

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian dalam suatu penelitian bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menyelesaikan penelitian tersebut. Penelitian ini menggunakan rancangan yang bersifat kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara menganalisis hubungan antar variabel. Variabel-variabel tersebut diukur sehingga data yang berupa angka dapat diuji menggunakan prosedur statistik.<sup>59</sup> Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>60</sup>

#### B. Lokasi Penelitian

Objek penelitian bertempat di CV Bumi Pandji Batik Lochatara yang beralamat di Jl. Kenanga No.07/02, Jajar, Kec. Wates, Kabupaten Kediri.

#### C. Definisi Operasional Variabel

Variabel merupakan sesuatu yang berbentuk atau bersifat segala hal yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian disimpulkan.<sup>61</sup> Variabel yang terdapat pada penelitian ini meliputi:

##### 1. Variabel *Independent* atau bebas

---

<sup>59</sup> Creswell, John W., “*Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*”, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012).

<sup>60</sup> Azuar Juliandi, et. al, “*Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep Dan Aplikasi : Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*”, (Medan: UMSU Press, 2014), hlm 13.

<sup>61</sup> Sugiyono, “*Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*”, (Bandung: ALFABETA, 2019).

Variabel *independent* yaitu variabel yang berpengaruh atau menjadi penyebab perubahannya atau munculnya variabel *dependent*.<sup>62</sup> Dalam penelitian ini, variabel *independent* yang digunakan adalah desain produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ), sebagai berikut:

a) Variabel Desain Produk ( $X_1$ )

**Tabel 3.1**  
**Indikator Desain Produk**

| Variabel                | Indikator  |
|-------------------------|--|
| Desain Produk ( $X_1$ ) | 1. Variasi desain<br>2. Model terbaru<br>3. Desain mengikuti trend |

Sumber : Ariella (2018)

b) Variabel Harga ( $X_2$ )

**Tabel 3.2**  
**Indikator Harga**

| Variabel        | Indikator  |
|-----------------|--|
| Harga ( $X_2$ ) | 1. Keterjangkauan harga<br>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk<br>3. Daya saing harga<br>4. Kesesuaian harga dengan manfaat |

Sumber : Sarry Shartykarini (2016)

2. Variabel *Dependent* atau terikat

Variabel *dependent* yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent*.<sup>63</sup> Variabel *dependent* pada penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

**Tabel 3.3**  
**Indikator Keputusan Pembelian**

<sup>62</sup> Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif”, (Bandung: Alfabeta, 2022).

<sup>63</sup> Sugiyono, “Statistika Untuk Penelitian”, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal 39.

| Variabel                | Indikator  |
|-------------------------|--|
| Keputusan Pembelian (Y) | 1. Kemantapan pada sebuah produk<br>2. Kebiasaan dalam membeli produk<br>3. Memberikan rekomendasi pada orang lain<br>4. Melakukan pembelian ulang |

Sumber : Kotler dan Keller (2020)

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi adalah objek atau subjek yang memiliki ciri khas tertentu sesuai dengan persoalan penelitian maupun total individu pada batasan yang hendak diteliti.<sup>64</sup> Populasi pada penelitian ini merupakan konsumen di CV Bumi Pandji Batik Lochatara dengan jumlah yang tidak terbatas.

##### 2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang dipilih menggunakan teknik atau metode tertentu untuk dianalisis, dan hasilnya diterapkan sebagai representasi dari populasi secara keseluruhan.<sup>65</sup> Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah probability sampling, yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel.<sup>66</sup>

Sampel dalam penelitian ini merupakan sekelompok konsumen yang pernah membeli produk batik di CV Bumi Pandji Batik Lochatara Kediri. Mengingat banyaknya konsumen yang telah

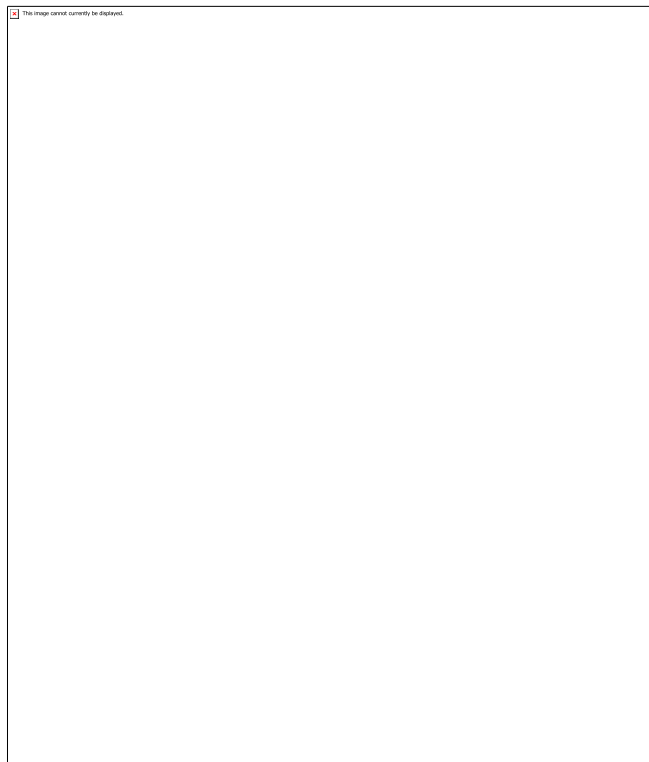
<sup>64</sup> Ibid., 80.

<sup>65</sup> Suryani dan Hendryadi, "*metode Riset Kuantitatif : Teori dan Aplikasi Pada Peneitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*", (Jakarta : Kencana, 2015), hlm 192.

<sup>66</sup> Sugiyono, "*Statistika Untuk Penelitian*", (Bandung Alfabeta, 2012), hlm 63.

membeli produk batik di CV Bumi Pandji Batik Lochatara Kediri tidak dapat diketahui dengan pasti, maka penetapan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan tabel *Issac* dan *Michael*, dengan populasinya yang tidak terhingga serta tingkat kesalahan sebesar 5%. Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 349.

**Gambar 3.1**  
**Tabel Sampel Issac & Michael**



Sumber: [https://diditnote.blogspot.com/2013/04/tabel-isaac-dan-michael\\_8394.html?m=1](https://diditnote.blogspot.com/2013/04/tabel-isaac-dan-michael_8394.html?m=1)<sup>67</sup>

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Sumber Data dan Jenis Data**

Sumber data dapat dibagi menjadi 2 jenis, yaitu data sekunder dan data primer. Dalam penelitian ini, digunakan sumber data

---

<sup>67</sup> [https://diditnote.blogspot.com/2013/04/tabel-isaac-dan-michael\\_8394.html?m=1](https://diditnote.blogspot.com/2013/04/tabel-isaac-dan-michael_8394.html?m=1), 26 Desember 2024, 20.00.

primer. Data primer diperoleh langsung dari subjek penelitian sebagai sumber utama informasi yang dibutuhkan.<sup>68</sup> Adapun jenis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah data primer.

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden menggunakan instrumen pengukuran berupa kuesioner (angket).<sup>69</sup> Sumber data dalam penelitian ini merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian produk kain batik di CV Bumi Pandji Batik Lochatara. Data primer dikumpulkan melalui pengisian kuesioner oleh responden, yang menghasilkan sejumlah pernyataan terkait variabel  $X_1$  (desain produk),  $X_2$  (harga) serta  $Y$  (keputusan pembelian).

## 2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau langkah-langkah yang dapat dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh data. Peneliti dapat memilih salah satu metode atau mengombinasikan beberapa teknik pengumpulan data, seperti kuesioner, wawancara, observasi, tes, dokumentasi, dan metode lainnya.<sup>70</sup> Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan cara menyebar kuisisioner (angket) secara *online* maupun *offline* kepada konsumen kain batik di CV Bumi Pandji Batik Lochatara, wawancara, pengamatan, dan dokumentasi.

---

<sup>68</sup> Sugiyono, “*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*”, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm 137.

<sup>69</sup> Eko Putro Widoyoko, “*Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*”, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), hlm 33.

<sup>70</sup> Riduwan, “*Skala Pengukuran Variable-Variabel Penelitian*”, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm 24.

## F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan media yang dimanfaatkan peneliti untuk menguji, menghimpun, menganalisa, dan menyelidiki suatu permasalahan yang akan dikaji. Pada penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan yaitu angket. Susunan pertanyaan dalam angket pada penelitian ini berhubungan dengan desain produk, harga dan keputusan pembelian produk kain batik konsumen CV Bumi Pandji Batik Lochatara.

## G. Teknik Analisis Data

Analisis dalam penelitian kuantitatif dilakukan dengan menggunakan metode statistik. Dalam proses analisis data, terdapat langkah-langkah utama yang harus diikuti, meliputi :

### 1. Proses *Editing*

Melakukan verifikasi data yang terkumpul dilakukan untuk memastikan tidak adanya kesalahan dalam pengisian, kekurangan data, atau hal lainnya.

### 2. *Coding* dan *Categorizing*

Pemberian kode pada setiap data yang masuk ke dalam kategori dilakukan untuk identifikasi. Kode ini terdiri dari kombinasi huruf dan angka yang berfungsi sebagai identitas untuk informasi data yang diteliti. *Categorizing* adalah proses pengelompokan data ke dalam kategori variabel yang sesuai dengan daftar pertanyaan yang ada.<sup>71</sup>

---

<sup>71</sup> Iqbal Hasan, “*Analisis Data Penelitian Dengan Menggunakan Statistik*”, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004), 24.

### 3. *Scoring* (memberi skor)

Pemberian skor pada jawaban dari kuesioner yang telah dibagikan. Dalam penelitian ini, penilaian menggunakan skala *Likert* yaitu:

- Sangat setuju : 5
- Setuju : 4
- Netral : 3
- Tidak setuju : 2
- Sangat tidak setuju : 1

### 4. Penyusunan Tabel

Tabulating adalah proses input data ke dalam tabel yang telah disiapkan guna tujuan perhitungan statistik.. Data yang diperoleh dikelompokkan dengan tepat, kemudian dihitung dan dijumlahkan berapa komponen yang masuk dalam jenis.<sup>72</sup>

### 5. *Processing*

Memproses, meneliti, dan menghitung data dengan menggunakan perangkat lunak statistik. Berikut langkah-langkah *processing* :

#### a. Metode Uji Instrumen

##### 1) Uji Validitas

---

<sup>72</sup> Dhian Tyas Untari, *Metodologi Penelitian : "Penelitian Kontemporer Bidang Ekonomi dan Bisnis"*, (Banyumas: Pena Persada, 2018), 44.

Uji Validitas berguna sebagai penilai apakah alat pengukur telah disusun dengan validitas yang tepat atau tidak. pengujian yang diukur untuk menunjukkan tingkat keabsahan maupun kevalidan.<sup>73</sup> Agar dapat dinyatakan valid atau tidaknya maka dapat menggunakan rumus berikut:<sup>74</sup>

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

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *pearson product moment*

x = Skor setiap pertanyaan atau item

y = Skor total

n = Jumlah responden

## 2) Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas yaitu membantu dalam menentukan keandalan instrumen yang ada. Dengan menggunakan metode analisis yang dibuat oleh *Cronbach's Alpha*.<sup>75</sup> Dengan demikian dapat diambil keputusan: jika *alpha* positif dan *alpha* > dari 0,7 maka variabel tersebut reliabel. Jika *alpha* negatif dan *alpha* < 0,7 maka variabel tersebut tidak reliabel.

### b. Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

<sup>73</sup> Sunjoyo dkk, “Aplikasi SPSS untuk SMART Riset”, (Bandung: ALFABETA, 2021), 38-39.

<sup>74</sup> Ibid., 41.

<sup>75</sup> Adolf. O. S. Lunalu, “Pengaruh Produk, Harga dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Riko”, (Jurnal Ekonomi, Vol. 18, No. 1, 2018), 50.



Uji normalitas data dilakukan untuk menentukan apakah data pada variabel memiliki distribusi normal atau tidak. Jika analisis memakai metode parametrik, maka syarat normalitas harus dipenuhi, yaitu data harus berdistribusi normal. Apabila data tidak berdistribusi normal, metode alternatif yang dapat digunakan adalah statistik nonparametrik.<sup>76</sup> Dengan menerapkan uji statistik nonparametrik *Kolmogorov-Smirnov*, apabila nilai probabilitas lebih besar dari 0,05, maka distribusi dianggap normal<sup>77</sup>.

## 2) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merujuk pada kondisi di mana terdapat ketidaksamaan varian dari residual untuk setiap pengamatan dalam model regresi. Hal ini menunjukkan bahwa varians dari setiap *error* bersifat heterogen, yang berarti melanggar asumsi klasik yang mengharuskan varians *error* bersifat homogen. Model regresi yang baik adalah yang bebas dari masalah heteroskedastisitas.<sup>78</sup>

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser*, yaitu dengan mengkorelasikan nilai absolut residual dengan setiap variabel independen.

---

<sup>76</sup> Dwi priyatno, “*seri CD software olah data statistic dengan program pspp*”, (Yogyakarta: MediaKom, 2013), 37.

<sup>77</sup> Ibid., 37.

<sup>78</sup> Ibid., 55.

Apabila nilai signifikansi pada uji t kurang dari 0,05, maka model regresi mengalami masalah heteroskedastisitas.<sup>79</sup>

### 3) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk memeriksa ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel *independent* dalam model regresi linier berganda. Alat statistik yang sering digunakan untuk menguji adanya gangguan multikolinearitas adalah.<sup>80</sup>

- a. Apabila nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan VIF (*Variance Inflation Factors*) kurang dari 10,00 maka tidak terdapat multikolonieritas.
- b. Jika nilai koefisien determinasi,  $R^2$  atau *Adjusted*  $R^2$  diatas 0,60 tetapi tidak ada variabel *independent* yang berpengaruh terhadap variabel *dependent*, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolinearitas.

### 4) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk memeriksa apakah terdapat korelasi antara variabel gangguan pada periode tertentu (periode t) dengan variabel gangguan pada periode sebelumnya (periode t-1).<sup>81</sup> Uji autokorelasi dapat

<sup>79</sup> Duwi Priyatno, “*Olah Data Statistik dengan Program PSPP*”, (Yogyakarta: 2013), Cet ke-1, 55.

<sup>80</sup> Sunjoyo dkk, “*Aplikasi SPSS untuk SMART Riset*”, (Bandung: Alfabeta, 2021), 65.

<sup>81</sup> Yeri Sutopo dan Achmad Slamet, “*Statistika Inferensial*”, (Yogyakarta : ANDI, 2017), hlm 102.

diterapkan menggunakan uji Durbin Watson. Kriteria Durbin-Watson adalah sebagai berikut<sup>82</sup>:

- a. Jika  $0 < d < d_L$  maka terjadi autokorelasi positif
  - b. Jika  $d_L < d < d_U$  berarti tidak ada kepastian terjadi (ragu-ragu)
  - c. Jika  $4 - d_L < d < 4$  maka terjadi autokorelasi negatif
  - d. Jika  $4 - d_U < d < 4 - d_L$  maka tidak ada kepastian (ragu-ragu)
  - e. Jika  $d_U < d < 4 - d_U$  berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif.
- c. Uji Korelasi Berganda

Uji korelasi berganda bertujuan untuk mengetahui keterkaitan antara 2 variabel *independent* (X) dan variabel *dependent* (Y) yang sedang diteliti. Rumus yang digunakan yaitu<sup>83</sup>:

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

Keterangan

$r_{x_1x_2y}$  = korelasi ganda (*multiplecorrelate*)

$r_{x_1y}$  = korelasi *Product Moment* antara  $X_1$  dan Y

$r_{x_2y}$  = korelasi *Product Moment* antara  $X_2$  dan Y

$r_{x_1x_2}$  = korelasi *Product Moment* antara  $X_1$  dan  $X_2$

<sup>82</sup> Wiratman Sujarweni, “Belajar Mudah SPSS Penelitian Mahasiswa Dan Umum”, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm 110-111.

<sup>83</sup> Ridwan, “Dasar-dasar statistika”, (Bandung: Alfabeta, 2017), 238

$X_1$  = variabel bebas (desain produk)

$X_2$  = variabel bebas (harga)

$Y$  = variabel terikat (keputusan pembelian).

d. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Arah dan besarnya pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent* dapat dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda dengan rumus yaitu:<sup>84</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

$a$  = konstanta

$b$  = nilai koefisien regresi

$Y$  = variabel terikat (keputusan pembelian)

$X_1$  = variabel bebas (desain produk)

$X_2$  = variabel bebas (harga)

$e$  = variabel *error* (kesalahan)

e. Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial terhadap variabel *dependent*.<sup>85</sup> Dalam penelitian ini, terdapat 2 variabel *independent* yaitu desain dan harga, di mana nilai  $t_{hitung}$  dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

---

<sup>84</sup> Sugiyono, “*Statistika*”, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm 275.

<sup>85</sup> Duwi Priyatno, “*Olah Data Statistik Dengan Program PSPP*”, (Yogyakarta: MediaKom, 2013), 137.

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

r : Koefisien korelasi

n : Banyaknya sampel

- a) Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima
- b) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak

## 2) Uji F

Saat menentukan pengaruh simultan faktor-faktor *independent* terhadap variabel *dependent*, uji F sangat membantu. Tahapan uji F yaitu:

- a) Menentukan hipotesis  
 $H_a$  = artinya variabel desain produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
- b) *Label of signification*  $\alpha = 0,05$
- c) Menentukan  $F_{hitung}$
- d) Menentukan  $F_{tabel}$   

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%,  $\alpha=5\%$ ,  
df pembilangan  $k-1=3-1=2$  dan penyebut  $n-k$
- e) Kriteria dan aturan pengujian

1. Apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau taraf signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
  2. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau taraf signifikan  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.<sup>86</sup>
- f) Membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , maka dapat ditemukan apakah  $H_a$  diterima atau ditolak.
- 3) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variabel *dependent*. Kriteria pengujian  $R^2 = 0$ , menunjukkan bahwa variabel *independent* tidak berpengaruh sama sekali terhadap variabel *dependent*. Semakin  $R^2$  mendekati 1, semakin kuat pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Perhitungannya dapat dilakukan dengan rumus berikut :<sup>87</sup>

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

Keterangan:

$R^2$  = koefisien determinasi

$r^2$  = koefisien korelasi.

---

<sup>86</sup> Irham Fahmi, “Teori dan Teknik Pengambilan Keputusan”, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), 88.

<sup>87</sup> Gouzali Saydam, “Manajemen Sumber Daya Manusia Suatu Pendekatan Mikro”, (Jakarta: Djambatan, 2019), 91.