

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancang Penelitian

Dalam perencanaan penelitian ini menggunakan rancang penelitian kuantitatif, adalah penelitian yang hasil penelitiannya digambarkan dengan menggunakan angka dan statistik. Sedangkan jenis penelitiannya menggunakan penelitian kausalitas, yaitu penelitian yang menggambarkan sebab akibat. Sehingga peneliti dapat melihat mana variabel yang dipengaruhi atau mempengaruhi.¹

B. Definisi Operasional Variabel

Variabel yaitu segala sesuatu yang ditetapkan dan dipelajari oleh peneliti untuk memperoleh informasi yang kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi operasional menunjukkan variabel secara rinci tentang 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.² Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah Harga (X1) dan Produk (X2). Penjelasananya adalah sebagai berikut:

a. Harga

¹ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2012). 37.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Litbang*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 69.

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan konsumen untuk menerima manfaat dari produk atau jasa yang dibeli.³ Indikator harga adalah:

Tabel 3.1
Indikator Harga (X1)

Variabel	Indikator
Harga (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga yang terjangkau 2. Harga yang sesuai dengan kualitas produk 3. Daya Saing Harga 4. Penyesuaian harga dengan manfaat

Sumber: Kotler dan Armstrong

b. Produk

Produk adalah semua yang ditawarkan ke pasar agar diperhatikan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.⁴ Indikator produk yaitu:

Tabel 3.2
Indikator Produk (X2)

Variabel	Indikator
Produk (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tampilan Produk 2. Warna 3. Porsi 4. Rasa 5. Aroma

Sumber: West, Wood dan Harger

2. Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau hasil dari variabel bebas⁵. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan pembelian produk (Y).

³Philip Kotler dan Gary Armstrong, Manajemen Pemasaran Vol. 1, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), 430.

⁴Philip Kotler dan Gary Armstrong, Prinsip Pemasaran Edisi Ketiga Volume I, (Jakarta: Erlangga, 1997), 47.

Keputusan pembelian adalah tahapan di dalam proses pengambilan keputusanketika konsumen sudah membeli suatu produk. Pada kegiatan pengambilan keputusan konsumen terlibat langsung untuk mendapatkan atau menggunakan barang yang akan dibeli.⁶ Keputusan pembelian memiliki indikator sebagai berikut:

Tabel 3.3
Indikator Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	1. Identifikasi kebutuhan 2. Mencari informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian 5. Tindakan pasca membeli

Sumber: Phillip Kotler dan Gary Amstrong

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di Teh Poci Mbak Wulan yang terletak di depan Plaza Telkom Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Murti Sumarmi dan Salamah menyatakan bahwa populasi adalah seluruh objek yang diteliti, yang didalamnya terdapat individu yang jumlahnya terbatas atau tidak terbatas.⁷Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *jasmine tea* di Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri dengan jumlah tidak terbatas.

⁵Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Litbang, (Bandung: Alfabeta, 2019), 69.

⁶Kotler dan Armstrong, Dasar-dasar Pemasaran. Edisi 9, Volume 1, (Jakarta: Indeks Grup Gramedia, 2003), 227.

⁷Murti Sumarmi dan Salamah Wahyuni, Metodologi Penelitian Bisnis, (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), 69.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti serta bisa mewakili populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dimana anggota populasi diberi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.⁸ Karena populasinya besar dan tidak terbatas, pengambilan sampel dilakukan secara acak. Hal ini dilakukan karena keterbatasan tenaga, waktu, dan sumber keuangan tidak memungkinkan untuk meneliti semua yang ada dalam populasi, sehingga digunakan sampel dari populasi tersebut.⁹

Pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan bahwa konsumen adalah konsumen *jasmine tea* di Poci Teh Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri tidak diketahui secara pasti. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan tabel Issac dan Michael dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10%.¹⁰

Tabel 3.4
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
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254

⁸Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Litbang, (Bandung: Alfabeta, 2019), 129.

⁹Malthora, Riset Pemasaran, (Jakarta: PT Index, 2009), 54-58.

¹⁰ Sugiyono, Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendidikan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D), (Bandung: Alfabeta, 2010), 128.

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
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	563	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	105	97	1050	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1100	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1200	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1300	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1400	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1500	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1600	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1700	485	292	235	750000	663	348	271
230	171	139	125	1800	492	294	237	800000	663	348	271

240	176	142	127	1900	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2000	510	301	241	900000	663	348	271
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 jumlah sampel yaitu 5% dengan jumlah populasi tak terhingga. Dari tabel di atas dapat diketahui jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 349.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber data

Dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer, yaitu data yang dikumpulkan langsung dari responden dengan menggunakan alat ukur berupa kuesioner. Adapun sumber data dalam penelitian ini ialah konsumen *jasmine teapada* Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri. Data tersebut diperoleh dengan mengisi angket yang akan memperoleh hasil dari beberapa pernyataan mengenai variabel X_1 (harga), X_2 (kualitas produk), 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.¹¹ Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebar angket pada konsumen

¹¹Neni Hasnunnidah, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, 87.

jasmine tea pada Teh Poci Mbak Wulan Jalan Hayam Wuruk Kota Kediri 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 instrumen berupa angket yang berisi pertanyaan mengenai variabel dalam penelitian yaitu harga, produk, dan keputusan pembelian.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih sederhana sehingga mudah dibaca dan diinterpretasikan.¹²Pada penelitian ini menggunakan program SPSS untuk analisis data. Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data:

1. Bersihkan Data (*Editing*)

Data yang diterima dari responden harus diperiksa untuk mengetahui apakah ada kesalahan dalam pengisiannya, mungkin tidak sesuai, tidak lengkap, dll. Kegiatan mengoreksi data ini disebut editing.

2. Memberikan Tanda Kode (*Coding*)

Setelah data dibersihkan kemudian masuk ke dalam proses selanjutnya yaitu *coding*, ialah memberi kode pada setiap data dalam kategori yang sama. Kode berfungsi untuk memberikan petunjuk pada data atau informasi yang akan dianalisis, yang berupa angka dan huruf.

¹²Masri Singarimbun, Sofyan Efendi, Metodologi Penelitian Survei (Jakarta: Pustaka, 1990), 203.

3. 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

4. Penyusunan Tabel

Penyusunan tabel adalah membuat tabel yang berisi data-data penelitian yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan.

5. Pengolahan (*Processing*)

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

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*.¹³

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

¹³Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar dan Penerapannya*, (Jakarta: Kencana Prenadana Media Group, 2007), 136

Keterangan:

r : Koefisien korelasi pearson product moment

x : Skor untuk setiap item pertanyaan

y : skor total

n : jumlah responden

Untuk mengetahui valid atau tidaknya skor setiap item pertanyaan, ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut:

- a) Jika r hitung $>$ r tabel, maka pertanyaan tersebut valid.
- b) Jika r hitung $<$ r tabel, maka pertanyaan tersebut tidak valid.
- c) Tetapi jika r hitung $>$ r tabel negatif, maka H_0 tetap ditolak dan H_1 diterima.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu ukuran yang memperlihatkan kepercayaan dan kehandalan dari alat pengukur. Instrumen dikatakan reliabel jika konsisten dalam memberikan penilaian terhadap apa yang diukur.¹⁴ Uji reliabilitas diukur menggunakan skala alpha Crochbach, yaitu 0-1. Ukurannya adalah:

- a) Nilai alpha 0,00-0,2 menunjukkan kurang reliabel
- b) Nilai alpha 0,21-0,4 menunjukkan agak reliabel
- c) Nilai alpha 0,41-0,6 menunjukkan cukup reliabel
- d) Nilai alpha 0,61-0,8 menunjukkan reliabel
- e) Nilai alpha 0,81 hingga 1,00 menunjukkan reliabel.¹⁵

b. Uji Asumsi Klasik

¹⁴Purbayu Budi Santoso dan Ashari, Analisis dengan Microsoft Excel dan SPSS, (Yogyakarta: Andi, 2005), 251.

¹⁵Agus Eko Sujianto, Menerapkan Statistika dengan SPSS 16.0, (Jakarta: Prestasi Pustakarya, 2009).

1) 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 dikatakan data tersebut memiliki distribusi normal.¹⁶

2) uji multikolinieritas

Dilakukan uji multikolinieritas 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 multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance value* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai *tolerance* yang digunakan sebagai pegangan dalam mengambil keputusan adalah:

- a) jika nilai VIF lebih kecil 10,00 terjadi multikolinieritas
- b) jika nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10,00 tidak terjadi multikolinieritas.¹⁷

3) 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 di bawah ini:¹⁸

¹⁶Husain Usman R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006)

¹⁷ Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom,2008), 66.

¹⁸ Wiratman Sujarweni, *SPSS Pembelajaran Mudah Untuk Mahasiswa dan Riset Umum*, (Yogyakarta: Ardana Media,2008), 180.

- a) Apabila titik-titik membentuk pola tertentu seperti bergelombang, melebar, menyempit, maka terjadi heteroskedastisitas.
- b) Apabila titik-titik tidak terlihat pola yang jelas seperti menyebar di atas dan bawah maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4) uji autokorelasi

Uji korelasi ini merupakan uji regresi, artinya nilai variabel dependen tidak mempengaruhi variabel itu sendiri. Durbin Watson (DW) digunakan untuk mendeteksi adanya gejala autokorelasi dalam penelitian ini. Penentuan dalam uji Durbin Watson (DW) adalah ketika nilai Durbin Watson (DW) antara -2 dan +2 maka tidak terjadi autokorelasi. Kriteria Durbin Watson (DW) dijelaskan di bawah ini:

- a) Apabila DW lebih kecil dari d_l atau lebih besar dari $(4-d_l)$ maka terjadi autokorelasi.
- b) Apabila DW antara d_u dan $(4-d_u)$ maka tidak ada autokorelasi.
- c) Apabila DW terletak antara d_l dan d_u atau antara $(4-d_u)$ dan $(4-d_l)$, ini tidak mengarah pada kesimpulan yang pasti.

c. 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:¹⁹

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

¹⁹Riduwan, Statistika Dasar (Bandung: Alfabeta, 2013), 238.

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 moment* antara X_1 dan X_2

x_1 : Variabel bebas (harga)

x_2 : Variabel bebas (kualitas produk)

y : Variabel terikat (keputusan pembelian)

Untuk menginterpretasikan koefisien korelasi, dapat menggunakan tabel berikut sebagai panduan:²⁰

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)

d. 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 2.²¹ Model analisis regresi berganda terlihat seperti ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

²⁰Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Litbang (Bandung: Alfabeta, 2019), 248.

²¹Sugiyono, Statistika Riset, (Bandung: Alfabeta, 2012). 277

- Y : Variabel terikat (keputusan pembelian)
- X₁ : Harga
- X₂ : Produk
- a : Konstanta
- b₁ : koefisien regresi untuk Variabel Harga
- b₂ : koefisien regresi untuk Variabel Produk

e. Uji Hipotesis

1) Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Kriteria dan aturan saat pengujian yaitu :

- a) H₀ diterima jika $f_{hitung} \leq f_{tabel}$
- b) H₀ ditolak jika $f_{hitung} \geq f_{tabel}$

Dengan membandingkan f_{hitung} dengan f_{tabel} , maka dapat ditentukan apakah H₀ diterima atau ditolak.²²

2) Uji t

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

- a) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$, maka H₀ diterima
- b) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$, maka H₀ ditolak

3) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variabel dependen. Kriteria uji $R^2 = 0$,

²²Damondar Gurajati, Dasar-dasar Ekonometrika (Jakarta: Erlangga, 2006), 193.

yang berarti variabel bebas tidak berpengaruh sama sekali terhadap variabel terikat. Jika R^2 semakin mendekati 1 maka variabel independen mempunyai pengaruh yang kuat terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki rumus:

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

Keterangan :

R^2 : nilai koefisien determinasi

r : nilai koefisien korelasi