

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pendekatan itu sendiri memiliki proses analisis data yang akan menggunakan angka dan akan diolah dengan perhitungan statistik. Yang pasti, untuk menguji suatu hipotesis yang peneliti perkirakan pada bab satu, hipotesis tersebut tentunya disesuaikan dengan fenomena yang ada di sekitarnya.²⁵

Pendekatan kuantitatif sendiri sering dipahami sebagai penelitian yang mengandalkan sampel atau populasi tertentu untuk menghasilkan data yang valid. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel X (produk) dan variabel Y (keputusan pembelian) konsumen Rosa *Souvenir* Kediri.

Pada penelitian ini, digunakan jenis penelitian kausalitas, yang merupakan penelitian hubungan sebab-akibat. Tujuan utamanya adalah untuk memperoleh bukti terkait hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti. Melalui pendekatan kausalitas, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi variabel mana yang menjadi penyebab (variabel independen) dan variabel mana yang menjadi hasil akibat (variabel dependen). Pendekatan ini dapat memberikan pemahaman yang

²⁵ Suryani dan Hendradi, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2016), 109.

lebih dalam tentang faktor-faktor yang berkontribusi terhadap fenomena yang sedang diteliti.²⁶

B. Lokasi Penelitian

Untuk penelitian kali ini, peneliti menentukan lokasi penelitian pada Rosa *Souvenir* Kediri yang beralamat di Dusun Selotopeng RT 01 RW 02 Desa Banyakan Kecamatan Banyakan Kabupaten Kediri.

C. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.²⁷ Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independent atau bebas yang biasa disebutkan dengan variabel (X) yaitu produk dan keputusan pembelian yang dimana biasa disebut dengan variabel dependen atau terikat biasa disebut dengan variabel (Y).²⁸

1. Variabel Independen (bebas)

Variabel independent (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas merupakan penyebab perubahan variabel lain.²⁹ Variabel bebas dalam penelitian kali ini adalah produk. Produk

²⁶ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 37.

²⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 59.

²⁸ Winarmo, *Metodologi Penelitian dalam Pendidikan Jasmani*, (Malang, UM Press, 2011), 28

²⁹ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, (Bojonegoro: KBM Indonesia, 2022), 16-17

adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.³⁰

Tabel 3.1

Indikator Variabel X

Variabel	Indikator Variabel
Produk (X)	Kualitas
	Keanekaragaman
	Keunggulan
	Merk

Sumber : Kotler dan Keller (dalam skripsi Marza Afrina), 2017

2. Variabel Dependen (terikat)

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat merupakan akibat dari variabel bebas.³¹ Variabel dependen pada penelitian kali ini adalah keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan tahapan konsumen dalam proses pengambilan keputusan di mana konsumen benar-benar membeli.³²

³⁰ Eka Hendrayani dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021), 114

³¹ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, (Bojonegoro: KBM Indonesia, 2022), 17

³² Edwin Zusrony, *Perilaku Konsumen Di Era Modern*, (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2018), 38

Tabel 3.2**Indikator Variabel Y**

Variabel	Indikator Variabel
Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Kebutuhan
	Pencarian Informasi
	Evaluasi alternatif
	Keputusan Pembelian
	Perilaku Pasca Pembelian

Sumber : Zusrony, 2018

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merujuk pada suatu area umum yang mencakup benda atau objek yang memiliki sifat dan ciri tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti untuk tujuan penelitian, dengan niat untuk menarik kesimpulan yang relevan dari populasi tersebut.³³ Dalam penelitian bisnis, populasi didefinisikan sebagai sekelompok orang yang ingin mengetahui generalisasi hasil penelitian. Kelompok objek ini harus memiliki kesamaan ciri untuk membedakannya dengan kelompok objek lainnya, semakin sedikit ciri pendefinisian populasi maka akan semakin heterogen populasinya karena akan banyak karakteristik subjek yang

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 115

berbeda dalam populasi tersebut. Sebaliknya, semakin banyak fitur yang diperlukan subjek sebagai populasi, yaitu semakin spesifik karakteristik populasi, semakin homogen populasi tersebut.³⁴ Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen *Rosa Souvenir* Kediri dengan jumlah yang tak terbatas.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diwakili dan akan diuji, atau bagian dari beberapa karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang diwakili.³⁵ Pada penelitian ini, digunakan teknik pengambilan sampel *probability sampling*, yang merujuk pada teknik dimana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.³⁶

Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Menurut Riduwan, *simple random sampling* adalah suatu cara pengambilan sampel secara acak dari anggota suatu populasi tanpa memperhatikan kelas atau tingkatan yang ada dalam anggota populasi tersebut. Pendekatan ini dipilih ketika anggota populasi dianggap homogen atau memiliki kesamaan karakteristik.³⁷ Pemilihan sampel didasarkan pada pertimbangan bahwa identitas konsumen *Rosa Souvenir* Kediri tidak diketahui secara pasti.

³⁴ Gendro Wiyono, *3 in One Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*, (Yogyakarta, STIM YKPN Yogyakarta, 2011), 75

³⁵ *Ibid.*, 76

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Litbang*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 129.

³⁷ Riduwan, *Dasar Dasar Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 10

Tabel 3.3

**Tabel Penentuan Jumlah Sampel Isaac dan Michael Dari Populasi Tertentu
Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, dan 10%**

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	157	140	3000	543	312	248
20	29	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	103	97	1100	414	265	217	400000	663	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	133	122	1800	485	292	235	750000	663	348	271
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	237	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000 ∞	663 664	348 349	271 272

Sumber : Tabel Isaac dan Michael dalam buku Wiyono, 2011

Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan tabel Issac dan Michael di atas dengan tingkat kesalahan sebesar 5%. Berdasarkan tabel Issac dan Michael, diperoleh sampel untuk populasi tak terhingga sejumlah 349 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Jenis dan Sumber Data

Menurut sumbernya, data dibagi menjadi dua yaitu, data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung dari subjek, menggunakan alat ukur atau alat pengumpul data untuk menghimpun informasi yang dicari. Biasanya, data primer diperoleh melalui metode observasi langsung. Meskipun memiliki tingkat akurasi yang lebih tinggi, namun seringkali dianggap kurang efisien karena memerlukan sumber daya yang lebih besar untuk pengumpulan data tersebut.³⁸ Dalam penelitian ini, data primer yang menjadi jawaban diperoleh dari penelitian langsung melalui kuesioner yang dibagikan oleh responden, yang dinilai responden sesuai dengan pengalaman dan hubungannya dengan topik penelitian.

³⁸ Gendro Wiyono, *3 in One Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*, (Yogyakarta, STIM YKPN Yogyakarta, 2011), 131

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti melalui pihak lain dan tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitiannya. Data sekunder biasanya berupa dokumen atau data laporan yang sudah tersedia.³⁹ Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dari berbagai sumber antara lain buku, dokumen, jurnal, internet, artikel dan sumber lainnya dengan isi yang relevan dan sumber yang jelas berkaitan dengan penelitian.

2. Metode Pengumpulan Data.

Dalam penelitian ini penulis menyesuaikan objek penelitian dan menggunakan metode pengumpulan data yaitu metode kuisisioner. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden.⁴⁰ Metode ini bertujuan untuk menghasilkan daftar pertanyaan yang akan disajikan kepada responden dengan susunan yang terstruktur. Harapan peneliti dari metode ini adalah dapat diperolehnya data tentang sejumlah konsumen produk *Souvenir* dan yang berhubungan dalam pengambilan keputusan. untuk membeli produk tersebut.

Untuk mendapatkan hasil yang diharapkan tentang pengaruh produk terhadap keputusan pembelian maka dalam penelitian ini untuk mendapatkan data yang diharapkan harus melalui proses penyebaran

³⁹ Ibid., 131-132

⁴⁰ Ibid., 144

angket (kuisisioner) yang berisikan pertanyaan mengenai variabel (X) produk dan (Y) keputusan pembelian. Data yang diperlukan adalah data kuantitatif tentang penyebaran kuisisioner kepada para konsumen produk *Souvenir Rosa Souvenir Kediri*.

Selain itu, peneliti juga melakukan teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara untuk memperoleh sumber dengan isi yang relevan dan sumber yang jelas berkaitan dengan penelitian

3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dalam penelitian.⁴¹ Instrumen yang akan peneliti gunakan kali ini adalah angket (kuesioner) dengan fungsi mengumpulkan data terkait produk dan keputusan pembelian produk *souvenir* pada konsumen *Rosa Souvenir Kediri*.

F. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data kegunaannya sudah jelas yaitu guna menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang sudah tertera dalam proposal.⁴² Metode yang digunakan peneliti dalam menganalisis data menggunakan metode statistik. Teknik analisis data berupa angka-angka dengan menggunakan bantuan SPSS dengan langkah sebagai berikut:

⁴¹ I Komang Sukendra dan I Kadek Surya Atmaja, *Instrumen Penelitian*, (Pontianak: Mahameru Press, 2020), 2

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 426

1. Pemeriksaan data (*editing*)

Editing yaitu pemeriksaan data guna mengetahui catatan itu cukup baik atau tidak dan mempersiapkan untuk kebutuhan lainnya.⁴³

2. Pembuatan kode (*coding*)

Coding yaitu pada setiap data diberikan kode dengan kategori yang sama. Pengkodean dilakukan pada dua variabel yaitu:

- a. Variabel bebas (X), Produk
- b. Variabel terikat (Y), Keputusan Pembelian

3. Memberi skor (*scoring*)

Skala penilaian yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert, yang menunjukkan pada suatu pertanyaan mengenai tingkat kesetujuan dan ketidaksetujuan.

Tabel 3. 4

Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2

⁴³ Windi Risti Anindia, “Analisis Pengaruh Lokasi Usaha, Penetapan Harga Jual dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam”, (Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung, 2018), 85.

Sangat Tidak Setuju (STS)	1
---------------------------	---

4. Penyusunan tabel (*tabulating*)

Tabulating yaitu membuat tabel yang didalamnya berisi data yang telah diberi kode dengan analisis yang diperlukan. Jawaban-jawaban yang sama akan diklasifikasikan menurut prosedur.⁴⁴

5. *Processing*

Processing merupakan proses mengolah, menghitung dan menganalisis data dengan menggunakan statistik.⁴⁵ Berikut teknik analisisnya sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas yaitu suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan maupun keabsahan.⁴⁶ Uji validitas dilakukan dengan menghubungkan skor suatu item dengan skor total item. Untuk menilai kecocokan atau kelayakan suatu item yang digunakan, dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada tingkat signifikansi 0,05. Dengan kata lain, suatu item dianggap valid jika memiliki korelasi yang signifikan terhadap skor totalnya. Proses uji validitas ini dapat dilakukan menggunakan perangkat lunak dengan menerapkan Teknik analisis korelasi bivariante Pearson. Koefisien

⁴⁴ Iseini Suci Rahayu, "Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gethuk Lindri dan Tape Singkong (Studi pada Home Industri UD. Padhang Bulan Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri)", (Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis, IAIN Kediri, 2020), 52.

⁴⁵ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, "Metodologi Penelitian Kuantitatif", (Jakarta : Rajawali Pers, 2011), 171.

⁴⁶ Sunjoyo dkk, "Aplikasi SPSS untuk SMART Riset", (Bandung : ALFABETA, 2013), 38-39.

korelasi item-total dengan *bivariate pearson* dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:⁴⁷

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2] [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi item-total (*bivariate pearson*)

x = Skor item

y = Skor total

n = Banyaknya responden

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:⁴⁸

- 1) Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total, maka dinyatakan valid
- 2) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka instrument atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total, maka dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reabilitas yaitu indeks untuk menentukan alat ukur yang dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian reabilitas

⁴⁷ Gendro Wiyono, *3 in One Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*, (Yogyakarta: STIM YKPN Yogyakarta, 2011), 112

⁴⁸ Ibid., 113

menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Skala kemantapan alpha diinterpretasikan dengan :⁴⁹

- 1) Nilai 0,00-0,2 yaitu sangat kurang reliabel.
- 2) Nilai 0,21-0,4 yaitu kurang reliabel.
- 3) Nilai 0,41-0,6 yaitu cukup reliabel.
- 4) Nilai 0,61-0,8 yaitu reliabel.
- 5) Nilai 0,81-1,00 yaitu sangat reliabel

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas berguna menguji apakah kedua model regresi, variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal maupun tidak.

2) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merujuk pada korelasi yang terjadi antara residual dari satu observasi dengan observasi lainnya pada model regresi. Pengujian autokorelasi dapat menggunakan ukuran statistik yang dikenal dengan Durbin Watson. Tabel Durbin Watson adalah alat yang penting untuk mengambil keputusan. Menurut Singgih Santoso, pengambilan keputusan pada uji Durbin Watson adalah:

- a) Angka Durbin Watson di bawah -2 berarti terjadi autokorelasi positif.

⁴⁹ Diana Megayati Aula, “Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jamu (Studi Pada Ngejamu Ang Mojoroto Kota Kediri)”, (Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis, IAIN Kediri, 2022), 37-38

b) Angka Durbin Watson di antara $-2 < DW < +2$ berarti tidak terjadi autokorelasi.

c) Angka Durbin Watson di atas $+2$ berarti terjadi autokorelasi negatif.⁵⁰

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menentukan apakah terdapat penyimpangan dari asumsi klasik heterokedastisitas, yang mengindikasikan ketidakseragaman varians residual untuk semua pengamatan pada model regresi.⁵¹

d. Uji Korelasi (r)

Uji korelasi merupakan hubungan antara suatu analisa yang dirancang dengan tujuan untuk mengetahui kekuatan antara dua variabel atau lebih, dan tingkat pengaruhnya yaitu satu variabel antara variabel bebas dan variabel terikat. Untuk menganalisis uji korelasi maka dibutuhkan metode *Pearson Product Moment* dengan ketentuan dibawah ini:⁵²

1) Berdasarkan nilai signifikansi

a) Jika nilai signifikansi $< 0,005$ artinya terdapat korelasi

b) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ artinya tidak ada korelasi

⁵⁰ Singgih Santoso, *Mahir Statistik Parametrik: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS* (Jakarta: PT Elex Media Komputindi, 2019), 207

⁵¹ Gendro Wiyono, *3 in One Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*, (Yogyakarta, STIM YKPN Yogyakarta, 2011), 160

⁵² Agus Tri Basuki, *Penggunaan SPSS Dalam Statistik*, (Sleman: Danisa Media, 2014), 68

Tabel 3.5

Kriteria Koefisien Korelasi Nilai r

No.	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	0,81 – 1,00	Sangat kuat
2	0,61 – 0,8	Kuat
3	0,41 – 0,6	Sedang
4	0,21 – 0,4	Rendah
5	0,00 – 0,2	Sangat rendah

Sumber: Basuki, 2014

e. Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi Linier Sederhana didasari pada hubungan fungsional maupun kausal dari satu variabel independent dengan satu variabel dependen. Adapun persamaan regresi linier sederhana dituliskan:⁵³

$$Y = \alpha + \beta + e$$

Keterangan:

Y = variabel yang diprediksi

α = konstanta

β = koefisien regresi

e = kesalahan prediksi (error)

⁵³ Gendro Wiyono, 3 in *One Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*, (Yogyakarta, STIM YKPN Yogyakarta, 2011), 193

f. Uji Hipotesis

Ada dua cara atau metode dalam melakukan uji hipotesis dalam penelitian ini beberapa diantaranya adalah:⁵⁴

1) Uji t

Pengujian hipotesis berfungsi untuk melakukan pengujian pada hipotesis yang telah dirumuskan kaitannya dengan variabel independen secara individual pada variabel dependen. Cara pengujiannya dengan menghitung t_{hitung} dan t_{tabel} , kemudian dibawah merupakan kriteria yang telah ditetapkan dalam uji t:

- a) Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > t_{tabel}$, dapat diartikan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima
- b) Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < t_{tabel}$, dapat diartikan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

2) Koefesien Determinan (R^2)

Fungsi adanya koefesien determinasi adalah mampu memperhitungkan kemampuan sejauh mana variabel bebas X (Produk) dalam menjelaskan variabel terikat Y (Keputusan pembelian). Jika nilai R^2 berada antara 0 hingga 1 maka bisa disimpulkan semakin kuat kemampuannya untuk menjelaskan variabel dependen. Rumus yang dapat digunakan dalam melakukan perhitungan ini adalah:⁵⁵

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

⁵⁴ Sidik Pridana, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Tangerang: Pascal Book, 2021), 78

⁵⁵ Sugiyono, *Statistik untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 267