

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan**

Metode penelitian bertujuan untuk melakukan pengembangan terhadap pengetahuan yang sudah ada sebelumnya. Untuk mendapatkan pengetahuan serta penemuan yang baru atau belum ada yang pernah meneliti pada topik penelitian yang sama (Sugiyono, 2019). Menurut (Sugiyono, 2019) Metode survei adalah jenis penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, dan variabel hubungan dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, mengumpulkan data dengan observasi (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian biasanya dihasilkan. Ini juga digunakan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosial dan psikologis. Teknik ikhtisar diputuskan untuk menentukan dampak dari kualitas barang dan perbedaan biaya pada citra merek dan konsekuensi untuk membeli pilihan.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif ini melibatkan pengumpulan data untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan tentang pendapat orang atas sebuah isu atau topik (Sugiyono, 2019) Penelitian kuantitatif berusaha untuk menjelaskan, memprediksi, dan mengendalikan fenomena yang menarik melalui pengumpulan dan analisis data numerik. Fokus penelitian kuantitatif adalah pada pengolahan statistik data numerik. Signifikansi hubungan antar variabel akan ditentukan dengan

menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode verifikatif yaitu sebagai penelitian diarahkan pada populasi tertentu atau tes yang ditentukan untuk menguji spekulasi yang ditetapkan (Sugiyono, 2019). Metode verifikatif pada penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah persepsi harga, kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

### **3.2 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian**

Setiap variabel dapat didefinisikan dan dioperasionalkan variabelnya sesuai dengan judul penelitian yaitu pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian.

#### **3.3.1 Definisi Variabel Penelitian**

Aspek penelitian yang menginstruksikan kita tentang cara mengukur suatu variabel dikenal sebagai definisi operasional variabel. Peneliti lain yang ingin mempelajari variabel yang sama mungkin menganggap definisi operasional penelitian. Menurut Sugiono (Sugiyono, 2019) apa pun yang dipilih peneliti untuk diselidiki untuk mengumpulkan data dan mencapai kesimpulan tentangnya adalah variabel, menurut definisi operasional. Menurut (Silaen, 2018) dalam penelitian (Xia & Dewi, 2022) variabel penelitian merupakan sebuah konsep yang memiliki bermacam-macam nilai atau memiliki nilai yang bervariasi seperti sifat, karakteristik atau fenomena yang dapat menunjukkan sesuatu yang bisa diamati dan diukur dengan nilai yang berbeda-beda atau bervariasi. Dalam penelitian ini pencipta memperkirakan keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrumen eksplorasi. Setelah itu penulis esai akan melanjutkan penyelidikan untuk

mencari dampak dari suatu variabel dengan faktor yang berbeda. Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut, menurut hubungannya satu sama lain:

1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predicator, antecedent. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*independent variable*) adalah kualitas produk (X1) dan persepsi harga (X2).

a. Kualitas Produk (X1)

Menurut Kotler dan Keller (2016:37) Kualitas produk mengacu pada kecakapan suatu produk dalam menilai hasil atau kinerja sesuai standard dan mampu memenuhi ekspektasi keinginan konsumen.

b. Harga (X2)

Pengertian harga menurut Kotler dan Amstrong (2018:3) adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan elemen lainnya melambangkan biaya.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas sesuai dengan masalah yang akan diteliti (Sugiyono, 2019), maka yang akan menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah citra merek (Y). Citra merek merupakan hasil persepsi atau persepsi konsumen terhadap suatu merek tertentu, berdasarkan pertimbangan

terhadap produk yang sejenis dan dibandingkan dengan beberapa merek lain untuk menunjukkan persepsi yang akurat terhadap merek tersebut (Kotler & Armstrong, 2018:250).

### 3.3.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Penelitian mengestimasi keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrumen penelitian. Instrumen penelitian berupa kuesioner, seluruh indikator diukur dengan menggunakan skala ordinal, dan empat variabel yang diteliti dalam penelitian ini, yaitu kualitas produk (X1), persepsi harga (X2) dan citra merek (Y).

Terdapat indikator pada setiap variabel yang akan diukur dengan skala. Data skala ordinal adalah salah satu jenis data yang menunjukkan skala di dalam data penelitian. Data ordinal ini juga bisa disebut sebagai skala ordinal yang memiliki fungsi untuk menunjukkan suatu kualitas dari deskripsi bersamaan dengan urutan intrinsik (Sugiyono, 2019). Berikut operasionalisasi variabel yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 3.1 sebagai berikut :

Tabel 3.1  
Operasionalisasi Variabel

Variabel dan Definisi variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
Kualitas Produk (X1)  Kualitas produk mengacu pada kecakapan suatu produk dalam menilai hasil atau kinerja sesuai standard dan mampu memenuhi ekspektasi keinginan konsumen. Kotler dan Keller (2016:37)	Kinerja	Sabun lifebouy memiliki banyak manfaat bagi kesehatan kulit	Tingkat kebermanfaatan yang dirasakan konsumen	Ordinal	1
		Varian yang dimiliki sabun lifebouy lebih beragam	Tingkat keanekaragaman varian yang dimiliki	Ordinal	2
	Keandalan	Komposisi yang digunakan pada sabun lifebouy	Tingkat kandungan yang digunakan pada sabun lifebouy	Ordinal	3

Variabel dan Definisi variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No	
		aman untuk dipakai				
		Sabun lifebouy memberikan manfaat sesuai dengan fungsinya	Tingkat kebermanfaatan yang dirasakan dari sabun lifebouy	Ordinal	4	
	Fitur	Aroma yang dikeluarkan sabun lifebouy selalu membuat nyaman pada kulit	Tingkat aroma yang dikeluarkan	Ordinal	5	
		Bentuk sabun lifebouy tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil	Tingkat bentuk fisik dari sabun lifebouy	ordinal	6	
	Daya Tahan	Sabun lifebouy tetap bagus meskipun dalam waktu yang lama	Tingkat keawetan bentuk	Ordinal	7	
		Sabun lifebouy memiliki daya tahan yang lama	Tingkat umur simpan sabun lifebouy	Ordinal	8	
	Konsisten	Sabun lifebouy sudah ada sejak dahulu	Tingkat lama atau tidaknya produk yang dikeluarkan	Ordinal	9	
		Kebermanfaatan sabun lifebouy yang semakin berkembang	Tingkat manfaat dari waktu ke waktu	Ordinal	10	
	Desain	Kemasan sabun lifebouy menarik	Tingkat ketertarikan konsumen dari sisi kemasan produk	Ordinal	11	
		Warna dari sabun lifebouy bervariasi sesuai dengan aroma yang dikeluarkan	Tingkat warna yang dimiliki produk	Ordinal	12	
	<b>Harga (X2)</b> Harga adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan	Ketepatan harga produk relatif pada kualitas produk	Harga sabun lifebouy sesuai dengan manfaat yang dimiliki oleh produk	Tingkat harga yang ditetapkan pada produk	Ordinal	1
			Harga yang diberikan membuat konsumen	Tingkat harga yang ditetapkan pada produk	Ordinal	2

Variabel dan Definisi variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
pendapatan, sedangkan elemen lainnya melambangkan biaya. Kotler dan Amstrong (2018:3)		merasa puas pada produk			
	Daftar harga	Harga yang disajikan pada produk selalu sesuai dengan harga jual aslinya	Tingkat daftar harga yang sesuai	Ordinal	3
		Daftar harga sabun lifebouy dapat membantu konsumen memilih produk	Tingkat daftar harga yang sesuai	Ordinal	4
	Diskon khusus	Sabun lifebouy selalu mengeluarkan diskon	Tingkat promo atau diskon yang diberikan oleh produk	Ordinal	5
		Diskon pada produk lifebouy dengan minimal pembelian berapa produk	Tingkat promo atau diskon yang diberikan oleh produk	Ordinal	6
	Perceived price	Konsumen merasa harga sabun lifebouy selalu terjangkau	Tingkat kemudahan mendapatkan produk	Ordinal	7
		Konsumen memahami makna dari simbol harga melalui apa yang dialami sebelumnya	Tingkat pengalaman yang dialami konsumen	Ordinal	8
	<b>Citra Merek (Y)</b>  Citra merek merupakan hasil persepsi atau persepsi konsumen terhadap suatu merek tertentu, berdasarkan pertimbangan terhadap produk yang sejenis dan dibandingkan dengan beberapa merek lain untuk menunjukkan persepsi yang akurat terhadap merek tersebut (Kotler & Armstrong, 2018:250).	Pengakuan	Sabun lifebouy merupakan merek sabun yang sudah terkenal	Tingkat waktu tersedianya produk	Ordinal
Sabun lifebouy banyak digunakan berbagai kalangan			Kegunaan produk	Ordinal	2
Reputasi		Produk mudah didapatkan	Keterjangkauan produk	Ordinal	3
		Adanya program kampanye kesehatan dari produk lifebouy membuat konsumen semakin yakin pada produk	Tingkat program yang sering dilakukan oleh perusahaan	Ordinal	4

Variabel dan Definisi variabel	Dimensi	Indikator	Ukuran	Skala	No
	Afinitas	Sabun lifebouy banyak disukai konsumen karena harga yang terjangkau dan mudah didapatkan	Tingkat kepuasan dan kemudahan pada produk	Ordinal	5
		Sabun lifebouy termasuk produk dengan reputasi tinggi	Tingkat reputasi produk	Ordinal	6
	Domain	Konsumen menggunakan produk setiap hari	Tingkat kegunaan produk oleh konsumen	Ordinal	7
		konsumen selalu melakukan pembelian kembali	Tingkat pembelian ulang pada produk	Ordinal	8

### 3.3 Populasi dan Sampel

Suatu penelitian membutuhkan item dan subjek untuk dipertimbangkan untuk mengatasi masalah yang ada. Populasi penelitian berfungsi sebagai objek penelitian, memungkinkan peneliti untuk mengolah data dengan menentukan populasi.

#### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti Menurut (Sugiyono, 2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat desa Pinangsari Kecamatan Ciasem Kabupaten Subang sebagai konsumen sabun mandi lifebouy.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (Sugiyono, 2019). Pemilihan subyek pada masyarakat sebagai konsumen dari sabun mandi untuk menjadi sampel pada penelitian ini. Untuk membatasi sampel dalam penelitian ini penulis membatasi sampel pada masyarakat yang menggunakan sabun Lifebuoy

Non-probability sampling adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel pada saat menentukan data yang akan diteliti. Pengguna sabun Lifebouy di Indonesia dipilih sebagai responden. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang. Keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga mengharuskan pengambilan sampel 100 orang. Rumus berikut digunakan untuk menentukan ukuran sampel (Djarwanto & Pangestu, 1998) :

$$n = \frac{1}{4} \left[ \frac{Z\alpha/2}{E} \right]^2$$

Dimana :

n = Jumlah Sampel

Z = Angka yang menunjukkan suatu penyimpangan nilai variabel dan mean dihitung dalam suatu satuan deviasi standart tertentu

E = Error ( Kesalahan )

Berdasarkan nilai ( *Level of significane* ) yang digunakan dalam Penelitian ini yaitu 0,05 diharapkan bahwa besarnya kesalahan dalam penggunaan sampel (kesalahan sampling) tidak lebih dari 10 persen. Rumus di atas besarnya sampel dapat ditentukan sebagai berikut :

$$n = \frac{1}{4} \left[ \frac{Z_{0,05/2}}{0,10} \right]^2$$

$$n = \frac{1}{4} \left[ \frac{1,96}{0,10} \right]^2$$

$$n = 96,04$$

Sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 96,04 Responden untuk mempermudah pengolahan data mengambil sampel 100 Responden. Pengambilan responden dilakukan dengan *teknik accidental sampling*. *Accidental Sampling* adalah dimana peneliti hanya sekedar menghentikan seseorang (calon responden di tempat keramaian lalu bertanya apakah dia bersedia untuk menjawab pertanyaan kuisisioner kita ). Bila bersedia untuk menjawab, segera proses wawancara dilakukan (Sugiyono, 2019).

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan adalah suatu cara atau teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi tentang masalah yang ditelitinya. Pengumpulan data bertujuan untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk mencapai tujuan penelitian. Tujuan yang dinyatakan hipotesis berfungsi sebagai tanggapan sementara terhadap pertanyaan penelitian. Informasi tidak sepenuhnya diselesaikan oleh faktor-faktor dalam spekulasi. Sampel yang telah ditentukan digunakan untuk mengumpulkan informasi. Sebagai sasaran penelitian, satu set unit analisis membentuk sampel. (Sugiyono, 2019).

Berdasarkan dari sumber data teknik pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Data Primer

Data primer pada penelitian ini didapatkan dari hasil responden melalui kuesioner. Data yang didapatkan dari data primer ini harus diolah kembali untuk dihitung. Sumber data yang menyediakan data langsung ke pengumpul data.

b. Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian ini didapatkan melalui buku dan jurnal dengan melihat hasil penelitian terdahulu. Data yang didapatkan dari data sekunder ini tidak perlu diolah maupun dihitung kembali. Sumber yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data.

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data digunakan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk membicarakan data yang akan digunakan. Ada beberapa cara yang digunakan untuk mengumpulkan data, antara lain:

1. Penelitian lapangan (disebut juga penelitian lapangan) adalah pengumpulan data melalui pelaksanaan survei lapangan yang relevan. Studi semacam ini dilakukan untuk mendapatkan data primer.

a) Kuesioner

Menurut Saptutyingsih & Setyaningrum (2020) kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang akan digunakan oleh periset untuk memperoleh data dari sumbernya secara langsung melalui proses komunikasi atau dengan mengajukan pertanyaan.

b) Observasi

Tarjo (2019) mengemukakan bahwa observasi adalah metode yang paling

umum digunakan khususnya dalam penelitian yang berkaitan dengan ilmu perilaku. Pengamatan menjadi alat dan metode yang ilmiah dalam pengumpulan data bagi peneliti, jika sesuai dengan tujuan penelitian yang dirumuskan, direncanakan dan dicatat secara sistematis dan harus terkontrol serta harus diuji validitas dan reliabilitasnya.

c) Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data ketika penelitian ini melakukan survei pendahuluan untuk menemukannya masalah yang akan diteliti, dan ketika ingin mengetahui sesuatu dari responden secara lebih rinci (Sugiyono, 2019). Penelitian ini telah melakukan wawancara pada tanggal 25 maret 2023.

2. Metode pengumpulan data atau informasi berdasarkan membaca dan menganalisis literatur atau sumber yang relevan dikenal dengan studi kepustakaan (disebut juga dengan library research). Data sekunder buku tentang subjek yang diteliti dan literatur dapat digunakan untuk melakukan studi literatur dengan tujuan membangun kerangka teoritis untuk topik yang diteliti.

a) Jurnal

Jurnal yang digunakan adalah sebagai informasi penunjang yang berhubungan dengan penelitian.

b) Internet

Data terkait topik penelitian yang telah dipublikasikan secara online berupa makalah, jurnal, atau buku dapat ditemukan di internet.

### **3.5 Metode Analisis dan Uji Hipotesis**

Metode analisis data menurut (Sugiyono, 2019) adalah pencarian dan penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Data disusun dalam kategori, dijelaskan dalam unit, disintesis, dan disusun menjadi pola. Yang penting dipilih untuk dipelajari, dan ditarik kesimpulan agar orang lain dapat dengan mudah memahaminya. Sementara itu, menurut (Moleong, 2017) analisis data adalah cara yang paling umum untuk mengkoordinasikan dan mengatur informasi menjadi contoh, klasifikasi, dan unit penjelasan mendasar sehingga topik dapat ditemukan dan dapat merencanakan spekulasi kerja seperti yang direkomendasikan oleh informasi tersebut.

Data dikumpulkan, diolah dan disajikan dalam format tabel untuk pengolahan data. Dalam ulasan ini pencipta menggunakan teknik pemeriksaan ekspresif cek, yaitu strategi yang berencana untuk menggambarkan apakah realitas itu valid dan memahami hubungan antara faktor-faktor yang terkonsentrasi dengan mengumpulkan informasi, menangani, memecah dan menguraikan informasi dalam spekulasi yang terukur. Karena analisis data yang terkumpul digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis data digunakan untuk menguji hipotesis peneliti.

#### **3.5.1 Analisis Deskriptif**

Data penelitian dideskripsikan dengan menggunakan analisis deskriptif. Tujuan dari deskripsi data ini adalah agar data penelitian secara keseluruhan lebih mudah dibaca dan dianalisis. Menurut (Sugiyono, 2019) analisis deskriptif adalah wawasan yang digunakan untuk memeriksa informasi dengan menggambarkan atau

mendeskrripsikan informasi yang telah dikumpulkan untuk apa nilainya tanpa bermaksud membuat tujuan umum atau spekulasi. Tujuan dari metode deskriptif adalah untuk mendapatkan data yang akurat, mendalam, dan terperinci. Gejala yang ada dijelaskan dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif untuk mendeskripsikan bagaimana tanggapan konsumen terhadap variabel kualitas produk, persepsi harga dan citra merek produk sabun Lifebuoy dipengaruhi oleh data kuesioner. Ada lima jawaban untuk setiap pertanyaan, masing-masing dengan bobot atau nilai yang berbeda. Setelah responden diminta untuk mendeskripsikan dan mendukung pertanyaan, setiap pilihan jawaban akan mendapat skor. Skor pada keputusan respons untuk survei yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negatif (Sugiyono, 2019) sebagai berikut :

Tabel 3.2  
Alternatif Jawaban Skala Likert

<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Bobot Nilai</b>
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber : (Sugiyono, 2019)

Pernyataan positif dan negatif memiliki nilai bobot yang berlawanan, seperti terlihat pada tabel di atas. Terminal positif akan digunakan dalam kuesioner penelitian, dengan sangat setuju diberi nilai 5, setuju diberi nilai 4, netral diberi nilai 3, tidak setuju diberi nilai 2, dan sangat tidak setuju diberi nilai 1.

Pernyataan yang berhubungan dengan faktor dependen dan independen

akan diestimasi dengan instrumen estimasi berupa kuesioner. Setiap pernyataan atau indikator dianalisis dengan menggunakan skala Likert, yang kemudian menghitung frekuensi jawaban untuk setiap kategori (pilihan jawaban) dan menjumlahkannya. Peneliti kemudian menarik garis berkesinambungan untuk menentukan kategori hasil rata-rata setelah masing-masing indikator diberi nomor. Spesialis dalam menentukan kelas skala pada garis kontinum menggunakan persamaan berikut:

$$\text{NIJ (Nilai Jenjang Interval)} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria pertanyaan}}$$

Keterangan :

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

$$\text{Rentang Skor} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

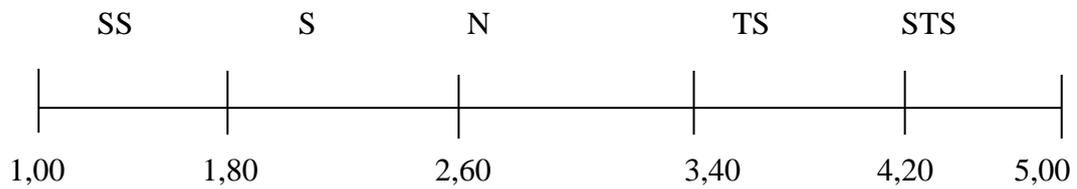
Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui kategori skala tabel yang peneliti sajikan di bawah ini :

Tabel 3.3  
Kategori Skala

No	Interval	Kategori
1	1,00-1,80	Sangat Tidak Baik
2	1,81-2,60	Tidak Baik
3	2,61-3,40	Kurang Baik
4	3,41-4,20	Baik
5	4,21-5,00	Sangat Baik

Sumber : (Sugiyono, 2019)

Setelah menentukan nilai rata-rata tanggapan, hasilnya diinterpretasikan menggunakan garis kontinum sebagai berikut:



Sumber : (Sugiyono, 2019)

### 3.6 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen untuk mengukur fenomena sosial dan alam yang diamati adalah tes untuk instrumen penelitian. Secara eksplisit keanehan ini disebut faktor penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat untuk mengukur dan mengumpulkan informasi tentang suatu variabel (Ghozali, 2018). Uji instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas dan *method of succesive internal* (MSI).

#### 3.6.1 Uji Validitas

Validitas dalam penelitian ilmiah menjadi suatu kebutuhan dan harus terpenuhi terlebih dahulu. Uji validitas sebagai salah satu syarat agar hasil penelitian dapat dikatakan ilmiah. Keilmiahannya hasil penelitian ini akan dibuktikan dari data dan alat pengumpul data. Alat pengumpul data atau instrument dalam penelitian kuantitatif adalah kuisisioner atau bahasa lainnya adalah angket (Ghozali, 2018).

Uji validitas pada penelitian ini yaitu menggunakan metode korelasi *pearson product moment* dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{(n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2)(n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2)}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

$n$  = Jumlah responden dalam uji instrumen

$\sum x_i$  = Jumlah hasil pengamatan variabel x

$\sum y_i$  = Jumlah hasil pengamatan variabel y

$\sum x_i y_i$  = Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel x dan variabel y

$\sum x_i^2$  = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor x

$\sum y_i^2$  = Jumlah kuadrat pada masing-masing skor y

Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel, maka variabel dinyatakan valid.
- b. Jika  $r$  hitung  $\leq r$  tabel, maka variabel tidak dinyatakan valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2018), uji realibilitas mengacu pada sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Selama aspek-aspek yang diukur pada subjek tidak berubah, suatu hasil pengukuran dapat dipercaya jika diperoleh hasil yang relatif sama dari beberapa kali pengukuran pada kelompok subjek yang sama. Cara untuk melihat apakah suatu variabel dapat diandalkan adalah dengan melihat Cronbach Alpha  $> 0.60$ . Dasar keputusan uji realibilitas:

- a. Jika Cronbach Alpha  $> 0,60$ , maka variabel dinyatakan valid.

- b. Jika Cronbach Alpha < 0,60, maka variabel tidak dinyatakan valid.

### 3.6.3 Method Of Successive Internal (MSI)

Analisis Method Of Successive Interval (MSI) digunakan untuk mengubah data yang berskala ordinal menjadi skala interval. Method Of Successive Interval (MSI) menurut (Sugiyono, 2019), langkah-langkah dilakukan dalam MSI sebagai berikut :

- a. Perhatikan setiap butir jawaban responden dari angket yang disebar
- b. Pada setiap butir ditentukan beberapa orang yang mendapatkan skor 1,2,3,4,5 dan dinyatakan dalam frekuensi
- c. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden dan hasilnya disebut proporsi
- d. Tentukan nilai proporsi kumulatif dengan jalan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan perkolom skor
- e. Gunakan tabel distribusi normal, dihitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh
- f. Tentukan nilai tinggi densitas untuk setiap Z yang diperoleh (dengan menggunakan tabel densitas)
- g. Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus :

$$SV = \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{Daerah dibawah batas atas} - \text{daerah dibawah batas bawah}}$$

### 3.6.4 Uji Asumsi Klasik

Menurut Nurjaya et al (2021) dijelaskan bahwa uji asumsi klasik adalah

untuk mengetahui kebenaran data. Oleh karena itu, sebelum digunakan model harus memenuhi beberapa asumsi yang biasa disebut dengan asumsi klasik.

### **3.6.5 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data terdistribusi secara merata pada variabel penelitian yang berdistribusi normal atau tidak. Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka data dikatakan berdistribusi normal, sedangkan data yang tidak berdistribusi normal memiliki nilai p kurang dari 0,05 (Ghozali, 2018). Uji Komogorov-Smirnov (K-S) merupakan model uji normalitas yang digunakan dalam keputusan ini. Jika nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05 maka data dianggap berdistribusi normal.

### **3.6.6 Uji Multikolinearitas**

Menurut (Ghozali, 2018) menunjukkan bahwa tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menentukan apakah variabel independen berkorelasi dengan model regresi. Seharusnya tidak ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi yang baik. Nilai toleransi atau variance inflation factor (VIF) digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya multikolinearitas; uji multikolinearitas dilakukan jika nilai VIF antara 1 dan 10.

### **3.6.7 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas terlihat untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian antara residual dari observer yang berbeda dalam model regresi. Dalam menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan uji rank Spearman dengan menghubungkan faktor bebas dengan outright dari hasil relaps.

Heteroskedastisitas didefinisikan sebagai sig 0,05. Homoskedastisitas terjadi ketika sig lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2018).

### 3.7 Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif adalah teknik eksplorasi yang digunakan untuk mencari tahu dan menguji informasi menggunakan perhitungan faktual untuk menjawab definisi masalah yang menyertainya: seberapa besar pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan efek implisit pada keputusan pembelian terhadap citra merek (Sugiyono, 2019).

#### 3.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda sebagai model regresi yang membandingkan variabel terikat dengan beberapa variabel bebas yang telah ditentukan sebelumnya untuk lebih terarah (Ghozali, 2018). Persamaan dari regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

- Y = variabel terikat (citra merek)
- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = Koefisien regresi variabel independen
- $X_1$  = Kualitas produk
- $X_2$  = Persepsi harga

Untuk mendapatkan nilai,  $\alpha$ ,  $\beta_1$ ,  $\beta_2$ , dan  $\beta_3$  dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\Sigma Y = n\alpha + \beta_1 \Sigma X_1 + \beta_2 \Sigma X_2 + \beta_3 \Sigma X_3$$

$$\Sigma X_1 Y = \alpha \Sigma X_1 + \beta_1 \Sigma X_1^2 + \beta_2 \Sigma X_1 X_2$$

$$\Sigma X_2 Y = \alpha \Sigma X_2 + \beta_1 \Sigma X_1 X_2 + \beta_2 \Sigma X_2^2$$

Setelah  $\alpha$ ,  $\beta_1$ ,  $\beta_2$ , didapat maka akan diperoleh persamaan Y

### 3.7.2 Analisis Korelasi Berganda

Derajat atau kekuatan hubungan antara variabel kualitas produk (X1), persepsi harga (X2), dan citra merek(Y) ditentukan dengan menggunakan analisis korelasi berganda. Kedekatan hubungan tersebut dapat dikomunikasikan mengenai koefisien hubungan. Koefisien hubungan adalah ukuran hubungan antara dua faktor yang dikomunikasikan dalam angka yang disebut koefisien hubungan. Rumus untuk korelasi berganda adalah sebagai berikut :

$$r^2 = \frac{JK (reg)}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

$r^2$  = Koefisien korelasi berganda

$JK_{(reg)}$  = Jumlah kuadrat regresi

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat total korelasi

Berdasarkan nilai r yang diperoleh maka dapat dihubungkan  $-1 < r < 1$  sebagai berikut :

1. Apabila  $r = 1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel X1 dan X2, dan Y positif.
2. Apabila  $r = -1$ , artinya terdapat hubungan antara variabel X1, X2 dan Y negatif.
3. Apabila  $r = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan antara variabel X1, X2 dan Y.

Hasil perhitungan korelasi dapat bernilai positif atau negatif. Apabila nilai koefisien positif, hal tersebut menunjukkan kedua variabel tersebut saling berhubungan. Sedangkan apabila koefisien korelasi negatif, menunjukkan kedua variabel tersebut berhubungan terbalik.

Berikut peneliti sajikan Tabel 3.4 taksiran besarnya koefisien korelasi.

Tabel 3.4  
Taksiran Bersarnya Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,000-0,199	Sangat lemah
0,200-0,399	Lemah
0,400-0,599	Cukup
0,600-0,799	Kuat
0,800-0,999	Sangat kuat

Sumber : (Sugiyono, 2019)

### 3.7.3 Analisis Koefisien Berganda

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentasi pengaruh  $X_1, X_2$  dan variabel  $Y$ . Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi, maka dapat dihitung koefisien determinasi secara simultan dan parsial.

#### 1. Koefisien Determinasi Simultan

Koefisien determinasi simultan adalah koefisien untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil perhitungan  $r^2$  secara keseluruhan digunakan untuk mengukur seberapa besar persentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi dependen. Koefisien determinasi simultan dihitung dengan rumus:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

$Kd$  = Koefisien determinasi

$r$  = Kuadrat koefisien korelasi berganda

Kriteria untuk analisis koefisien determinasi simultan ( $r^2$ ) adalah apabila nilai  $r^2$  mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam

menerangkan variasi variabel bebas terhadap variabel terikat dan sebaliknya, apabila  $r^2$  mendekati 0 (nol) maka semakin lemah variasi variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat.

## 2. Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial adalah koefisien untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah (parsial).

Koefisien determinasi parsial dengan rumus:

$$Kd = \beta \times \text{Zero order}$$

## 3.8 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah keputusan singkat terhadap suatu masalah yang masih bersifat sementara karena memang harus dibuktikan kebenarannya. Tujuan pengujian hipotesis adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk (X1), persepsi harga (X2) terhadap citra merek (Y).

### 3.8.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Menurut (Basuki, 2018), tujuan dari uji t untuk memastikan apakah variabel dependen dipengaruhi sebagian oleh variabel independen. Menurut (Ghozali, 2018) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar masing-masing variabel independen atau penjelas memberikan kontribusi terhadap variasi dalam variabel dependen. Nilai t tabel harus diketahui terlebih dahulu sebelum dapat diperoleh hasil uji t. Oleh karena itu, rumus berikut harus digunakan untuk menentukan derajat kebebasan untuk menentukan tabel t:

$$df = n - k - 1$$

Keterangan :

df = *Degree of freedom* (derajat kebebasan)

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independent dan variabel terikat

Berikut ini merupakan dasar untuk membuat keputusan:

- a. Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  dengan tingkat kesalahan 0,05 (5%), artinya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, menunjukkan bahwa variabel independen memiliki dampak parsial pada variabel dependen.
- b. Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  dengan tingkat kesalahan 0,05 (5%), artinya  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki dampak parisal pada variabel dependen.

### 3.8.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Menurut (Ghozali, 2020) Uji statistik F pada dasarnya mengungkapkan apakah variabel dependen atau dependen dipengaruhi oleh semua variabel independen atau independen dalam model. Nilai F tabel harus diketahui terlebih dahulu sebelum dapat diperoleh hasil uji F. Oleh karena itu, rumus berikut harus digunakan untuk menentukan derajat kebebasan untuk menentukan tabel F:

$$df_1 = k - 1$$

$$df_2 = n - k - 1.$$

Keterangan :

df = *Degree of freedom* (derajat kebebasan)

n = jumlah sampel

$k$  = jumlah variabel independen dan variabel terikat

Berikut ini adalah dasar untuk membuat keputusan mengenai uji F:

- a. Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  dengan tingkat kesalahan 0,05 (5%), artinya  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, menunjukkan bahwa variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebas secara keseluruhan.
- b. Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  dengan tingkat kesalahan 0,05 (5%),  $H_a$  ditolakk dan  $H_0$  diterima, sehingga variabel terikat tidak dipengaruhi oleh variabel bebas secara keseluruhan.

### **3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan pada konsumen yang menggunakan sabun lifebouy di desa Pinangsari Kecamatan Ciasem Kabupaten Subang. Adapun waktu penelitian dilakukan pada bulan maret 2023 .

### **3.10 Rancangan Kuesioner**

Kuesioner adalah prosedur pemilihan informasi yang dilengkapi dengan memberikan pemilihan pertanyaan atau penjelasan yang disusun sebelumnya dan responden dapat menjawab pertanyaan atau pernyataan tersebut (Sugiyono, 2019). Tujuan penyusunan kuesioner adalah untuk mengetahui variabel mana yang dianggap penting oleh responden. Berdasarkan operasionalisasi variabel penelitian, pernyataan mengenai variabel kualitas produk, persepsi harga terhadap citra merek dimasukkan dalam kuesioner. Berdasarkan skala Likert, responden dapat memilih kolom yang berhubungan dengan variabel yang sedang diteliti yang disediakan oleh peneliti.