

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode survei ini menerapkan metode analisis kuantitatif. Metode kuantitatif adalah teknik analisis filosofis positivis yang berguna untuk menganalisis suatu populasi atau produk sejenis dan menguji tes yang diberikan.³⁷ Jenis penelitian merupakan jenis penelitian yang menerapkan pengumpulan data dan menggunakan *polling* untuk mendapatkan wawasan tentang keputusan dan kredibilitas responden.³⁸ Tujuan dari penelitian ini adalah guna memperoleh data tentang topik yang diselidiki dari sejumlah besar responden yang menganggap diri mereka sebagai wakil dari publik.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan konsumen Toko Roti Sahara. Dalam kurun waktu satu minggu pengunjung Toko Roti Sahara sebanyak 245 orang. Dan rata-rata dalam sebulan jumlah pembeli fluktuasi sehingga tidak dapat di prediksi jumlahnya.

2. Sampel

Sampel adalah faktor dari jumlah dan karakteristik populasi yang diteliti.³⁹ Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu mengidentifikasi sampel bersumber pada karakteristik tertentu. Adapun ciri-karakteristik yang digunakan dalam *purposive sampling*:

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2014), hal.8

³⁸ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), hal.8.

³⁹ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), hal.62

1. Konsumen yang tinggal/pernah tinggal di Kabupaten Kediri (Khususnya daerah sekitar pasar Gringging, termasuk kecamatan Banyakan, Grogol, dan Tarokan).
2. Konsumen yang pernah membeli di Toko Roti Sahara.

Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan mengunjungi mereka yang tengah melakukan pembelian di Toko Roti Sahara dan yang lebih dahulu sudah melakukan pembelian di Toko Roti Sahara. Hal ini bertujuan untuk memperoleh data yang berdasar dari kuesioner yang disebar.

Penggunaan rumus menurut Lemeshow guna menentukan sampel yang populasinya terlampau banyak serta belum ada kepastian jumlah maka dapat memakai formulasi berikut:

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} \cdot P(1-P)}{d^2}$$

n = banyaknya sampel

p = proporsi populasi yang tidak diketahui Σ

d = jarak antar arah

z = mencerminkan berapa galad baku jauhnya dari *mean*⁴⁰

Penentuan nilai z dapat ditentukan berdasarkan nilai persentase yang diketahui. Nilai z secara berturut-turut untuk persentase 99%, 95%, dan 90% terhadap galad baku proporsi populasi yaitu 2.576, 1.960, dan 1.645. kemudian untuk penentuan nilai p dapat dilihat pada tabel 3.1 di bawah ini.

⁴⁰ Stanley Lemeshow dkk, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan* (Yogyakarta: UGM Press, 1997), hal. 2

Tabel 3.1

Proporsi populasi yang tidak diketahui Σ atau nilai p

P	P(1-p)
0,5	0,25
0,4	0,24
0,3	0,21
0,2	0,16
0,1	0,09

Sumber: Buku Besar Sampel dalam Kesehatan

Dalam buku Lemeshow jika populasi tidak diketahui maka untuk nilai p menggunakan 0,5 serta untuk z menggunakan 95% dengan nilai 1.960, dan ukuran d bisa menggunakan 5% atau 10%, dalam penelitian ini penulis menggunakan d = 5%.

Penentuan nilai sampel menurut Lemeshow:

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} \cdot P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1960^2(0,5)(0,25)}{0,5^2}$$

$$n = \frac{3.8416(0,25)}{0,05}$$

$$n = 192$$

Banyaknya sampel yang dibutuhkan dari perhitungan Lemeshow yaitu sejumlah 192 responden.

Peneliti juga melakukan perhitungan sampel menurut Slovin, ukuran sampel akan ditetapkan sesuai dengan rumus Slovin,⁴¹ dengan rumus sebagai berikut :

⁴¹ Juliansyah Noor. *Metodelogi Penelitian* (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), hal.158.

$$\frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah Populasi

e = Jumlah Kesalahan

N = 350

$$n = \frac{349}{1 + 349 (0,05)^2}$$

n = 186 orang

Dari hasil perhitungan teknik Slovin ini sampel yang dibutuhkan yakni 186 responden.

Dari kedua perhitungan sampel tersebut peneliti menetapkan untuk mengambil sampel 186 sebagai nilai minimal sampel untuk populasi konsumen Toko Roti Sahara.

C. Definisi Operasional

Guna menghindari ketidaksesuaian dalam mengidentifikasi dan memahami variabel yang diteliti. Peneliti telah membuat definisi yang berguna untuk setiap variabel. Dalam penelitian tersebut, berikut definisi operasional dari variabel-variabel tersebut:

1) Harga

Harga yang dibahas dalam penelitian ini adalah harga setiap produk yang disajikan kepada konsumen. Pada penelitian ini indikator yang digunakan yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat produk.

Tabel 3.2
Indikator Harga

Variabel	Indikator
Harga (X_2)	1. Keterjangkauan harga
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
	3. Daya saing harga
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Sumber : Kotler dan Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (2012)

2) Keputusan Pembelian

Keputusan pelanggan untuk membeli produk dari Toko Roti Sahara. Berdasarkan hal tersebut indikator keputusan memilih produk yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Pengenalan Masalah, Pencarian Informasi, Evaluasi Alternatif, Keputusan Pembelian, dan Perilaku Pasca Pembelian.

Tabel 3.3
Indikator Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	1. Pengenalan masalah
	2. Pencarian informasi
	3. Evaluasi alternatif
	4. Keputusan pembelian
	5. Perilaku pasca pembelian

Sumber : Kotler dan Amstrong (2006)

1) Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan menjadi objek penelitian ini berada di wilayah pasar Gringing, Kecamatan Grogol, Kabupaten Kediri.

2) Sumber Data

Penyusunan suatu karya ilmiah, perlu adanya interpretasi data sebagai data primer dan sekunder:

1. Data Primer

Data diperoleh secara langsung dari responden. Dengan menyebarkan survei kepada informan, data dapat dikumpulkan dari observasi. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan langsung dari pelanggan yang melakukan pembelian di Toko Roti Sahara.

2. Data Sekunder

Sugiyama berpendapat bahwa data sekunder yaitu data yang dikumpulkan dari pihak lain dan digunakan sebagai alat yang berguna. Dengan bentuk Bahasa lain, data sekunder didapatkan secara tidak langsung dari sumbernya, tetapi sumber data penelitian diperoleh melalui sarana perantara. Melalui buku-buku sastra, majalah, surat kabar, platform media sosial dan lainnya.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian yang sedang diamati.⁴² Menurut Suharsimi Arikunto, pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara observasi, angket dan dokumentasi. Hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan informasi yang valid dengan proses pengumpulan data yang tepat. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang dilakukan antara lain adalah:⁴³

1. Angket

Angket atau yang biasa disebut kuesioner merupakan list pertanyaan yang digunakan peneliti dalam mendapatkan informasi berupa hal-hal yang diketahui

⁴² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D* (Bandung : Alfabeta, 2015), 102.

⁴³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta:Rineka Cipta, 1991), hal. 194

oleh para responden. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner tertutup.

Angket dalam penelitian ini berisikan pertanyaan tentang bagaimana keputusan pembelian pelanggan atau konsumen pada tingkat harga di Toko Roti Sahara. Untuk hal ini, responden disediakan pilihan pertanyaan dengan menggunakan Skala Likert yang mana jawaban yang dipilih oleh responden berkaitan dengan nilai berupa angka.

2. Wawancara

Peneliti menggunakan metode wawancara atau teknik memperoleh informasi secara langsung dengan bertanya kepada *owner* atau karyawan Toko Roti Sahara untuk mendapatkan informasi tentang gambaran umum perusahaan.

E. Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan setelah semua data yang diperlukan dari responden telah dikumpulkan.⁴⁴ Penelitian ini menggunakan bantuan program *SPSS 25* untuk analisis data berikut dengan tahap-tahap analisa:

a. *Editing* (memberikan data)

Pada saat pengisian, data yang telah masuk perlu diberlakukannya pemeriksaan ulang kesalahan. Memungkinkan adanya kesalahan yang tidak jangkap dan tidak sesuai. Ulasan dari responden harus dihapus atau diedit.

b. *Coding and categorizing*

Coding adalah setiap data yang memiliki kategori yang sama, diberlakukannya tindakan menetapkan kode tertentu. Kode adalah tanda berupa angka atau huruf yang membedakan data atau mengidentifikasi data

⁴⁴ Muslich Ansori dan Sri Iswati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Surabaya : Airlangga University Press, 2009), 114.

yang akan dianalisis.⁴⁵ Sedangkan *Categorizing* adalah Data yang ada dalam daftar pertanyaan, dikelompokkan ke dalam kategori masing-masing variabel.⁴⁶

c. *Scoring* (memberi skor)

Scoring adalah alat yang dibutuhkan untuk menilai. Skor setiap item pada kuesioner sesuai dengan tingkat pemilihan ditentukan sebagai berikut.:⁴⁷

- 1) Jawaban SS (sangat setuju) diberi skor 5
- 2) Jawaban S (setuju) diberi skor 4
- 3) Jawaban KS (kurang setuju) diberi skor 3
- 4) Jawaban TS (tidak setuju) diberi skor 2
- 5) Jawaban STS (sangat tidak setuju) diberi skor 1

d. Penyusunan tabel (tabulasi)

Setelah hasil dicatat, hasilnya diubah menjadi data yang mudah dilihat dan dipahami. Data yang telah diperoleh dan dikumpulkan, disajikan dalam bentuk tabel, berikut yang dimaksud dengan tabulasi data.⁴⁸

e. *Processing*

Processing adalah menganalisis dan menghitung data dengan statistik.

Teknik – teknik yang terdapat dalam *processing* adalah sebagai berikut :

- 1) Uji instrumen
- 2) Uji validitas

⁴⁵ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta : Kencana, 2017), 87.

⁴⁶ Imma Matun Nurfarida, “Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* (Studi Kasus Konsumen Muslim Navagreen Natural *Skin Care* Cabang Kediri)” (Skripsi, IAIN Kediri, Kediri 2018), 43, <http://etheses.iainkediri.ac.id>, diakses pada 8 Mei 2020.

⁴⁷ Bambang Prasetyo. Lina Mifhatul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 171

⁴⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), hal. 210

Uji validitas bermanfaat untuk menaksir *valid* atau tidaknya suatu kuesioner. Jika pertanyaan dalam suatu kuesioner cenderung menerangkan sesuatu yang akan dihitung oleh kuesioner tersebut, maka kuesioner dapat dianggap valid.⁴⁹

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} untuk tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* (df) = $n - 2$, n yang dimaksud ialah jumlah sampel. Pertanyaan atau indikator dianggap valid ketika suatu pertanyaan atau indikator mengacu pada ketentuan bahwa jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dan pertanyaan atau indikator bisa dinyatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.⁵⁰ Teknik analisa korelasi *pearson product moment* adalah teknik untuk mengetahui validitas setiap item, maka digunakan rumus sebagai berikut :⁵¹

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

Keterangan :

r = koefisien korelasi *pearson product moment*

x = skor setiap pertanyaan atau item

y = skor total

n = jumlah responden

3) Uji reliabilitas

Reliabilitas ialah sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan yang ditunjukkan dengan indeks. Hal ini berarti sejauh mana alat

⁴⁹ Ce Gunawan, *Mahir Menggunakan SPSS : Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian* (Yogyakarta : Deepublish, 2020), 88.

⁵⁰ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta : Rajagrafindo Persada, 1999), 135.

⁵¹ Agus Irianto, *Statistik : Konsep Dasar dan Aplikasinya* (Jakarta : Kencana, 2007), 136.

ukur dikatakan konsisten jika digunakan untuk mengukur dua kali atau lebih terhadap kasus yang sama.⁵² Ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :⁵³

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

a. Uji asumsi klasik

1) Uji normalitas

Suatu model regresi, variabel pengganggu atau variabel residual apakah berdistribusi secara normal, sehingga harus diperiksa dengan uji normalitas. Hasil tes standar harus terdistribusi secara normal. Hal ini karena untuk uji t dan uji F berspekulasi bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal.⁵⁴ Untuk ukuran sampel yang kecil, jika asumsi ini tidak dilaksanakan, maka uji statistik akan tidak valid.⁵⁵

2) Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang bermaksud untuk melihat adakah perbedaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika terdapat kesamaan variansi dari sisa satu pengamatan ke

⁵² Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah* (Jakarta : Kencana, 2012), 130.

⁵³ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS* (Jakarta : Prestasi Pustaka, 2009), 97.

⁵⁴ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif : Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen* (Yogyakarta : Deepublish, 2020), 137.

⁵⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis* (Semarang : Badan Penerbit UNDIP, 2005), 160.

pengamatan yang lain maka disebut homoskedastisitas. Namun jika tidak sama disebut heteroskedastisitas.⁵⁶

3) Uji autokorelasi

Terjadi atau tidaknya suatu korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu (periode t) dengan variabel pengganggu periode sebelumnya (periode t-1) dapat diperiksa dengan melakukan uji autokorelasi. Jika model regresi terbebas dari autokorelasi, maka hal tersebut dapat disebut layak.⁵⁷ Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-Watson (DW). Kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :⁵⁸

- a) Jika $0 < d < dL$, berarti ada autokorelasi positif
- b) Jika $dL \leq d \leq dU$, pengujian tidak meyakinkan (ragu - ragu)
- c) Jika $4 - dL < d < 4$, berarti ada autokorelasi negatif
- d) Jika $4 - dU \leq d \leq 4 - dL$, pengujian tidak meyakinkan (ragu - ragu)
- e) Jika $dU < d < 4 - dU$, berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif.

4) Analisis Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan rumus regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut rumus regresi yang di gunakan:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Variabel terikat (Keputusan Pembelian)

⁵⁶ Ansofino, et.al., *Buku Ajar Ekonometrika* (Yogyakarta : Deepublish, 2016), 94.

⁵⁷ Yeri Sutopo dan Achmad Slamet, *Statistika Inferensial* (Yogyakarta : ANDI, 2017), 102.

⁵⁸ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen* (Yogyakarta : Deepublish, 2020), 138.

a : Konstanta

X : Variabel bebas (Harga)

b : koefisien regresi⁵⁹

5) Uji hipotesis

1) Uji t

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat harus dilakukan Uji t.⁶⁰ Kriteria uji t ialah sebagai berikut.⁶¹

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) Koefisien determinasi

Analisis koefisien determinasi (R^2) mempunyai tujuan untuk mengukur bagaimana kapasitas model dalam memanifestasikan variabel terikat.⁶² Kriteria pengujiannya jika $R^2 = 0$ artinya variabel terikat tidak dapat dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel bebas bisa saja memberikan pengaruh yang kuat terhadap variabel terikat, jika R^2 semakin mendekati 1.⁶³ Untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel X (harga) dalam menjelaskan variabel terikat Y (keputusan pembelian), pada penelitian ini menggunakan perhitungan koefisien determinasi.

⁵⁹ Danang Sunyoto, *Prosedur Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi*, Yogyakarta: Alfabeta, 2012, hal. 115.

⁶⁰ Saiful Ghazi dan Aris Sunindyo, *Statistik Deskriptif untuk Ekonomi* (Yogyakarta : Deepublish, 2015), 211.

⁶¹ I Putu Ade Andre Payadnya dan I Gusti Agung Ngurah Trisna Jayantika, *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS* (Yogyakarta : Deepublish, 2018), 78.

⁶² Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta : Mediakom, 2008), 79.

⁶³ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif : Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen* (Yogyakarta : Deepublish, 2020), hal. 141.