

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam tipe jenis penelitian *Explanatory Research*. Menurut (Sugiyono 2019), *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud untuk menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh variabel satu dengan variabel lainnya. Desain eksplanasi (*explanatory research*) dimaksud untuk menjelaskan hubungan antara variabel Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Niat Pembelian, dan Perilaku Pembelian.

3.2 Lokasi / Objek dan Waktu penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Keripik Apel merek Ramayana, karena keripik apel merupakan salah satu oleh-oleh khas Bulukerto kec.Bumiaji Kota Batu. Keripik Apel merek Ramayana memiliki keunggulan dibandingkan keripik merek lain.

3.3 Populasi, Sampel dan Sampling

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono 2019) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Objek pada penelitian ini adalah Keripik Apel merek Ramayana dan subjek pada penelitian ini adalah pembeli Keripik Apel merek Ramayana dengan karakteristik pembeli yang sudah melakukan pembelian minimal 1 kali, pembeli yang melakukan transaksi atau pembelian langsung pada outlet Keripik Apel merek Ramayana, sedangkan untuk kuantitas tidak diketahui dengan pasti karena tidak tahu pasti pembeli yang melakukan pembelian keripik.

3.3.2 Sampel dan Sampling

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan *Quota sampling*. Sampling adalah teknik yang dilakukan untuk menentukan sampel. Jadi, sebuah penelitian yang baik haruslah memperhatikan dan menggunakan sebuah teknik dalam menetapkan sampel yang akan diambil sebagai

subjek penelitian. Teknik *nonprobability sampling* pada umumnya digunakan untuk suatu penelitian yang tidak diketahui populasinya. *Quota sampling* adalah Teknik pengambilan sampel dengan cara menetapkan jumlah tertentu sebagai target.

Penentuan sampel menggunakan pedoman ukuran sampel berdasarkan rumus Lemeshow

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{d^2}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

z : skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p : maksimal estimasi = 80% (0,8)

q : (1-P) 20% (0,2)

d : tingkat kesalahan = (0,05)

Dari rumus tersebut maka penentuan jumlah sampel dengan maksimal 80% & tingkat kesalahan 5%

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,8 \cdot 0,2}{0,05^2} \\ &= \frac{3,8416 \cdot 0,16}{0,0025} \\ &= 245 \text{ responden} \end{aligned}$$

3.4 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Pernyataan
Sikap (X1)	Sikap merupakan ekspresi mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka, positif atau tidak positif	1. Kognitif : pengetahuan dan persepsi yang diperoleh melalui kombinasi pengalaman langsung dengan pembelian keripik	a. Saya merasa yakin dengan kualitas Keripik Apel Merek Ramayana b. Kualitas Keripik Apel merek Ramayana berbeda (lebih baik)

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Pernyataan
	dan setuju atau tidak setuju dari pembeli keripik apel merek Ramayana terhadap niat pembelian	apel merek ramayana	dengan produk keripik lainnya
		2. Afektif : Perasaan atau reaksi emosional terhadap pembelian keripik apel merek ramayana	a. Saya merasa senang membeli Keripik Apel merek Ramayana b. Saya merasa nikmat membeli Keripik Apel merek Ramayana
		3. Konatif : keinginan untuk berniat membeli	a. Saya tetap membeli Keripik Apel Merek Ramayana walaupun ada keripik apel merek lain b. Saya tetap setia membeli Keripik Apel merek Ramayana karena mereknya terkenal
Sumber : (Schiffman & Kanuk, 2008)			
Norma Subjektif (X2)	Norma Subjektif adalah perasaan atau pendugaan seseorang terhadap harapan-harapan dari orang-orang yang ada dalam kehidupannya mengenai pembelian keripik apel merek Ramayana dilakukan atau tidak dilakukan pembeli melakukan niat pembelian	1. Opinion on the product : anggapan baik untuk membeli produk keripik apel merek ramayana	a. Keluarga besar saya minta dibelikan oleh-oleh Keripik Apel merek Ramayana setiap kali berkunjung ke Kota Batu b. Teman saya selalu senang diberi Keripik Apel merek Ramayana
		2. Influence on purchasing products : mempengaruhi perilaku pembeli untuk membeli keripik apel merek ramayana	a. Orang-orang di sekitar saya (keluarga/teman) punya sikap yang positif tentang produk camilan Keripik Apel merek Ramayana untuk dibeli b. Saya membeli Keripik Apel merek Ramayana setelah melihat orang-orang

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Pernyataan
			terdekat saya (keluarga/teman) membeli merek tersebut
		3. Presumption of agreement : Anggapan menyetujui untuk membeli keripik apel merek ramayana	a. Keluarga / teman menyetujui untuk membeli produk Keripik Apel Ramayana setidaknya sekali sebagai oleh-oleh
Sumber : (De Cannière et al., 2008)			
Kontrol perilaku (X3)	Kontrol perilaku adalah persepsi perilaku atau pembeli keripik apel merek ramayana mengenai mudah atau sulitnya dalam melakukan niat pembelian	1. Control belief strength : keyakinan dan kepercayaan pembeli untuk melakukan pembelian keripik apel merek ramayana	Keputusan pembelian Keripik Apel merek Ramayana sepenuhnya ada pada diri saya
		2. Control belief power : Tidak sepenuhnya terkontrol oleh anggapan orang lain untuk melakukan pembelian keripik apel merek ramayana	Saya punya kemampuan sendiri atau daya beli untuk membeli Keripik Apel merek Ramayana
Sumber : (De Cannière et al., 2008)			
Niat Pembelian (M/Z)	Niat pembelian adalah kecenderungan atau keinginan melakukan pembelian keripik apel merek ramayana	1. Berniat melakukan pembelian keripik apel merek ramayana	Saya selalu berniat untuk membelikan Keripik Apel merek Ramayana sebagai oleh-oleh untuk orang terdekat saya
		2. Melakukan pembelian karena kebutuhan oleh-oleh	Saya berminat melakukan pembelian Keripik Apel merek

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Pernyataan
			Ramayana langsung di tokonya
		3. Kebutuhan oleh-oleh	Saya akan memenuhi kebutuhan oleh-oleh dengan membeli Keripik Apel merek Ramayana di tokonya
		4. Selalu melakukan pembelian untuk oleh-oleh	Saya selalu melakukan pembelian Keripik Apel merek Ramayana yang saya butuhkan untuk oleh-oleh
		5. Melakukan pembelian ulang oleh-oleh	Saya akan melakukan pembelian Keripik Apel merek Ramayana dengan jumlah yang relatif sama dari pembelian sebelumnya
Sumber : (Taylor & Baker, 1994)			
Perilaku pembelian (Y)	Perilaku pembelian adalah pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian atau tidak melakukan terhadap niat pembelian keripik apel merek ramayana	1. Keripik apel merek Ramayana mempengaruhi keputusan pembelian	Ketika saya ingin membeli suatu oleh-oleh keripik apel, saya selalu teringat merek ramayana
		2. Menentukan produk yang diinginkan	Saya lebih menyukai Keripik Apel merek Ramayana dari pada keripik apel merek yang lain
		3. Pilihan saat membeli keripik apel merek ramayana	Saya memilih membeli Keripik apel merek Ramayana walaupun harganya lebih mahal
Sumber : (Lee 2008)			

3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Sumber Data

Menurut (Sugiyono 2019) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berdasarkan jawaban kuesioner yang dibagikan kepada seluruh responden.

3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono 2018), menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif yang digunakan yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapatan, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, Teknik pengumpulan data dengan pengamatan (kuesioner) online, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Metode ini dilakukan dengan mengajukan daftar pertanyaan yang bersifat tertutup kepada responden. Kuesioner disebarakan atau diberikan kepada pembeli yang melakukan transaksi atau pembelian langsung pada outlet Keripik Apel merek Ramayana dan sudah melakukan pembelian sebanyak minimal 1 kali.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Skala pengukuran yang digunakan adalah dengan 5 skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dimana fenomena ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Tabel 3.2. Skala Likert

No	Simbol	Keterangan	Nilai
1	STS	Sangat Tidak Setuju	1
2	TS	Tidak Setuju	2
3	N	Netral	3
4	S	Setuju	4
5	SS	Sangat Setuju	5

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono 2019), validitas merupakan hasil penelitian yang valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian yang diteliti. Mekanisme pengujian pada penelitian ini menggunakan korelasi antara skor yang diperoleh terhadap tiap instrument menggunakan skor keseluruhan. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah korelasi *product moment* dari pearson yaitu :

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

Keterangan :

x : pertanyaan nomor tertentu

y : skor total

N : jumlah responden

r : koefisien korelasi pearson validitas

Adapun cara pengambilan Keputusan dalam uji validitas adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai r hitung $> r$ tabel, maka item pernyataan dalam angket berkorelasi signifikan terhadap skor total = valid.
- b. Jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka item pernyataan dalam angket tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total = tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Untuk menilai reliabel tidaknya suatu instrument dilakukan dengan mengkonsultasikan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument dinyatakan tidak reliabel. Sedangkan reliabel adalah kemampuan kuesioner memberikan hasil pengukuran yang konsisten. Dalam mencari realibilitas dalam penelitian ini menggunakan Teknik Cronbach Alpha untuk menguji realibilitas, alat ukur yaitu Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Niat Pembelian, dan Perilaku Pembelian. Koefisien Cronbach Alpha $>$

0,70 maka dinyatakan andal atau suatu konstruk maupun variabel dinyatakan tidak andal. Realibilitas dalam penelitian ini adalah uji reabilitas Alpha, yaitu :

$$R_n = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum ab^2}{o^2} \right)$$

Keterangan :

R_n : relatif instrument

k : banyak pertanyaan

$\sum ab^2$: jumlah varians

o^2 : varians total

Adapun kriteria reliabilitas adalah sebagai berikut :

- Apabila nilai *alpha Cronbach* $\geq 0,6$ reliabel
- Apabila nilai *alpha Cronbach* $\leq 0,6$ tidak reliabel

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Rentang Skala

- skor terendah : bobot terendah x jumlah sampel = 1 x 245 = 245
- skor tertinggi : bobot tertinggi x jumlah sampel = 5 x 245 = 1.225

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

m = alternatif jawaban tiap item

$$\begin{aligned} RS &= \frac{n \times (m-1)}{m} \\ &= \frac{245 \times (5-1)}{5} \\ &= \frac{245 \times 4}{5} \\ &= \frac{980}{5} \\ &= 196 \end{aligned}$$

Untuk rentang skalanya karena 245 merupakan nilai terendah maka 245 ditambah hasil rentan skala : $245 + 196 = 441$, demikian seterusnya ditambah 196 sampai skor tertinggi 1.225 sehingga terbentuk tabel rentang skala sebagai berikut:

Tabel 3.3. Rentang Skala

Rentang Skala	Variabel					Nilai Jawaban
	Sikap	Norma Subjektif	Kontrol perilaku	Niat Perilaku	Perilaku Pembelian	
245 – 441	Sangat Tidak Positif	Sangat Tidak Setuju	Sangat Tidak Mudah	Sangat Tidak Berniat	Sangat Tidak Terlibat	1
441 – 637	Tidak Positif	Tidak Setuju	Tidak Mudah	Tidak Berniat	Tidak Terlibat	2
637 – 833	Biasa	Ragu-ragu	Biasa	Biasa	Cukup Terlibat	3
833 – 1.029	Positif	Setuju	Mudah	Berniat	Terlibat	4
1.029– 1.225	Sangat Positif	Sangat setuju	Sangat Mudah	Sangat Berniat	Sangat Terlibat	5

3.8.2 Analisis Data Penelitian

Dalam uji analisis data terdapat dua teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu Analisis Regresi Linear Berganda dan Analisis Regresi Linear Sederhana.

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sugiyono 2018) Regresi linear berganda untuk mengetahui bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen. Penerapan metode regresi linear berganda jumlah variabel yang digunakan lebih dari satu yang mempunyai satu variabel terikat. Rumus regresi linear berganda, sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Variabel Niat Pembelian

α : Konstanta

b_1 : Koefisien regresi Sikap

b_2 : Koefisien regresi Norma Subjektif

b_3 : Koefisien regresi Kontrol Perilaku

X_1 : Variabel Sikap

X_2 : Variabel Norma Subjektif

X_3 : Variabel Kontrol Perilaku

e : Error/Sisa

b. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi Linear Sederhana merupakan suatu analisis statistik yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara satu variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel terikat (*dependent*). Analisis ini dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus regresi linear sederhana, sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_x$$

Keterangan :

Y : Variabel Perilaku Pembelian

x : Niat Pembelian

α : Konstanta (nilai dari Y apabila $X=0$)

b : Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Suatu Model penelitian bila dikatakan baik apabila penelitian tersebut sudah lulus uji asumsi klasik. Dalam uji asumsi klasik terdapat beberapa tahapan uji yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu :

1) H_a = Jika p value (Sig) > $\alpha = 0,05$ hipotesis berdistribusi normal

2) H_a = Jika p value (Sig) < $\alpha = 0,05$ hipotesis berdistribusi tidak normal

b. Uji Multikolinieritas

Menurut (Ghozali 2018) uji multikolinieritas adalah uji yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel *independent*. Jika variabel *independent* saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel *independent* yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk

mengetahui ada tidaknya multikolinearitas diantara variabel indepen dapat dilihat dari nilai toleran maupun *variance inflation factor* (VIF). Kriteria pengambilan keputusan penggunaan nilai toleran dan VIF tersebut menurut *Ghozali* (2016) adalah :

- 1) Jika nilai toleran $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikoleniaritas diantara variabel indepen
- 2) Jika nilai toleran $\leq 0,10$ atau nilai VIF ≥ 10 maka terjadi multikoleniaritas diantara variabel indepen

3.8.4 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (*Ghozali* 2018), uji heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini yaitu dengan cara melihat *scatter plot*, model regresi dikatakan tidak terjadinya heteroskedastisitas harus memenuhi syarat sebagai berikut :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskesdatisitas

3.8.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan agar peneliti mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independent dan variabel dependen

a. Uji t

Untuk melihat variabel independent dan dependen memiliki pengaruh yang signifikan maka uji t dapat digunakan. Uji t akan dilakukan dengan membuat

perbandingan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Berikut merupakan rumus dari perhitungan uji t :

$$t_{hit} = \frac{bi}{se}$$

Keterangan :

bi = nilai estimasi parameter bi

$se (bi)$ = standart eror bi

Dengan ketentuan hipotesis sebagai berikut :

- 1) Jika t hitung > t tabel, maka hipotesis diterima
- 2) Jika t hitung < t tabel, maka hipotesis tolak

