

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Dalam studi ini, pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengubah data menjadi format numerik. Menurut Ali et al. (2022), tergantung pada hubungan antar variabel, metode ini dapat bersifat asosiatif, korelasional, atau deskriptif. Data angka membantu pengambilan keputusan, terutama dalam bidang ilmiah. Tujuan pendekatan kuantitatif ini adalah untuk menilai seberapa kuat dan signifikan hubungan antara setiap variabel, terutama dalam konteks hubungan sebab-akibat (asosiasi).

#### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Karakteristik pelanggan, cara pandang terhadap harga, evaluasi atas mutu produk, dan sudut pandang terkait citra merek memengaruhi keputusan pembelian konsumen, menurut penelitian ini. Dengan menggunakan *Google Forms*, data dikumpulkan dari responden yang telah membeli air isi ulang di PT. Biru Semesta Abadi di Kecamatan Cilodong Kota Depok. Penelitian berlangsung dari Mei 2025 hingga Juni 2025.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Menurut Garika dan Darmanah (2019), populasi adalah keseluruhan entitas yang terdiri atas elemen atau subjek dengan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti dan dianalisis untuk menarik kesimpulan. Grup yang diteliti tidak hanya mencakup orang, tetapi juga barang, situasi, dan elemen sekitarnya yang memainkan peran penting dalam penelitian. Dalam penelitian ini, grup tersebut terdiri dari pembeli merek air isi ulang Air Biru yang terletak di daerah Cilodong, Kota Depok.

Jumlah populasi tersebut sukar untuk ditentukan dengan tepat, mengingat besarnya jangkauan dan keragaman konsumen. Data dari populasi ini nantinya akan menjadi landasan dalam menganalisis dampak kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk air minum isi ulang Air Biru di Kecamatan Cilodong, Kota Depok.

### **3.3.2 Sampel**

Studi ini menggunakan strategi pemilihan sampel secara purposif berdasarkan kriteria khusus penelitian (Sugiyono, 2016). Hal ini dilakukan untuk memastikan karakteristik sampel sesuai dengan tujuan penelitian (Amin et al., 2023).

1. Individu berusia antara 20 dan 45 tahun, tanpa memandang jenis kelamin.
2. Harus telah membeli air minum isi ulang dari PT. Biru Semesta Abadi setidaknya satu kali dalam tiga bulan terakhir.

Adapun komponen utama yang menjadi objek adalah:

1. Produk, yang mencakup air minum isi ulang yang ditawarkan oleh PT. Biru Semesta Abadi, termasuk kualitas air, kemasan, dan teknologi pemrosesan yang digunakan.
2. Konsumen, yaitu individu yang telah membeli atau berpotensi membeli air minum isi ulang dari PT. Biru Semesta Abadi.
3. PT. Biru Semesta Abadi, sebagai subjek utama dalam penelitian ini yang menyediakan layanan air minum isi ulang dan menjadi fokus analisis.

Kriteria ini ditetapkan untuk memastikan bahwa responden yang dipilih secara akurat mewakili demografi yang relevan dengan penelitian. Hair dkk. (2021) merekomendasikan jumlah sampel minimal 100 responden atau lebih. Sebagai aturan umum, jumlah sampel dalam sebuah penelitian harus sekitar 5-10 kali lipat dari jumlah indikator yang digunakan.

Studi ini melibatkan 20 indikator, yang menghasilkan total sampel 100 responden (20×5). Angka ini dianggap memadai untuk mengumpulkan data yang representatif guna tujuan penelitian mengenai dampak harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap pemilihan air minum isi ulang Air Biru di Kecamatan Cilodong.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk menjamin bahwa sampel mencerminkan populasi dengan tepat dan dapat dijadikan sebagai data yang sah dalam penelitian, pemilihan sampel harus dilakukan dengan cermat (Amin et al. , 2023). Dalam studi ini, diterapkan teknik purposive sampling, yaitu metode pengambilan sampel berdasarkan sifat-sifat tertentu yang dinilai relevan dengan tujuan studi (Sugiyono, 2016). Penggunaan teknik ini bertujuan untuk memastikan bahwa responden yang terpilih memiliki pengalaman serta pemahaman yang sesuai dengan titik fokus penelitian, yakni keputusan pembelian air minum isi ulang di PT. Biru Semesta Abadi di Kecamatan Cilodong, Kota Depok.

#### **3.4.1 Kuesioner**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kuesioner yang didistribusikan secara daring menggunakan Google Form. Kuesioner adalah salah satu teknik penelitian yang paling umum karena memungkinkan pengumpulan informasi langsung dari responden secara sistematis. Keunggulan metode ini terletak pada kemudahan pengolahan dan analisis data serta efisiensi dalam menjangkau banyak responden. Namun, ada beberapa masalah dengan metode ini, terutama dalam merancang pertanyaan yang dapat mengukur variabel penelitian dengan jelas dan mudah dipahami oleh responden.

Skala Likert digunakan sebagai alat ukur dalam kuesioner penelitian ini. Skala Likert merupakan metode psikometri yang sering digunakan dalam penelitian survei untuk menilai sikap, persepsi, dan perilaku responden terhadap suatu variabel.

Menurut Likert (1932), skala ini terdiri dari sejumlah pernyataan yang dirancang untuk menilai sikap individu, di mana responden diminta memberikan jawaban berdasarkan pilihan skala tertentu. Skala Likert dalam penelitian ini menggunakan rentang angka 1 hingga 4, dengan masing-masing angka memiliki makna tersendiri. Tabel 3.1 berikut menjelaskan skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini.

<b>Angka</b>	<b>Keterangan</b>
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Setuju
4	Sangat Setuju

*Tabel 3.1 Skala Likert*

Metode ini digunakan untuk mengevaluasi pandangan responden mengenai faktor-faktor dalam penelitian, seperti biaya, standard produk, reputasi merek, dan pilihan untuk membeli air minum yang diisi ulang di PT. Biru Semesta Abadi. Melalui penggunaan skala Likert, data yang dikumpulkan dapat dianalisis secara kuantitatif, sehingga memungkinkan peneliti memperoleh kesimpulan yang objektif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

### **3.4.2 Studi Pustaka**

Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memahami dan menelaah teori-teori yang terdapat dalam berbagai sumber literatur (Adlini et al., 2022). Metode ini memanfaatkan berbagai referensi yang telah dipublikasikan, seperti buku, jurnal, makalah ilmiah, serta data yang tersedia secara online.

### **3.5 Definisi Operasional**

Merupakan konsep yang mencakup batasan suatu variabel serta teknik yang digunakan untuk mengukurnya dalam penelitian. Tujuan dari definisi operasional adalah untuk menetapkan batasan variabel secara jelas, memudahkan serta memastikan konsistensi dalam proses pengumpulan data, sekaligus menghindari perbedaan interpretasi (Ulfa, 2021).

### 3.5.1 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses yang melibatkan individu dalam menyelesaikan suatu permasalahan dengan memilih satu di antara beberapa alternatif perilaku. Proses ini dianggap sebagai langkah yang tepat dalam melakukan pembelian, di mana keputusan diambil setelah melewati serangkaian tahapan dalam proses pengambilan keputusan terlebih dahulu (Firmansyah, 2019, p.185).

No.	Variabel	Indikator	Pernyataan
1	Keputusan Pembelian	1. Tujuan dalam membeli sebuah produk 2. Pemrosesan informasi untuk pemilihan merek 3. Kemantapan pada sebuah produk 4. Melakukan pembelian ulang	1. Saya membeli Air Biru untuk memenuhi kebutuhan air minum sehari-hari. 2. Saya memilih merek Air Biru setelah mempertimbangkan informasi dari orang lain atau pengalaman pribadi. 3. Saya merasa yakin bahwa Air Biru adalah pilihan

No.	Variabel	Indikator	Pernyataan
		5. Kebutuhan akan produk	air minum isi ulang yang tepat bagi saya.  4. Saya berencana membeli ulang produk Air Biru untuk kebutuhan konsumsi saya  5. Air minum isi ulang seperti Air Biru adalah produk yang saya butuhkan setiap minggu.

Tabel 3.2

*Keputusan Pembelian (Y)*

### 3.5.2 Harga

Berdasarkan Arman (2022, p. 41), harga merujuk pada jumlah uang yang perlu dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Umumnya, dalam sebuah transaksi atau tukar-menukar, harga dituliskan dalam satuan rupiah.

No.	Variabel	Indikator	Pernyataan
1	Harga	1. Keterjangkauan Harga	1. Harga Air Biru terjangkau untuk saya

No.	Variabel	Indikator	Pernyataan
		2. Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	2. Harga Air Biru sesuai dengan kualitas air yang saya dapatkan
		3. Daya Saing Harga	3. Dibanding depot lainnya, harga Air Biru lebih bersaing
		4. Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk	4. Harga Air Biru sebanding dengan manfaat yang saya rasakan
		5. Harga mempengaruhi keputusan	5. Harga menjadi salah satu faktor utama dalam keputusan saya membeli Air Biru

*Tabel 3.3*

*Harga (X1)*

### **3.5.3 Kualitas Produk**

Kualitas adalah elemen yang selalu berkembang dan berkaitan dengan tenaga kerja, produk, tugas, proses, serta lingkungan yang dapat memenuhi harapan konsumen. Agar sesuai dengan ekspektasi konsumen yang berubah seiring

berjalannya waktu, produk harus disesuaikan dengan kualitas yang diharapkan (Indrasari, 2019, p. 54).

No.	Variabel	Indikator	Pernyataan
1	Kualitas Produk	1. Rasanya yang enak 2. Kesesuaian dengan Spesifikasi 3. Daya Tahan produk 4. Fitur (keistimewaan tambahan) produk 5. Keandalan produk	1. Air Biru memiliki rasa segar, tidak berbau, dan nyaman diminum 2. Air Biru memenuhi standar air minum yang baik dan aman 3. Air dari Air Biru tidak cepat basi dan dapat disimpan cukup lama 4. Air Biru memiliki fitur tambahan seperti segel kemasan atau galon higienis 5. Saya merasa kualitas Air Biru selalu konsisten dari waktu ke waktu

*Tabel 3.4*  
*Kualitas Produk (X2)*

### 3.5.4 Citra Merek

Citra merek adalah suatu persepsi terhadap suatu merek yang membentuk asosiasi tertentu dalam benak konsumen. Selain itu, citra merek juga mencerminkan sekumpulan persepsi yang saling terhubung dan tersimpan dalam pikiran individu (Firmansyah, 2019, p.61).

No.	Variabel	Indikator	Pernyataan
1	Citra Merek	1. Identitas Merek 2. Kepribadian Merek 3. Asosiasi Merek 4. Sikap dan Perilaku Merek 5. Keunggulan dan Kompetensi Merek	1. Saya mengenal dan mudah mengingat merek Air Biru sebagai produk air minum isi ulang 2. Air Biru memiliki citra merek yang bersih, terpercaya, dan ramah lingkungan 3. Ketika saya mendengar “Air Biru”, saya langsung teringat kualitas dan pelayanan yang baik 4. Air Biru dikenal sebagai merek yang memberikan

No.	Variabel	Indikator	Pernyataan
			<p>elayanan yang cepat dan memuaskan</p> <p>5. Dibanding depot lain, Air Biru memiliki keunggulan dari segi merek, kualitas, dan kenyamanan pelayanan</p>

*Tabel 3.5*  
*Citra Merek (X3)*

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Tujuan analisis data adalah untuk mengekstrak informasi yang relevan dari kumpulan data sehingga dapat digunakan untuk memecahkan tantangan penelitian. Hal ini memudahkan untuk memahami data dan menjawab pertanyaan penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, ada dua jenis teknik analisis data: analisis deskriptif dan analisis statistik.

Analisis deskriptif membantu membuat data yang dikumpulkan dari responden lebih mudah dilihat dan diinterpretasikan. Data tersebut kemudian diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 27 yang mendukung berbagai teknik analisis statistik. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, serta uji asumsi tradisional seperti normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas.

### **3.7 Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis deskriptif merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan data yang diperoleh sebelumnya tanpa melakukan generalisasi yang luas.

Tujuan dari analisis ini adalah menyajikan data sesuai dengan kondisi sebenarnya. Dalam statistik deskriptif, hubungan antarvariabel dapat dianalisis melalui uji korelasi, sementara tren data dapat diprediksi menggunakan analisis regresi. Selain itu, perbandingan data dapat dilakukan dengan menghitung rata-rata dari populasi atau sampel yang diteliti (Sugiyono, 2019, p.206).

### **3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **3.8.1 Uji Validitas**

Ghozali (2021, p. 66) menjelaskan bahwa tujuan dari uji validitas adalah untuk mengevaluasi seberapa baik setiap pernyataan dalam kuesioner mencerminkan aspek yang ingin diukur. Sebuah kuesioner dapat dianggap sebagai valid apabila semua pertanyaan dengan jelas mencerminkan konsep yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan untuk mengevaluasi akurasi dengan cara mengkomparasikan rating setiap pertanyaan dengan skor variabel secara keseluruhan. Penilaian ini dilakukan pada ambang batas signifikansi 0.05, dimana hipotesis akan dianggap valid jika nilai korelasi hitung ( $r$  hitung) lebih besar dari nilai yang terdapat pada  $r$  tabel. Sebaliknya, jika  $r$  hitung sama dengan atau lebih rendah dari  $r$  tabel, maka hipotesis akan ditolak.

#### **3.8.2 Uji Reliabilitas**

Seperti yang dicatat oleh Sugiyono (2017:130), keandalan alat penelitian mencerminkan seberapa baik alat tersebut dapat menghasilkan hasil yang stabil ketika penilaian dilakukan lagi dalam keadaan yang sebanding. Sebuah alat dianggap dapat diandalkan jika koefisien reliabilitas, yang dikenal sebagai Alpha Cronbach, mencapai minimal 0,60 atau lebih. Dalam penelitian ini, standar untuk reliabilitas yang diadopsi adalah skor 0,60, yang berfungsi

sebagai batas terendah yang menunjukkan bahwa alat yang digunakan dapat dipercaya untuk secara konsisten menilai setiap aspek dari variabel yang sedang diselidiki.

### **3.9 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.9.1 Uji Normalitas**

Penilaian normalitas mengidentifikasi apakah variabel dalam model regresi menunjukkan distribusi independen atau normal. Agar model regresi efektif, data harus terdistribusi normal (Ghozali, 2021, hlm. 196). Dalam penelitian ini, teknik Kolmogorov-Smirnov diterapkan untuk mengevaluasi normalitas. Nilai-p yang melebihi 0.05 menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

#### **3.9.2 Uji Multikolinearitas**

Ghozali (2021, p. 157) menyatakan bahwa pengujian multikolinearitas bertujuan untuk memastikan bahwa variabel-variabel independen di dalam model regresi tidak saling berkaitan secara signifikan. Sebuah model regresi yang berkualitas seharusnya bebas dari isu multikolinearitas. Dalam proses pengujian ini, nilai toleransi dan faktor inflasi diuji. Multikolinearitas akan terjadi jika nilai toleransi berada pada angka 0,10 atau kurang dan VIF mencapai 10 atau lebih.

#### **3.9.3 Uji Heteroskedastisitas**

Tujuan dari uji ini adalah untuk menilai apakah terdapat perbedaan pada varians residual di dalam data. Ketika varians residual stabil, kondisi ini dikenal dengan istilah homoskedastisitas. Namun, apabila varians tersebut menunjukkan fluktuasi, istilah yang digunakan adalah heteroskedastisitas. Menurut Ghozali (2021, p. 178), metode Glejser dapat digunakan untuk mendeteksi adanya

heteroskedastisitas, di mana nilai signifikansi yang melebihi 0,05 menunjukkan bahwa model regresi tidak terpengaruh oleh isu ini.

### **3.9.4 Analisis Regresi Linear Berganda**

Karena ada banyak variabel independen yang memengaruhi satu variabel dependen, penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Metode ini digunakan untuk menentukan seberapa kuat hubungan antara variabel-variabel tersebut dan arah keterkaitan mereka satu sama lain (Ghozali, 2021). Sebagai berikut, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan :

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

## **3.10 Uji Hipotesis**

### **3.10.1 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Sebagaimana dinyatakan oleh Ghozali (2021, hal. 147), metrik R Square yang Disesuaikan membantu menilai efektivitas model regresi dalam menggambarkan perubahan pada variabel dependen. Penilaian ini mempertimbangkan jumlah variabel independen yang ada. Nilai yang lebih tinggi menunjukkan pengaruh yang lebih signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, sementara nilai yang lebih rendah menunjukkan pengaruh yang lebih kecil.

### **3.10.2 Uji F (Anova)**

Pada ambang signifikansi 0,05, uji statistik F menguji efek kolektif dari variabel independen terhadap variabel dependen dalam kerangka regresi. Nilai F yang diperoleh dibandingkan dengan nilai F dari tabel yang berfungsi sebagai standar untuk penilaian model. Model dianggap dapat diterima ketika nilai F yang dihitung lebih besar dari nilai tabel atau ketika tingkat signifikansi lebih rendah dari 0,05. Sebaliknya, model ditolak jika

nilai F yang dihitung lebih kecil dari nilai tabel atau jika tingkat signifikansi lebih tinggi dari 0,05.

### **3.10.3 Uji T (Parsial)**

Berdasarkan penjelasan Ghozali (2021, p. 148), pengujian t dilakukan untuk mengukur pengaruh dari tiap variabel independen terhadap variabel dependen yang relevan. Penelitian ini menetapkan ambang signifikansi pada level 0,05.

