). Ridha, 2017 yang dikutip oleh

Dekanawati 2023 mengungkapkan bahwa setiap terjadi perubahan dari satuan variabel independen, diharapkan akan menyebabkan perubahan juga pada variabel dependen. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel *dependen* yaitu:

1. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian mengacu pada proses yang dialami individu atau organisasi ketika mereka telah memilih untuk memutuskan pembelian produk atau layanan tertentu. Proses ini melewati serangkaian tahap yang mencakup beberapa hal.

### 3.3.3 Variabel Moderasi

*Variabel moderating* merupakan jenis variabel yang dapat memperkuat atau bahkan memperlemah hubungan langsung antara *variabel independen* dan *variabel dependen*. *Variabel moderating* mempunyai pengaruh terhadap sifat atau arah hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel *moderasi* yaitu:

1. *Brand Presentation*

Salah satu aspek pendukung dari kemajuan suatu bisnis antara lain, merupakan kemampuan seorang penjual dalam mempresentasikan brand yang mereka tawarkan, sehingga dapat membangun keyakinan dari calon konsumen sehingga konsumen akan memutuskan untuk membeli atau menggunakan brand yang ditawarkan. Dalam proses presentasi, akan terjadi suatu interaksi antara sales dan calon konsumen juga sebaliknya.

### 3.3.4 Variabel, Operasi, dan Pengukuran

Berikut merupakan variabel operasi yang telah di tentukan oleh peneliti. Skala yang digunakan adalah skala likert dengan point 1 sampai 4 angka.

**Tabel 3.1**

#### **Variabel operasional**

<b>No</b>	<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
1	Brand personality	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Sincerity (ketulusan)</li><li>2. Excitement (keramahan)</li><li>3. Competence (dapat diandalkan)</li><li>4. Sophistication (kecanggihan)</li><li>5. Ruggedness (ketangguhan)</li></ol>	Likert
2	Brand Trust	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Karakteristik Merek</li><li>2. Karakteristik Perusahaan</li><li>3. Karakteristik Konsumen Merek</li><li>4. Brand Reliability</li></ol>	Likert

3	Brand presentation	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Customer Growth</li> <li>2. Sales Growth</li> <li>3. Profit Growth</li> <li>4. Brand Awareness</li> </ol>	Likert
4	Keputusan Pembelian	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk.</li> <li>2. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai.</li> <li>3. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.</li> <li>4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain.</li> </ol>	Likert

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penyebaran kuesioner atau angket yang disebarakan kepada para responden guna mengumpulkan data.

Penyebaran questioner atau angket merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan atau juga dapat berupa pernyataan kepada para responden yang telah dipilih dan sesuai dengan kriteria penelitian, dan para responden harus menjawab kuesioner tersebut (Sugiyono, 2017).

Dalam penelitian ini, penyebaran kuesioner dilakukan secara online melalui *Google Form* dan akan disebarakan kepada konsumen konsumen yang telah melakukan pembelian Neocrm. Penelitian ini dilaksanakan dalam rentang waktu satu bulan, terhitung pada tanggal 28 April hingga 30 Mei 2025. Kemudian pertanyaan yang ada dalam kuesioner tersebut dibuat dengan menggunakan *skala likert*, sebagai berikut:

**Tabel 3.2**

***Skala Likert***

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono, 2019:73 dalam Pratama, 2021

### **3.5 Metode Analisis**

#### **3.5.1 Metode Validasi**

Uji validasi digunakan sebagai pengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner (Ghozali and Imam, 2018). Sebuah kuesioner dianggap sah atau

valid bila pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam penelitian. Tujuan dilakukannya uji validasi yaitu untuk memastikan kesahihan atau kevalidasian pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang akan digunakan dalam variabel penelitian.

Hasil dari uji validasi akan dinyatakan dalam bentuk r-hitung. Jika uji validasi menunjukkan nilai yang tinggi maka dapat diartikan bahwa instrumen penelitian seperti pertanyaan yang terdapat pada kuesioner menjalankan fungsi ukurnya sehingga akan menghasilkan hasil yang akurat. Pengukuran menggunakan uji validasi dinyatakan valid apabila nilai r hitung  $\geq r$  tabel, yang artinya item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total. Sedangkan pengukuran uji validasi dinyatakan tidak valid yaitu apabila nilai r hitung  $\leq r$  tabel, sehingga korelasi antar item dianggap rendah.

### **3.5.2 Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas merupakan suatu pengujian yang digunakan sebagai pengukur keandalan suatu kuesioner. Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan kuesioner atau daftar pertanyaan yang disebarkan bisa diandalkan sebagai penjelasan penelitian yang sedang dilaksanakan. Suatu kuesioner atau daftar pertanyaan yang reliabel yaitu apabila jawaban responden stabil dari waktu ke waktu ketika menjawab kuesioner.

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan oleh responden dapat dipercaya dan diandalkan atau juga sebagai hasil pengukuran konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap objek dan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas diuji menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel jika memiliki koefisien keandalan sebesar 0.60 atau lebih. Pengujian reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS.

### 3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistik yang harus dilakukan pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square*. Dalam OLS hanya terdapat satu variabel dependen, sedangkan untuk variabel independen berjumlah lebih dari satu. OLS (Ordinary Least Square) merupakan metode regresi yang meminimumkan jumlah kesalahan (error) kuadrat. Metode estimasi parameter yang digunakan adalah metode OLS (Ordinary Least Square), yaitu menduga koefisien regresi ( $\beta$ ) dengan meminimumkan kesalahan (Makarti, 2017).

Menurut Ghozali (2018:159) untuk menentukan ketepatan model perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yaitu, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

#### 3.4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Untuk menguji data berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan menggunakan uji Jarque-Bera (J-B) (Ghozali dan Ratmono, 2013: 165 Dalam Andari, 2018). Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Jika nilai Jarque-Bera (J-B)  $< \chi^2$  tabel dan nilai probabilitas  $> 0,05$ , maka dapat dikatakan data tersebut berdistribusi secara normal.
2. Jika nilai Jarque-Bera (J-B)  $> \chi^2$  tabel dan nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan data tersebut tidak berdistribusi secara normal.

#### 3.4.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel independen atau yang biasa disebut variabel bebas. Model regresi yang baik merupakan regresi yang tidak terjadi korelasi antara variabel independen atau variabel bebas, dari gejala multikolinearitas. Mengetahui ada atau tidaknya gejala multikoliniearitas yaitu dengan melihat besaran dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan juga nilai Tolerance. Tolerance mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas yaitu adalah nilai VIF  $< 10,00$  dan nilai Tolerance  $> 0,10$  (Ghozali, 2018 dalam Wahyuni, 2020).

Menurut Ghozali yang dikutip oleh Andari, (2018) Dasar pengambilan keputusan dalam Uji multikolinearitas adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai korelasi  $> 0,80$  maka  $H_0$  ditolak, sehingga ada masalah multikolinearitas.
2. Jika nilai korelasi  $< 0,80$  maka  $H_0$  diterima, sehingga tidak ada masalah multikolinearitas.

### **3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Ghozali yang dikutip oleh Pratiwi, (2021) Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Agar dapat mengetahui ada atau tidaknya Heteroskedastisitas adalah dengan melihat Grafik Plot antara nilai prediksi variabel dependen atau yang biasa disebut dengan variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y$  prediksi –  $Y$  sesungguhnya) yang telah di-studentized.

Dalam Uji Heteroskedastisitas terdapat beberapa macam metode yang bisa dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, diantaranya yaitu:

1. Metode korelasi Spearman's rho Pengujian menggunakan metode spearman's rho dilakukan dengan mengkorelasikan variabel independen dengan residualnya. Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tingkat signifikansi korelasi antara variabel independen dengan residual lebih dari 0,05.
2. Metode grafik (melihat pola titik-titik pada grafik regresi) Dalam metode ini terdapat dasar kriteria dalam pengambilan keputusan yaitu:
  - a. Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka hal tersebut dikatakan terjadi heteroskedastisitas.
  - b. Apabila tidak terdapat pola yang teratur, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **3.5.3.4 Uji Signifikasi Simultan (Uji F)**

Uji Signifikasi simultan atau uji F ini pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Cara yang digunakan ialah dengan melihat besarnya nilai probabilitas signifikannya. Menurut Ghozali (2018) dalam Novitasari (2021), Apabila nilai probabilitas signifikannya  $< 5\%$  maka variabel independen atau variabel bebas akan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Adapun dasar pengambilan kesimpulan pada uji F ialah sebagai berikut:

1. Apabila nilai F hitung  $< F$  tabel dan bila probabilitas (signifikansi)  $> 0,05(\alpha)$ , maka  $H_0$  diterima, artinya variabel independen secara simultan atau bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
2. Apabila nilai F hitung  $> F$  tabel dan bila probabilitas (signifikansi) lebih kecil dari  $0,05(\alpha)$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

#### **3.5.3.5 Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji t)**

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level  $0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Bila nilai signifikan  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Bila nilai signifikan  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah korelasi yang didapatkan signifikan atau tidak. Adapun rumus yang digunakan dalam uji t yaitu sebagai berikut:

$$t = \frac{r_{xy}}{\sqrt{\frac{1-r_{xy}^2}{n-2}}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi sampel antara variabel x dan y

n = Jumlah Sampel

Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada taraf signifikansi  $\alpha$  dan berderajat bebas  $n-2$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut berpengaruh secara signifikan.

### 3.5.3.6 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur berapa persen pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. Menurut Ghazali (2018 : 101), koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

1.  $(R^2) = 0$ , artinya variabel independen (X) tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).
2.  $(R^2) = 1$ , artinya variabel independen (X) secara sepenuhnya memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen (Y).