

BAB III

METODE PENELITIAN

4. 1. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data dengan tujuan tertentu. Metode ini melibatkan serangkaian langkah sistematis, mulai dari identifikasi masalah, pengumpulan data, hingga analisis dan penarikan kesimpulan (Sahir, 2021). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran bagaimana hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, dan menggunakan metode verifikatif untuk menguji hipotesis dengan menggunakan alat uji statistik.

4. 2. Oprasionalisasi Variabel

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

No.	Variabel dan Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
1	Citra merek mencerminkan persepsi dan perasaan yang dimiliki oleh konsumen maupun pelaku bisnis terhadap suatu perusahaan, produk, atau lini produk tertentu secara keseluruhan (Firmansyah, 2023).	Atribut	Kualitas produk	Ordinal
			Harga produk	
		<i>Benefit</i>	Manfaat atau kegunaan produk	
			Rasa puas, bangga, atau percaya diri ketika menggunakan produk	
2	kualitas produk adalah kemampuan suatu barang dalam menjalankan fungsinya, mencakup aspek ketahanan, keandalan, ketepatan fungsi, kemudahan penggunaan, kemudahan perawatan, serta atribut lainnya yang menunjang nilai	Evaluasi	Kepercayaan konsumen	Ordinal
			Citra atau reputasi merek	
		<i>Performance</i>	Produk bekerja dengan baik sesuai fungsi utamanya.	
			Produk memberikan hasil yang diharapkan konsumen	
		<i>Durability</i>	Produk dapat digunakan dalam jangka waktu lama tanpa mengalami kerusakan.	
			Produk jarang mengalami kerusakan	

	produk (Yosef Tonce & Ranga, 2022)	<i>Conformance to specifications</i>	Produk sesuai dengan standar atau spesifikasi yang dijanjikan. Tidak terdapat cacat pada produk.	
		<i>Features</i>	Fitur tambahan produk bermanfaat dan meningkatkan kenyamanan pengguna. Fitur meningkatkan kenyamanan atau kemudahan penggunaan	
		<i>Reliability</i>	Produk berfungsi dengan stabil dan konsisten dalam jangka waktu tertentu. Produk konsisten memberikan hasil yang sama setiap kali digunakan	
		<i>Perceived quality</i>	Desain dan tampilan produk menarik secara visual. Material produk terlihat berkualitas dan tahan lama	
		<i>Aesthetic</i>	Konsumen menilai produk memiliki kualitas yang baik. Reputasi merek meningkatkan kepercayaan terhadap mutu produk.	
3	Keputusan pembelian merupakan proses yang dilakukan konsumen dalam memilih dan menentukan produk atau jasa yang akan dibeli untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Firmansyah & Se, 2019)	Kemantapan pada suatu produk	Yakin produk berkualitas. Produk sesuai kebutuhan.	ordinal
		Kebiasaan dalam membeli produk	Pola pembelian tetap. Membeli produk secara rutin	
		Memberikan rekomendasi pada orang lain	Merekomendasikan produk ke orang lain. Menyebarkan pengalaman positif tentang produk	
		Melakukan pembelian ulang	Berniat membeli kembali. Tetap setia pada produk.	

Sumber: Data diolah (2025)

4. 3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian dibedakan menjadi dua, yaitu data kualitatif dan kuantitatif (Sahir, 2021). Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang

bersumber dari data primer. Data primer dalam penelitian ini berupa jawaban responden Generasi Z di Kota Bandung yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner terstruktur. Kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup dengan skala pengukuran tertentu untuk menggambarkan persepsi konsumen terhadap citra merek dan kualitas produk gawai Samsung. Data primer yang terkumpul mencerminkan penilaian, sikap, dan pandangan responden berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan atau mengenal produk Samsung, dan selanjutnya digunakan sebagai dasar utama dalam analisis statistik guna menjawab tujuan penelitian.

4. 4. Populasi dan Sampel

3. 4. 1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi fokus penelitian (Sahir, 2021). Dalam konteks penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah seluruh Gen Z konsumen gawai Samsung di kota Bandung. Populasi ini dipilih karena dianggap memiliki karakteristik yang relevan dengan variabel penelitian, sehingga mampu memberikan gambaran yang representatif terhadap fenomena yang sedang dikaji.

3. 4. 2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang diambil untuk diteliti dan diharapkan dapat mewakili karakteristik populasi tersebut secara keseluruhan (Sahir, 2021). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau

kriteria tertentu yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian (Sahir, 2021).

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Gen Z konsumen gawai Samsung (rentang usia 13 hingga 28 tahun) yang berdomisili di kota Bandung (DetikEdu, 2024).
- b. Telah menggunakan gawai Samsung selama kurang lebih satu bulan terakhir.
- c. Bersedia mengisi kuisioner penelitian secara sukarela.

Jumlah Gen Z konsumen gawai Samsung yang berdomisili di kota Bandung tidak di ketahui secara pasti, maka pengukuran jumlah sampel dilakukan dengan rumus *cochran* (Sugiyono, 2022), sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,05)^2} = \frac{0,9604}{0,0025} = 384,16 = 385 \text{ orang}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

P = peluang benar 50% (0,05)

q= Peluang salah 50% (0,05)

e= margin error (0,05)

Jadi jumlah sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah 385 orang Gen Z konsumen gawai Samsung yang berdomisili di kota Bandung.

4. 5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara atau prosedur yang digunakan peneliti untuk memperoleh data penelitian. Ada beberapa teknik umum dalam pengumpulan data seperti observasi wawancara, kuesioner, dan dokumentasi, tergantung pada jenis data yang dibutuhkan (Sahir, 2021). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data digunakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan guna menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis penelitian.

Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala *Likert* lima poin, dengan rentang skor dari 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju) (Ghozali, 2021) yang disebarkan kepada Gen Z di kota Bandung melalui *google form*, untuk mengukur variabel citra merek, kualitas produk, dan keputusan pembelian.

Tabel 3. 2 Skala likert lima poin

Keterangan	Nilai skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: data gozhali (2021)

4. 6. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Uji instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur tersebut mampu menghasilkan data yang valid dan reliabel (Sahir, 2021). Instrumen penelitian pada studi ini akan dikembangkan oleh peneliti sendiri dengan mengacu pada indikator yang telah ditetapkan sesuai dengan variabel yang diteliti. Setiap

indikator disusun secara sistematis untuk memastikan keterukuran dan relevansi data yang dikumpulkan, sehingga instrumen mampu menangkap fenomena yang menjadi fokus penelitian secara akurat. Selain itu, penyusunan instrumen mengikuti prinsip validitas dan reliabilitas untuk menjamin kualitas data yang diperoleh.

3. 6. 1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya di ukur. Instrumen dikatakan valid apabila setiap butir pertanyaan dapat merepresentasikan konsep variabel yang hendak diteliti (Sahir, 2021).

Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df)= $n-2$ (n adalah jumlah sampel). Jika r hitung $>$ r tabel maka pertanyaan indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya bila r hitung $<$ r tabel (taraf sig 5%) maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid, r hitung diperoleh dari hasil *ouput* SPSS, nilai tersebut selanjutnya dibandingkan dengan nilai r tabel. Uji validitas akan di laksanakan menggunakan SPSS.

3. 6. 2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas berkaitan dengan tingkat konsistensi hasil pengukuran. Sebuah instrumen dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang relatif sama ketika digunakan dalam kondisi yang berbeda namun dengan subjek yang serupa (Sahir, 2021). Suatu variabel dikatakan reliabel apabila: hasil $\alpha > 0.60$ = reliabel dan hasil $\alpha < 0.60$ tidak reliabel artinya bisa memiliki nilai *Cronbach alpha* dari 0,6. Uji reliabilitas akan di laksanakan menggunakan SPSS.

4. 7. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah prosedur statistik yang dilakukan sebelum menjalankan analisis regresi linier berganda untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi syarat-syarat dasar yang diperlukan agar hasil analisis menjadi valid dan tidak bias (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi:

3. 7. 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal, bila asumsi ini di langgar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Dalam penelitian ini uji normalitas akan menggunakan *Kolmogorov-Smimov*, data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi pada uji *Kolmogorov-Smimov* lebih besar dari 0,05, atau pola pada grafik *P-P Plot* menyebar di sekitar garis diagonal. Jika uji statistik dilakukan secara sederhana dengan melihat nilai kurotis *skewness* dari residual maka, data berdistribusi normal jika nilai Z hitung lebih besar dari Z tabel. Uji normalitas ini akan di laksanakan menggunakan aplikasi SPSS.

3. 7. 2. Uji Multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antarvariabel bebas (independen). Model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10. Uji multikolinearitas ini akan di laksanakan menggunakan aplikasi SPSS.

3. 7. 3. Uji Heteroskedasitas

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami heteroskedasitas. Pengujian dapat dilakukan melalui uji *Glejser* atau dengan melihat pola sebaran pada grafik *Scatterplot*. Jika titik-titik menyebar secara acak tanpa pola tertentu, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedasitas. Uji heteroskedastitas ini akan di laksanakan menggunakan aplikasi SPSS.

Salah satu cara mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah melihat grafik plot nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heterokedastisitas 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 ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *studentized*. Dasar analisis tersebut adalah:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik – titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedasitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik–titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

3. 7. 4. Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi di gunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada kolerasi antara kesalahan pengganggu pada periode t atau sebelumnya (Ghozali,

2016). Uji autokolerasi merupakan pengujian asumsi dalam regresi dimana variabel dependen tidak berkolerasi dengan dirinya sendiri. Pengambilan keputusan ada tidaknya autokolerasi sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Pengambilan Keputusan Autokolerasi

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokolerasi positif	Ditolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokolerasi positif	<i>No desicion</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokolerasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokolerasi negatif	<i>No desicion</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokolerasi positif atau negatif	Diterima	$Du < d < 4 - du$

3. 7. 5. Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dan dependen bersifat linear. Pengujian dapat dilakukan melalui *ANOVA Test for Linearity*. Hubungan dianggap linear apabila nilai signifikansi pada *Linearity* lebih kecil dari 0,05 dan nilai *Deviation from Linearity* lebih besar dari 0,05. Uji linearitas ini akan di laksanakan menggunakan aplikasi SPSS.

4. 8. Rancangan Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengolah, menafsirkan, dan menarik kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan, agar dapat menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian (Sahir, 2021).

3. 8. 1 Analisa Deskriptif

Menurut Sugiyono (2022), analisis deskriptif merupakan jenis statistik yang berfungsi untuk menguraikan dan menampilkan data sebagaimana adanya tanpa

bermaksud menarik generalisasi atau kesimpulan yang berlaku secara luas. Analisis ini juga memfokuskan perhatian pada pertanyaan mengenai keberadaan variabel mandiri, baik satu maupun lebih. Variabel mandiri dimaksud bukanlah variabel independen, sebab variabel independen selalu memiliki pasangan variabel dependen, sedangkan variabel mandiri berdiri sendiri.

Data awal yang diperoleh melalui kuesioner berbasis *Google Form* perlu diolah terlebih dahulu agar dapat menghasilkan informasi yang bermanfaat dalam menjawab permasalahan penelitian. Pada penelitian ini, instrumen disusun berdasarkan variabel yang diteliti, yakni citra merek, kualitas produk, dan keputusan pembelian gawai Samsung pada Gen Z di Kota Bandung.

Proses pengolahan data dilakukan melalui tiga tahap utama: tahap persiapan, tahap tabulasi, dan tahap penerapan data sesuai pendekatan penelitian. Tahap persiapan mencakup pemeriksaan kelengkapan pengisian kuesioner, kemudian dilanjutkan dengan tabulasi serta pemberian skor (*scoring*) berdasarkan sistem penilaian yang telah ditentukan, sehingga data dapat diringkas menjadi informasi yang lebih terstruktur. Setelah itu, peneliti menetapkan kriteria penilaian responden menggunakan interval sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Peberian Nilai (*Scoring*)

Item		Penilaian responden										Skor total		%
SS=5		S=4		R=3		TS=2		STS=1		Skor	Skor			
F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	total	ideal			
Skor total variabel														

Sumber : Sugiyono (2022)

Keterangan:

Skor ideal = Jumlah Responden X Jumlah Item Pertanyaan X 5

$$\text{Skor Aktual} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Untuk memudahkan penelitian terhadap jawaban responden, maka variabel penelitian dilakukan kategorisasi dan rumus distribusi penelitian terhadap jumlah skor tanggapan responden sebagai berikut:

Indeks maksimal = 5

Indeks Minimal = 1

Persentase Indeks Maksimal = Jumlah Responden / Jumlah Pernyataan x 100%

$$= \frac{5}{1} \times 100\%$$

$$= 100 \%$$

Persentase Indeks Minimal = Jumlah Responden / Jumlah Pernyataan x 100%

$$= \frac{1}{5} \times 100\%$$

$$= 20 \%$$

Jarak Interval = % Indeks Maks - % Indeks Min / Kategori

$$= (100\% - 20\%) / 5 = 16 \%$$

Berdasarkan perhitungan pada rumus diatas, maka diperoleh kategori:

Tabel 3. 5 Kategori Jumlah Skor Responden	
Hasil perhitungan	kategori
84-100%	Sangat Tinggi
68-84%	Tinggi
52-68%	Sedang
36-52%	Rendah
20-36%	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2022)

Adapun jumlah skor tanggapan responden tersebut dapat digambarkan secara kontinum yaitu:

Tabel 3. 6 kategorisari skala penilaian responden

Sangat rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat tinggi	
20	36	52	68	84	100

3. 8. 2 Analisa Verifikatif

Analisis verifikatif adalah jenis analisis yang digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis dengan cara mengolah data yang telah dikumpulkan secara statistik, Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan atau pengaruh antarvariabel, sehingga dapat memberikan bukti empiris terhadap teori yang digunakan (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, analisis verifikatif digunakan untuk menguji pengaruh antarvariabel, yaitu citra merek dan kualitas produk terhadap pangsa pasar. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik melalui beberapa metode yaitu:

3. 8. 2. 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda berguna untuk mengetahui arah serta besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda ini akan dilaksanakan menggunakan aplikasi SPSS. Berikut adalah rumus analisis regresi linier berganda:

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

Keterangan:

Y: Pangsa Pasar

X1: Citra Merek

X2: Kualitas Produk

a: Konstanta

$\beta_1 \beta_2$: Koefisien Regresi

e: error

3. 8. 2. 2. Uji Hipotesis Yang Meliputi Uji Parsial (uji T)

Uji T digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independent, apakah variabel citra merek (X1) dan kualitas produk (X2), benar-benar berpengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependennya yaitu pangsa pasar (Y). Uji hipotesis ini akan di laksanakan menggunakan aplikasi SPSS dengan keterangan sebagai berikut:

1) Taraf nyata (α) = 0,05

2) Kriteria Hipotesis

Ho: Tidak ada pengaruh positif antara citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara parsial.

Ha: Ada pengaruh positif antara citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara parsial.

3) Asumsi

Ho: ditolak bila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $\text{sig} > \alpha = 0,05$

Ho: diterima bila $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ atau $\text{sig} \geq \alpha = 0,05$

3. 8. 2. 3. Uji simultan (uji F)

Uji ketepatan model digunakan untuk menguji apakah model yang digunakan tepat untuk mengestimasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan Uji F. Uji simultan ini akan di laksanakan menggunakan aplikasi SPSS. Dasar angka pengambilan keputusan dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- 1) Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$ atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka signifikan atau H_0 di tolak.
- 2) Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$ atau $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$, maka tidak signifikan atau H_0 di terima.

3. 8. 2. 4. Koefisien determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menunjukan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien determinasi ialah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukan bahwa kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Klasifikasi koefisien hubungan tanpa memperhatikan arah ialah sebagai berikut:

- 1) 0: Tidak ada korelasi
- 2) 0 s.d 0,49: Korelasi lemah
- 3) 0,50: Korelasi moderat
- 4) 0,51 S.d 0,99: Korelasi kuat
- 5) 1,00: Korelasi sempurna

Kelemahan dari koefisien determinasi ialah bias terhadap jumlah variabel independent yang dimasukan kedalam model. Setiap terdapat penambahan variabel independent maka R^2 pasti akan meningkat tanpa mempedulikan apakah variable tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh sebab itu, digunakan model *adjusted R^2* . Model *adjusted R^2* bisa naik atau turun bila terdapat suatu variabel independent yang ditambahkan kedalam model. Uji koefisien

