

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan judul yang disusun oleh peneliti yaitu pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian gamis dewasa di Kecamatan Papar Kabupaten Kediri, maka pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk deskripsi dengan menggunakan angka dan statistik.²⁶ Pendidikan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika. Pendekatan kuantitatif merupakan sebuah paradigma dalam penelitian yang memandang kebenaran sebagai sesuatu yang tunggal, obyektif, universal, dan dapat diverifikasi.²⁷

Berdasarkan pendekatan penelitian tersebut jenis penelitian yang akan digunakan adalah jenis penelitian *causalitas*. Penelitian *causalitas* digunakan untuk meneliti hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian *causalitas* variabel independen sebagai sebab dan variabel dependen sebagai akibat.²⁸

²⁶ Ibnu Hajar, *Dasar-Dasar Penelitian Kuantitatif dalam Pendidikan Metodologi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), 30.

²⁷ Purwanto, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), 164.

²⁸ Uber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: PT Rafika Aditama, 2009), 73.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi di definisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian.²⁹ Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.³⁰ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli gamis dewasa di SBG sablon dan konveksi dengan jumlah tidak terbatas.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.³¹ Pengambilan sampel dengan penelitian dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi sangat besar sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh data yang ada karena memerlukan biaya, waktu dan tenaga.³² Oleh sebab itu peneliti hanya menggunakan sebagian dari keseluruhan objek peneliti yang disebut sampel.

Sampel harus representatif, artinya mewakili populasi agar dapat diambil kesimpulan berupa generalisasi. Teknik Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau

²⁹ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 77.

³⁰ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 61.

³¹ Ibid, 62.

³² Malhotra, *Riset Pemasaran* (Jakarta: PT. Index, 2009), 54-58.

kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.³³

Salah satu teknik *probability sampling* yang digunakan oleh peneliti adalah dengan cara teknik *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* ini adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Jadi peneliti dapat memilih siapapun responden yang bersangkutan, dimana dan kapan saja ditemui agar dapat dijadikan sebagai elemen-elemen sampel dalam penelitian.

Tabel 3.1
Penentuan Jumlah Sampel 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	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
.
.
.
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000 ∞	663 664	348 349	271 272

Sumber: Sugiyono(1997: 65)

Pada penelitian ini tingkat kesalahan atau sampling error dalam menentukan sampel yaitu 5% dengan jumlah populasi tak terhingga. Dapat diketahui jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 349.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yaitu segala sesuatu yang ditetapkan dan dielajari oleh peneliti untuk memperoleh informasi yang kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi operasional menunjukkan variabel secara rinci tentang

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 122.

hal-hal yang akan dikerjakan peneliti untuk mengukur variabel. Penelitian ini dibagi menjadi dua variabel, yaitu:

1. Variabel Bebas

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat.³⁴ Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah Harga (X1) dan produk (X2). Penjelasan adalah sebagai berikut :

a. Produk

Produk adalah semua yang ditawarkan ke pasar agar diperhatikan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.³⁵ Indikator produk yaitu:

Tabel 3.2
Indikator Produk X₁

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Kualitas produk X ₁	Kinerja	Karakteristik yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut
	Keistimewaan tambahan	Menawarkan jasa pelayanan tambahan untuk memuaskan konsumen
	Kehandalan	Kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
	Kesesuaian produk	Kesesuaian produk yang akan mempengaruhi penampilan dan fungsi produk terhadap keinginan konsumen
	Daya tahan produk	Daya tahan untuk mengetahui berapa lama suatu produk dapat digunakan.
	Kemudahan perbaikan produk	Kemudahan perbaikan atas produk jika rusak
	Estetika produk	Penampilan produk untuk menarik kesan konsumen
	Ketepatan kualitas	Merefleksikan derajat ketepatan

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Litbang*, (Bandung: Alfabeta, 2019). 69.

³⁵ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip Pemasaran Edisi Ketiga Volume 1*, Jakarta: Erlangga, 1997), 47.

	prroduk	antara antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan
--	---------	---

Sumber: Philip Kotler dan Gary Armstrong (2006:266)³⁶

Indikator kualitas produk menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong ada 9 yaitu: kinerja produk, keistimewaan tambahan produk, kehandalan, kesesuaian produk, daya tahan produk, kemudahan perbaikan produk, estetika produk, serta ketepatan kualitas produk. Peneliti hanya mengambil 4 dari 8 produk tersebut karena menyesuaikan dengan produk yang akan diteliti yakni: keistimewaan produk, daya tahan produk, kemudahan perbaikan produk, dan ketepatan kualitas produk.

b. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarka konsumen untuk menerima manfaat dari produk atau jasa yang dibeli.³⁷ Indikator harga adalah:

Tabel 3.3
Indikator Harga (X₂)

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Harga (X ₂)	Harga yang terjangkau	Harga terjangkau oleh kemampuan daya beli konsumen
	Harga dengan kualitas	Harga yang sesuai dengan kualitas produk
	Daya saing harga	Harga memiliki daya saing dengan produk lain yang sejenis

Sumber: Philip Kotler dan Gary Armstrong (2006:260)³⁸

³⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 266.

³⁷ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Manajemen Pemasaran Vol.1*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), 430.

³⁸ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 260.

2. Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau hasil dari variabel bebas.³⁹ Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan pembelian produk (Y).

Keputusan pembelian adalah tahapan didalam proses pengambilan keputusan ketika konsumen sudah membeli suatu produk. Pada kegiatan pengambilan keputusan konssumen terlibat langsung untuk mendapatkan atau menggunakan barang yang akan dibeli.⁴⁰ Keputusan pembelian memiliki indikator sebagai berikut:

Tabel 3.4
Indikator Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Variabel Indikator	Deskripsi Indikator
Keputusan pembelian (Y)	Pengenalan kebutuhan	Kesadaran kebutuhan produk
	Pencarian informasi	Pencarian informasi produk dari orang lain
	Evaluasi alternatif	Membandingkan produk dengan produk <i>competitor</i>
	Keputusan pembelian	Melakukan pembelian terhadap produk
	Pelaku konsumen <i>pasca</i> pembelian	Perilaku kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap produk

Sumber: Philip Kotler dan Gary Armstrong (2006:267)⁴¹

D. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di SBG Konveksi dan Sablon yang terletak di sebelah toko alat listrik dan alat tulis Lokeswara Group Jalan WR. Supratman No.174 Kecamatan Papar Kabupaten Kediri.

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Litbang*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 69.

⁴⁰ Kotler dan Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran . Edisi 9, Volume 1*, (Jakarta: Indeks Group Gramedia, 2003), 227.

⁴¹ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 260

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dari responden dengan menggunakan alat ukur berupa kuesioner. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah konsumen SBG Konveksi dan Sablon. Data tersebut diperoleh dengan mengisi angket yang akan memperoleh hasil dari beberapa pernyataan mengenai variabel X_1 (kualitas produk), X_2 (harga), dan Y (keputusan pembelian).

2. Metode Pengumpulan Data

Suatu proses untuk mendapatkan data primer dalam penelitian disebut dengan pengumpulan data. Kegiatan ini penting dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.⁴² Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebarkan angket pada konsumen SBG Konveksi dan Sablon untuk mendapatkan data secara spesifik.

F. Instrument Penelitian

Instrument penelitian yaitu alat bagi peneliti untuk mencari informasi yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Pada penelitian ini menggunakan instrument berupa angket yang berisi pertanyaan mengenai variabel dalam penelitian yaitu harga, produk, dan keputusan.

⁴² Henni Hasnunnidah, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, 87.

G. Teknik analisis data

Analisis data merupakan proses menyederhanakan data kedalam bentuk yang lebih sederhana sehingga mudah dibaca dan diinterpretasikan.⁴³ Pada penelitian ini menggunakan program SPSS untuk analisis data. Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data yaitu:

1. Pemeriksaan Data (*Editing*)

Data yang masuk perlu diperiksa apakah terdapat kekeliruan-kekeliruan dalam engisiannya, barang kali ada yang tidak lengkap, palsu, tidak sesuai, dan sebagainya oleh karena itu diperlukan proses *editing*. Mengecek kelengkapan data, artinya memeriksa isi instrumen pengumpulan data (termasuk kelengkapan lembaran instrumen, barangkali ada yang terlepas atau sobek).⁴⁴

2. *Coding* dan *Categorizing*

Proses *coding* yaitu pemberian tanda atau simbol atau kode bagi tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Sedangkan kategori adalah penggolongan data yang ada pada daftar pertanyaan kedalam kategori variabelnya masing-masing.

Dalam penelitian ini, pengkodean dilakukan pada kedua variabel, yaitu variabel Harga, Produk dan Keputusan Pembelian.

- a. Untuk variabel pertama yaitu produk (X_1)
- b. Untuk variabel kedua yaitu harga (X_2)
- c. Untuk variabel kedua yaitu Keputusan Pembelian (Y)

⁴³ Masri Singarimbun, Sofiyon Efendi, *Metodologi Penelitian Survei* (Jakarta: Pustaka, 1990), 203.

⁴⁴ Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2008), 204-205.

1) Memberi skor (*Scoring*)

Scoring adalah proses pemberian skor pada hal-hal yang seharusnya dinilai, cara melakukannya yaitu dengan memberikan skor pada setiap lembar jawaban angket tiap subjek. Setiap butir pernyataan dari angket ditentukan menurut tingkatan pilihan:

- a) Sangat setuju (SS) : diberi skor 5
- b) Setuju (S) : diberi skor 4
- c) Netral (N) : diberi skor 3
- d) Tidak setuju (TS) : diberi skor 2
- e) Sangat tidak setuju (STS) : diberi skor 1

2) Penyusunan Tabel (*Tabulasi*)

Tabulasi adalah memasukkan rata-rata nilai angket sesuai dengan kategori yang telah ditentukan kedalam tabel sajian data maupun analisis data. *Tabulasi* adalah bagian terakhir dari pengolahan data. Maksud tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya.⁴⁵ Dalam penelitian ini tabulasi digunakan untuk memudahkan menghitung dan memasukkan data atau hasil perhitungan kedalam rumus.

3) Pengolahan (*Processing*)

Processing adalah proses dalam menghitung dan mengelola data berdasarkan statistik berikut:

⁴⁵ M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Pustaka Media, 2005), 168.

a) Uji Instrumen

1. Uji validitas

Digunakan untuk mengetahui apakah alat pengukur disusun secara valid atau tidak. Untuk melihat kevalidan tersebut dengan menggunakan teknik korelasi *pearson product moment*.⁴⁶

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

Keterangan:

r : koefisien toleransi pearson product moment.

x : skor untuk setiap item pertanyaan.

y : skor total.

n : jumlah responden.

Untuk mengetahui valid atau tidaknya skor setiap item peranyaan, ditetapkan kriteria statistik ebagai berikut:

1. Jika r hitung > r tabel, maka pertanyaan tersebut valid.
2. Jika r hitung < r tabel, maka pertanyaan tersebut tidak valid.
3. Tetapi jika r hitung > r tabel negatif, maka H₀ tetap ditolak dan H₁ diterima.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu ukuran yang memperlihatkan kepercayaan dan kehandalan dari alat pengukur. Instrument dikatakan reliabel jika konsisten dan memberikan penilaian

⁴⁶ Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Penerapannya*, (Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007), 136.

terhadap apa yang diukur.⁴⁷ Uji reliabilitas diukur menggunakan skala alpha crochbach, yaitu 0-1. Ukurannya adalah:

1. Nilai alpha 0,00-0,2 menunjukkan kurang reliabel.
2. Nilai alpha 0,21-0,4 menunjukkan gak reliabel.
3. Nilai alpha 0,41-0,6 menunjukkan cukup reliabel.
4. Nilai alpha 0,61-0,8 menunjukkan reliabel.
5. Nilai alpha 0,81 hingga 1,00 menunjukkan reliabel.⁴⁸

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel terikat dan variabel bebas berdistribusi normal dalam suatu model regresi. Untuk melihat data memiliki distribusi normal atau tidak dilakukan dengan melihat nilai skewness dan kurtosis. apabila nilai rasio skewness dan kurtosis berada diantara -2 sampai 2 maka ikatan data tersebut memiliki distribusi normal.⁴⁹

b. Uji Multikonieritas

Dilakukan uji multikonieritas untuk mengetahui ada tidaknya variabel bebas yang memiliki kemiripan antar variabel bebas dalam satu model. Jika terdapat kesamaan maka akan menimbulkan korelasi yang sangat kuat. Uji multikornieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance*

⁴⁷ Purbayu Budi Santoso dan Ashari, *Analisis dengan Microsoft Exel dan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 251.

⁴⁸ Agus Eko Sujianto, *Menerapkan Statistika dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustakarya, 2009), 97.

⁴⁹ Husain Usman R, Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006)

value dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai *tolerance* yang digunakan sebagai pegangan dalam mengambil keputusan adalah:

1. Jika nilai VIF lebih kecil 10.000 terjadi multikolinieritas
2. Jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10.000 tidak terjadi multikolinieritas.⁵⁰

c. Uji heteroskedastisitas

Digunakan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas dengan melihat grafik *scatterplot* seperti dibawah ini:⁵¹

- 1) Apabila titik-titik membentuk pola tertentu seperti bergelombang, melebar, menyempit maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Apabila titik-titik tidak terlihat pola yang jelas seperti menyebar diatas dan bawah maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji autokorelasi

Uji korelasi ini merupakan uji regresi, artinya nilai variabel dependen tidak mempengaruhi variabel itu sendiri.

Durbin Watson (DW) digunakan untuk mendeteksi adanya

⁵⁰ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 66.

⁵¹ Wiratman Sujarweni, *SPSS Pembelajaran Mudah Untuk Mahasiswa dan Riset Umum*, (Jakarta: Ardana Media, 2008), 180.

gejala autokorelasi dalam penelitian ini. Penentuan dalam uji Durbin Watson (DW) antara -2 dan +2 maka tidak terjadi autokorelasi. Kriteria Durbin Watson (DW) dijelaskan dibawah ini:

- 1) Apabila DW lebih kecil dari dl atau lebih besar dari (4-dl) maka terjadi autokorelasi.
- 2) Apabila DW antara du dan (4-du) maka tidak ada autokorelasi.
- 3) Apabila DW terletak antara dl dan du atau antara (4-du) dan (4-dl), ini tidak mengarah pada kesimpulan yang pasti.

e. Uji Korelasi Berganda

Korelasi ini bertujuan untuk mencari arah kekuatan hubungan antara dua variabel bebas (X) atau lebih secara simultan dengan variabel terikat (Y). Uji korelasi ganda menurut rumus berikut:⁵²

$$r_{x_1x_2y} = \sqrt{\frac{r^2_{x_1y} + r^2_{x_2y} - 2.r_{x_1y}.r_{x_2y}.r_{x_1x_2}}{1 - r^2_{x_1x_2}}}$$

keterangan:

$r_{x_1x_2y}$: Korelasi antara variabel x_1 dan x_2 secara bersamaan.

$r^2_{x_1y}$: Korelasi product moment antara X_1 dan Y

$r^2_{x_2y}$: Korelasi product moment antara X_2 dan Y

$r_{x_1x_2}$: Korelasi product momen antara X_1 dan X_2

x_1 : Variabel bebas (produk)

x_2 : Variabel bebas (harga)

⁵² Ridwan, *Statistika Dasar* (Bandung: Alfabeta, 2013), 238.

y : Variabel terikat (keputusan pembelian)

Untuk menginterpretasikan koefisien korelasi, dapat menggunakan tabel berikut sebagai panduan :⁵³

Tabel 3.4
Pedoman untuk Menafsirkan Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,000-0,199	Sangat rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2019: 248)

4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan suatu metode analisis yang melibatkan satu atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat. Analisis ini dilakukan jika jumlah variabel independen minimal adalah 2.⁵⁴ Model analisis regresi berganda terlihat seperti ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (keputusan pembelian)

X₁ : Produk

X₂ : Harga

a : Konstanta

b₁ : Koefisien regresi untuk variabel 1 produk

b₂ : Koefisien regresi untuk variabel 1 harga

⁵³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Litbang, (Bandung: Alfabeta, 2019), 248.

⁵⁴ Sugiyono, *Statistika Riset*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 277.

5. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

Kriteria dan aturan saat pengujian yaitu:

1. H_0 diterima jika $f_{hitung} \leq f_{tabel}$
2. H_0 ditolak jika $f_{hitung} \geq f_{tabel}$

Dengan membandingkan f_{hitung} dengan f_{tabel} , maka dapat ditentukan apakah H_0 diterima atau ditolak.⁵⁵

b. Uji t

Uji t yang dilakukan dalam penelitian ini digunakan untuk menguji secara persial pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$, maka H_0 diterima.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variabel dependen. Kriteria uji $R^2 = 0$, yang berarti variabel bebas tidak berpengaruh sama sekali terhadap variabel terikat. Jika R^2

⁵⁵ Damondar Gurajati, *Dasar-dasar Ekonometrika*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 193.

semakin mendekati 1 maka variabel independen mempunyai pengaruh yang kuat terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki rumus:

$$\mathbf{R^2 = r^2 \times 100\%}$$

Keterangan:

R^2 : nilai koefisien determinasi

r : nilai koefisien korelasi