

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Malang.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat *explanatory research*, menurut Sugiyono, (2018) *explanatory research* bertujuan untuk menjelaskan kedudukan antar variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antar variabel satu dengan yang lainnya melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan. Penelitian ini mengungkapkan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan pendekatan kuantitatif.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu pembeli produk kopi bubuk instan Nescafe di Kota Malang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018) sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 pembeli produk kopi bubuk instan Nescafe di Kota Malang. Apabila

populasi terlalu besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua populasi karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat mengambil sampel dari populasi tersebut, dan harus betul-betul bisa mewakili atau representatif.” Penentuan jumlah sampel berdasarkan pendapat Sugiyono, (2018) yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Sedangkan menurut Fraenkel dan Wallen dalam Widayat (2004) mengatakan bahwa: Besarnya sampel minimum untuk penelitian yang bersifat deskriptif yaitu sebanyak 100 sampel.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*, dimana Sugiyono (2018) menyatakan bahwa, “*accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

D. Variabel dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal yang diinginkan, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Variabel dependen dan Independen. Variabel dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Sedangkan

variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan variabel dependen. Definisi operasional variabel penelitian ini disajikan pada Tabel 3.1

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Sumber
Kualitas Produk (X_1)	Kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Esthetics</i> (Estetika). 2. <i>Perceived Quality</i> (kualitas yang dipersepsikan) 3. <i>Performance</i> (kinerja). 4. <i>Reliability</i> (reliabilitas). 5. <i>Durability</i> (daya tahan). 6. <i>Confermance to Specifications</i> (kesesuaian dengan spesifikasi). 7. <i>Serviceability</i>. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Packaging kopi bubuk instan Nescafe menarik 2. Kopi bubuk instan Nescafe memiliki kualitas rasa yang enak 3. Kopi bubuk instan Nescafe memiliki rasa yang khas 4. Kopi bubuk instan Nescafe memiliki tingkat kekentalan yang sesuai dijanjikan 5. Kopi bubuk instan nescafe memiliki daya tahan produk yang baik sampai ketangan konsumen untuk di konsumsi dengan batasan selama masa kadaluarsa belum habis. 6. Kopi bubuk instan Nescafe menawarkan produk sesuai spesifikasi yang diharapkan konsumen 7. Kopi Nescafe mudah untuk dikonsumsi 	Garvin (1987)
Harga (X_2)	Harga adalah pernyataan nilai dari suatu produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan Harga: Harga kopi bubuk instan Nescafe 	Kotler dan Amstrong (2016)

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Sumber
	yang dimana nilai disini diartikan sebagai perbandingan antara persepsi terhadap manfaat dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan suatu produk	<p>2. Daya Saing Harga</p> <p>3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</p> <p>4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk</p>	<p>sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen.</p> <p>2. Daya Saing Harga: Harga kopi bubuk instan Nescafe bersaing dengan produk sejenis</p> <p>3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk: Harga kopi bubuk instan Nescafe sesuai dengan kualitas produk</p> <p>4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk: Harga kopi bubuk instan Nescafe sesuai dengan manfaat yang dirasakan</p>	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian suatu produk	<p>1. Kemantapan pada sebuah produk</p> <p>2. Kebiasaan dalam membeli produk</p> <p>3. Kecepatan dalam membeli sebuah produk</p>	<p>1. Kemantapan pada sebuah produk, memiliki kemantapan dalam pembelian kopi bubuk instan Nescafe</p> <p>2. Memiliki keyakinan untuk melakukan pembelian produk kopi bubuk instan Nescafe</p> <p>3. Kebiasaan dalam membeli produk, melakukan pembelian kopi bubuk instan Nescafe karena terbiasa</p> <p>4. Kecepatan dalam membeli suatu produk, memutuskan pembelian kopi bubuk instan Nescafe dengan cepat</p>	Kotler (2015)

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Sanusi (2011) menyatakan data primer merupakan sumber data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. Data primer akan diperoleh diperoleh dari objek yang diteliti yaitu dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan kepada pembeli produk kopi bubuk instan Nescafe di Kota Malang.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuesioner yang merupakan teknik pengumpulan data dengan mengajukan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden dengan harapan dapat memberi keterangan-keterangan yang dibutuhkan dan memperoleh informasi yang relevan dengan penelitian. Sanusi (2011) menyatakan bahwa kuisoner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden. Pengambilan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan secara *online* dengan menggunakan *Google Form*, yaitu merupakan alat yang berguna untuk membantu dalam membuat survei dan mengumpulkan informasi yang mudah dan efisien. Aplikasi ini digunakan untuk mempermudah dalam menyebarkan kuesioner dan lebih efisien, yaitu dengan cara menginput pertanyaan kuesioner melalui *google form* dan nantinya disebarakan secara

digital kepada responden penelitian. Untuk skala pengukurannya digunakan skala likert satu sampai dengan lima (sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju) yang diberikan kepada konsumen produk kopi bubuk instan Nescafe di Kota Malang.

G. Teknik Penskalaan Data

Teknik pengukuran data yang digunakan oleh peneliti untuk memberikan jawaban pada setiap item jawaban adalah dengan menggunakan skala Likert. Siregar (2012) menyatakan Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan untuk menganalisa secara kuantitatif, maka jawaban dibagi menjadi lima kategori. Dalam penelitian ini setiap jawab atas variabel kualitas konsumen dan kepuasan konsumen menggunakan sistem nilai dengan dasar Likert, yang tertuang pada Tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

Kategori	Skor/Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Responden dalam pengisian kuisioner diharuskan memilih salah satu dari kelima pilihan alternatif jawaban yang tersedia. Bobot atau skor akan dijumlahkan menjadi nilai total. Dimana nilai total yang besar menunjukkan pengaruh yang positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

H. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Menurut Widayat (2004) validitas adalah suatu pengukuran yang mengacu pada proses dimana pengukuran benar-benar bebas dari kesalahan sistimatis dan kesalahan random. Pengukuran yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pada penelitian ini, digunakan validitas *Pearson* berdasarkan rumus korelasi *product moment*. Adapun kriteria pengujiannya adalah: Apabila $r_{\text{hitung}} \leq r_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat data yang valid sedangkan apabila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ terdapat data yang valid. Nilai r_{hitung} dapat diperoleh berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} \cdot \sqrt{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Dimana:

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah sampel

X = Skor tiap butir

Y = Skor Total

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji sejauh mana instrument tersebut dapat diberikan hasil yang relatif sama bisa dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama. Suatu instrumen yang

mempunyai reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa instrumen tersebut bagus. Suatu alat ukur yang bagus tidak berubah-ubah pengukurannya, artinya meskipun alat itu digunakan berkali-kali akan memberikan hasil yang hampir serupa. Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur dengan metode konsistensi internal dengan teknik Reliabilitas *Alpha*, (Arikunto, 2016). Dengan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s_j^2}{s_x^2} \right]$$

Dimana:

k = Banyaknya belahan tes

s_j^2 = Varian belahan j ; $j= 1,2,\dots,k$

s_x^2 = Varians skor tes

Adapun kriteria pengujiannya adalah apabila nilai reliabilitas instrumen diatas 0,6 atau 60%, berarti terdapat alat ukur yang reliabel pada tingkat kepercayaan 95%. Sebaliknya jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 atau 60% berarti tidak terdapat alat ukur yang reliabel pada tingkat kepercayaan 95%.

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Rentang Skala

Analisis rentang skala digunakan untuk mendeskripsikan kualitas produk, harga dan keputusan pembelian produk kopi bubuk instan nescafe di Kota Malang. Menurut Simamora (2004) rentang skala dapat dihitung dengan persamaan:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

m : Angka tertinggi dalam pengukuran

n : Angka terendah dalam pengukuran

b : Banyaknya kelas yang dibentuk

Dengan rumus diatas maka rentang skala dapat dihitung sebagai berikut:

$$RS = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka kriteria untuk menetapkan deskripsi jawaban responden mengenai kualitas produk, harga dan keputusan pembelian produk kopi bubuk instan nescafe di Kota Malang dapat disajikan pada tabel 3.3

Tabel 3.3
Kriteria Rentang Distribusi Jawaban Responden

No.	Rentang	Kriteria
1	4,2-5	Sangat Baik/ Terjangkau/ Mantap
2	3,4-4,1	Baik/ Terjangkau/Mantap
3	2,6-3,3	Cukup
4	1,8-2,5	Tidak Baik/ Tidak Mantap
5	1-1,7	Sangat Tidak Baik/ Sangat Tidak Mantap

Sumber: Simamora (2004)

2. Uji Asumsi Klasik

Penggunaan model analisis regresi berganda harus menggunakan sejumlah asumsi-asumsi klasik dan valid. Pengujian asumsi harus dipenuhi atau valid agar persamaan regresi dapat digunakan dengan baik. Menurut Sanusi (2011) uji asumsi klasik bertujuan untuk menguji data yang digunakan dalam penelitian bahwa telah memenuhi asumsi klasik, yaitu data terdistribusi secara normal, tidak terjadi gejala multikolinieritas, tidak terdapat autokorelasi, tidak terdapat gejala

linearitas, dan tidak terjadi gejala heterokosdastisitas. Adapun definisi dari masing-masing uji diatas sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data merupakan pengujian asumsi klasik paling utama yang harus dilakukan oleh peneliti. Tujuannya yaitu, menguji apakah variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak dalam model regresi. Syarat wajib yang harus dipenuhi yaitu data harus normal. Dalam penelitian ini menggunakan uji *One Sample* dengan alat uji Kolmogorov Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Sebagai langkah untuk mempermudah peneliti dalam menguji normalitas data, maka pengujian menggunakan alat bantu SPSS. Apabila nilai Sig Uji Kilmogorov Smirnov $\geq 0,05$ artinya data berdistribusi secara normal. Sebaliknya jika nilai Sig Uji Kilmogorov Smirnov $< 0,05$ artinya data berdistribusi secara tidak normal

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada tidaknya Multikolinieritas

dapat dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF < 10 dan nilai toleransi > 0,10 maka model regresi terbebas dari gejala Multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak, dalam Penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji glejser. Uji glejser adalah uji statistik yang paling lazim digunakan. Menurut Ghazali (2006) uji glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Model regresi dikatakan tidak mengandung heteroskedastisitas jika probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% atau > 0,05 dan sebaliknya

3. Model Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sanusi (2011) analisis regresi linier berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linear sederhana, yaitu dengan menambah jumlah variabel bebas yang sebelumnya hanya satu menjadi dua atau lebih variabel bebas. Seperti dalam penelitian ini, terdiri dari lebih dari satu variabel bebas, maka penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Penelitian ini memiliki dua variabel bebas dan satu variabel terikat, sehingga dengan hal ini regresi linear berganda dinyatakan dalam persamaan matematis sebagai berikut:

Regresi linear berganda:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

e = *error* / Variabel Pengganggu / kesalahan prediksi

J. Uji Hipotesis

Setelah data terkumpul, selanjutnya data tersebut diolah dengan menggunakan teknik analisis data tertentu dengan permasalahan yang diteliti. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis regresi berganda. Teknik ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Teknis analisis dalam penelitian ini akan menggunakan program SPSS. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik yang terdiri atas:

1. Uji t

Pada uji t atau Uji parsial digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel kualitas produk, harga dan promosi dimana benar-benar berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian secara terpisah atau parsial. Uji t merupakan uji yang digunakan ketika peneliti ingin menguji beda mean dari dua kelompok sampel.

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

Ho : Kualitas produk dan harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ha : Kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikan, yaitu:

- a. Jika t hitung memiliki nilai signifikan $< 0,05$, maka menunjukkan bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. Jika t hitung memiliki nilai signifikan $> 0,05$, maka menunjukkan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

2. Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui secara bersama-sama variabel dependen dengan hipotesis:

Ho : $b = 0$ berarti tidak adanya pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

Ha : $b > 0$ berarti adanya pengaruh kualitas produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikan, yaitu:

- a. Jika F hitung memiliki nilai signifikan $< 0,05$, maka menunjukkan bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

- b. Jika F hitung memiliki nilai signifikan $> 0,05$, maka menunjukkan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

