

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan oleh peneliti dengan menerapkan metode survei dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2018), metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan teknik pengambilan sampel umumnya dilakukan secara acak. Proses pengumpulan data melibatkan penggunaan instrumen penelitian, dan analisis data dilakukan secara kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Survei akan difokuskan pada variabel-variabel yang terkait dengan Kualitas Produk (X1), Kewajaran Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Pertanyaan-pertanyaan survei akan dibuat dengan menggunakan skala Likert untuk menilai tingkat persetujuan atau kepuasan responden terhadap setiap variabel.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merujuk pada tempat di mana penelitian dilakukan dengan maksud untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi. Penulis melakukan penelitian pada pembeli produk *spring bed* di PT. Karya Giri Palma Mebel Kota Malang yang beralamat di Jl. Giri Palma I Perum. Giri Palma, Doro, Karangwidoro, Kec. Dau, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018), populasi adalah area generalisasi yang mencakup objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dijadikan subjek penelitian dan untuk

mengambil kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk dari Giri Palma Mebel Kota Malang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018), sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dipilih karena peneliti menghadapi keterbatasan dalam melakukan penelitian, seperti keterbatasan waktu, tenaga, dana, dan ukuran populasi yang besar. Oleh karena itu, peneliti harus memilih sampel yang secara tepat merepresentasikan populasi tersebut. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Dasar pengambilan jumlah sampel tersebut merujuk pada pernyataan Fraenkel dan Wallen dalam Widayat (2004), jumlah minimum sampel yang diperlukan untuk penelitian deskriptif adalah 100 sampel.

3. Teknik Sampling

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2018), teknik ini merupakan suatu pendekatan pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Metode yang digunakan adalah *Purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018), teknik *Purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu sesuai dengan keinginan peneliti sehingga dapat menetapkan jumlah sampel yang akan diinvestigasi. Kriteria yang diterapkan adalah pembeli *Spring Bed Aline* dan atau *Fourline* pada Giri Palma Mebel Malang selama 6 bulan terakhir dari bulan Oktober-Maret.

D. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah suatu perencanaan alat pengukuran yang dirancang untuk menguraikan setiap variabel penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator. Hal ini bertujuan untuk membantu peneliti dalam menjelaskan makna variabel dan mencegah perbedaan persepsi dalam konteks penelitian ini. Variabel

yang ada dalam penelitian ini yaitu tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas tersebut adalah kualitas produk (X1), kewajaran harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) sedangkan satu variabel terikatnya adalah keputusan pembelian (Y). Berikut definisi operasional variabel:

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel

No	Definisi Konsep	Definisi Operasional Variabel	Indikator
1.	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merujuk pada tindakan yang diambil oleh konsumen untuk membeli suatu produk, dan proses pengambilan keputusan tersebut menjadi faktor penentu dalam kegiatan pada PT. Karya Giri Palma Mebel Malang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan membeli 2. Pertimbangan dalam membeli 3. Kecepatan keputusan 4. Yakin keputusan yang tepat <p>(Suprpti, 2010)</p>
2.	Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah sifat dan ciri ciri suatu produk yang mencerminkan fungsionalitas barang atau jasa tersebut serta kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada PT. Karya Giri Palma Mebel Malang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja (<i>Performance</i>) 2. Fitur (<i>Features</i>) 3. Keandalan (<i>Reliability</i>) 4. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance</i>) 5. Ketahanan/Keawetan (<i>Durability</i>) 6. Kemampuan Layanan (<i>Service ability</i>) 7. Estetika (<i>Aesthetics</i>) 8. Kesan Kualitas (<i>Perceived Quality</i>) <p>(Tjiptono, 2015)</p>
3.	Kewajaran Harga (X2)	Kewajaran harga sebagai evaluasi terhadap produk atau hasil tertentu serta bagaimana suatu proses dapat menghasilkan sesuatu yang dapat diterima, dengan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

No	Definisi Konsep	Definisi Operasional Variabel	Indikator
		mempertimbangkan bahwa hasil tersebut masuk akal atau dapat diterima menurut suatu standar atau pertimbangan tertentu pada PT. Karya Giri Palma Mebel Malang.	3. Kesesuaian harga dengan manfaat produk 4. Kesesuaian harga dengan layanan yang ditawarkan (Kotler & Armstrong, 2019)
4.	Kualitas Pelayanan (X3)	Kualitas pelayanan merupakan nilai dari penyediaan jasa yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan tujuan untuk memenuhi harapan konsumen pada PT. Karya Giri Palma Mebel Malang.	1. <i>Tangible</i> (tampilan fisik pelayanan) 2. <i>Reliability</i> (kehandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (ketanggapan dalam memberikan pelayanan) 4. <i>Empathy</i> (pemahaman keinginan konsumen) 5. <i>Assurance</i> (keyakinan memberikan jaminan pelayanan) (Kotler & Keller, 2022)

Sumber: Dirancang peneliti berdasarkan referensi di atas, Februari 2024

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini bersifat kuantitatif yang terukur dalam bentuk angka atau numerik. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2018), data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung oleh pihak yang mengumpulkannya. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari konsumen Giri Palma Mebel Malang melalui penyebaran kuesioner kepada responden penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui penyebaran kuesioner yang berisi tentang pertanyaan kualitas produk, kewajaran harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Giri Palma Mebel Malang.

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk mendapatkan tanggapan dari mereka. Menurut Sugiyono (2018), kuesioner merupakan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Dalam penggunaan kuesioner peneliti akan memanfaatkan *Google Form* sebagai alat untuk menyebar pertanyaan kepada responden. Pemilihan *Google Form* dilakukan karena kemudahan, praktisitas, dan kecepatan penggunaannya yang memungkinkan untuk dibagikan secara *online* kepada responden dalam waktu singkat dan secara serentak agar dapat menghemat waktu.

G. Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2018), skala Likert adalah alat pengukuran yang digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. Variabel dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1), Kewajaran Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) yang akan diukur dengan menggunakan skala likert yang terdiri dari lima tingkatan.

Tabel 3.2. Pengukuran Data

No	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2018)

H. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai keabsahan suatu kuesioner. Kuesioner dianggap valid apabila pertanyaan di dalamnya mampu mengungkapkan aspek yang ingin diukur. Sebelum melakukan uji statistik, penting untuk menguji validitas dan reliabilitas kuesioner agar hasil penelitian menjadi valid dan dapat dipercaya. Jika r hitung $>$ r tabel (pada taraf signifikan 5%) maka variabel dinyatakan valid, sebaliknya apabila r hitung $<$ r tabel (pada taraf signifikan 5%) maka variabel dinyatakan tidak valid. Uji validitas dilakukan menggunakan program SPSS. Rumus yang diterapkan adalah rumus Korelasi Product Moment.

2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan koefisien reliabilitas yang paling umum digunakan karena memberikan gambaran variasi item terutama pada format benar atau salah seperti pada skala Likert dengan metode Cronbach's alpha. Sebuah variabel apabila Cronbach's alpha $>$ 0,6 maka dapat dikatakan reliabel, sebaliknya apabila Cronbach's alpha $<$ 0,6 maka tidak dapat dikatakan reliabel.

I. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menentukan apakah variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Dengan demikian data yang tidak mengikuti distribusi normal tidak dapat diatasi menggunakan rumus statistik ini. Kriteria untuk pengambilan keputusan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov adalah jika signifikansi ≥ 0.05 maka terdeteksi distribusi normal, sedangkan jika signifikansi ≤ 0.05 maka terdeteksi distribusi tidak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Sugiyono (2018), uji multikolinearitas merupakan suatu metode yang digunakan untuk memverifikasi apakah terdapat interkorelasi atau kolinearitas di antara variabel bebas dalam suatu model regresi. Dalam metode ini langkah yang diambil adalah melakukan regresi antara setiap variabel independen dengan variabel independen lainnya dengan maksud untuk mendapatkan nilai koefisien R² untuk setiap variabel yang diregresikan. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari hasil nilai tolerance dan kebalikannya yaitu *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai Tolerance $\geq 0,10$ dan nilai VIF ≤ 10 , maka dapat diindikasikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas di antara variabel independen, sebaliknya jika nilai Tolerance $\leq 0,10$ dan nilai VIF ≥ 10 maka terjadi gejala multikolinearitas di antara variabel independen.

3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2018), uji heterokedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terjadi ketidakseragaman varian dari residual antara satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Jika varian dari residual tetap konstan antar satu pengamatan ke pengamatan lain maka kondisi tersebut disebut homoskedastisitas. Untuk mengidentifikasi adanya gejala heteroskedastisitas peneliti menggunakan metode Glejser sebagai dasar pengambilan keputusan dengan kriteria apabila nilai signifikansi $< 0,05$ menunjukkan terjadinya heterokedastisitas, sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,05$ menandakan ketiadaan heterokedastisitas.

J. Teknik Analisis Data

1. Rentang Skala

Menurut Sugiyono (2018), rentang skala adalah suatu pendekatan untuk menganalisis data penelitian dengan cara menjelaskan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa membuat kesimpulan umum atau generalisasi.

Untuk mengetahui nilai rentang skala, dapat digunakan rumus perhitungan sebagai berikut:

$$RS = \frac{n(m - 1)}{m}$$

Keterangan:

RS = Rentang Skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban

Banyaknya alternatif jawaban = 5 (Sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju).

Dengan menghitung menggunakan rumus rentang skala hasilnya adalah:

$$RS = \frac{100(5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{100(4)}{5}$$

$$RS = \frac{400}{5}$$

$$RS = 80$$

Maka nilai yang dihasilkan dari perhitungan rentang skala adalah sebanyak 80

1. Skor Minimum: (Bobot Terendah x Jumlah Sampel): $1 \times 100 = 100$
2. Skor Maksimum: (Bobot Tertinggi x Jumlah Sampel): $5 \times 100 = 500$

Pada perhitungan rentang skala yang telah diperoleh, maka kriteria skala penilaian dalam penelitian ini adalah:

Tabel 3.3. Rentang Skala

No	Skor	Variabel			
		Kualitas Produk (X1)	Kewajaran Harga (X2)	Kualitas Pelayanan (X3)	Keputusan Pembelian (Y)
1.	100-179	Sangat Tidak Bagus (STB)	Sangat Tidak Wajar (STW)	Sangat Tidak Baik (STB)	Sangat Tidak Setuju (STS)
2.	180-259	Tidak Bagus (TB)	Tidak Wajar (TW)	/ Tidak Baik (TB)	Tidak Setuju (TS)
3.	260-339	Netral (N)	Netral (N)	Netral (N)	Netral (N)
4.	340-419	Bagus (B)	Wajar (W)	Baik (B)	Setuju (S)
5.	420-500	Sangat Bagus (SB)	Sangat Wajar (SW)	Sangat Baik (SB)	Sangat Setuju (SS)

Sumber: Dirancang Peneliti, Februari 2024

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa:

- a. Pada variabel kualitas produk dengan nilai rentang skala 100-179 menunjukkan sangat tidak bagus, nilai rentang skala 180-259 menunjukkan tidak bagus, nilai rentang skala 260-339 menunjukkan netral, nilai rentang skala 340-419 menunjukkan bagus, nilai rentang skala 420-500 menunjukkan sangat bagus.
- b. Pada variabel kewajaran harga dengan nilai rentang skala 100-179 menunjukkan sangat tidak wajar, nilai rentang skala 180-259 menunjukkan tidak wajar, nilai rentang skala 260-339 menunjukkan netral, nilai rentang skala 340-419 menunjukkan wajar, nilai rentang skala 420-500 menunjukkan sangat wajar.
- c. Pada variabel kualitas pelayanan dengan nilai rentang skala 100-179 menunjukkan sangat tidak baik, nilai rentang skala 180-259 menunjukkan tidak baik, nilai rentang skala 260-339 menunjukkan netral, nilai rentang skala 340-419 menunjukkan baik, nilai rentang skala 420-500 menunjukkan sangat baik.

- d. Pada variabel keputusan pembelian dengan nilai rentang skala 100-179 menunjukkan sangat tidak setuju, nilai rentang skala 180-259 menunjukkan tidak setuju, nilai rentang skala 260-339 menunjukkan netral, nilai rentang skala 340-419 menunjukkan setuju, nilai rentang skala 420-500 menunjukkan sangat setuju.

2. Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2018), analisis regresi linier berganda digunakan untuk memprediksi perubahan variabel dependen (kriterium) sejalan dengan manipulasi atau variasi nilai dari dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

α = Bilangan konstanta

b_1 = Koefisien regresi Kualitas Produk

b_2 = Koefisien regresi Kewajaran Harga

b_3 = Koefisien regresi Kualitas Pelayanan

x_1 = Kualitas Produk

x_2 = Kewajaran Harga

x_3 = Kualitas Produk

e = Faktor kesalahan

3. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018), koefisien determinasi (R²) pada dasarnya mengindikasikan sejauh mana model mampu menjelaskan variasi dalam variabel terikat. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 (nol) dan 1 (satu). Jika nilai R² kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen (X) untuk menjelaskan variasi variabel dependen (Y) sangat terbatas. Sebaliknya, jika nilai R² mendekati satu mengindikasikan bahwa variabel independen memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

K. Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Menurut Ghozali (2018), uji t digunakan untuk menguji pengaruh parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan ketentuan nilai signifikansi < 0,05 dan T-hitung > T-tabel maka hipotesis diterima, sedangkan jika nilai signifikansi > 0,05 dan T-hitung < T-tabel maka hipotesis ditolak. Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$t\text{-hitung} = \frac{b}{sb}$$

Keterangan:

b = Koefisien regresi masing masing variabel

sb = Standar error masing – masing variabel

2. Uji F (Uji Simultan)

Menurut Ghozali (2018), uji f menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen. Dengan ketentuan jika nilai F hitung > dari nilai F tabel atau probabilitas < nilai signifikansi (sig < 0,05), maka hipotesis diterima dan model penelitian dianggap dapat digunakan. Sebaliknya, jika nilai F hitung

< dari nilai F tabel atau probabilitas > nilai signifikansi ($\text{sig} > 0,05$), maka hipotesis ditolak dan model penelitian dianggap tidak dapat digunakan.

3. Uji Dominan

Menurut Ghozali (2018), uji dominan dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi variabel independen yang memiliki pengaruh dominan dalam regresi linier. Uji dominan dilihat melalui nilai koefisien regresi (b) yang telah distandarisasi menggunakan nilai beta. Kriteria uji dominan adalah jika nilai koefisien regresi suatu variabel memiliki nilai tertinggi, maka variabel tersebut dianggap memiliki pengaruh dominan. Semakin tinggi nilai beta, maka dampaknya terhadap variabel dependen juga semakin besar. Dalam penelitian ini metode untuk mengidentifikasi variabel bebas yang memberikan kontribusi terbesar atau memiliki pengaruh dominan terhadap variabel terikat adalah dengan memeriksa nilai standar koefisien beta yang paling tinggi pada tingkat kepercayaan 95% atau taraf signifikansi 5%.