

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Desain penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis untuk mencapai tujuan. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana data yang dinyatakan dalam bentuk angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Menurut Abdullah, dkk. (2022) pendekatan kuantitatif adalah satu pendekatan dalam menganalisis data yang dilandaskan pada filsafat *positivisme* yang bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### **3.2 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer diperoleh dari observasi konsumen “Madu Murni Tamara” secara langsung dan melalui pengisian kuesioner yang berisi pertanyaan kepada responden yang disebarkan kepada konsumen yang pernah melakukan keputusan pembelian Madu Murni Tamara. Penelitian terdahulu dan sumber lainnya juga digunakan untuk mendukung penelitian ini.

#### **3.3 Waktu dan Tempat**

Penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus 2023 – Februari 2024. Penelitian dilakukan di 1 tempat UMKM Madu Murni Tamara yang berada di Tulungagung. Pertimbangan memilih lokasi penelitian di tempat tersebut ialah karena tingkat penjualan terbesar dan memenuhi kriteria UMKM yang akan digunakan sebagai tempat penelitian. Lokasi penelitian ini berada di JL. Papingka

Kelurahan Kutoanyar Kecamatan Tulungagung Kabupaten Tulungagung, alasan dipilihnya Madu Murni Tamara yang berada di kabupaten Tulungagung

### 3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dari populasi disesuaikan dengan kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian (Mamik, 2015). Sampel yang diambil berdasarkan kuesioner yang diuji oleh responden yang sudah pernah melakukan pembelian minimal satu kali, sudah pernah mengonsumsi Madu Murni Tamara, memiliki rentang usia diatas 17 Tahun maka layak dijadikan sumber data atau responden, maka peneliti akan menggunakannya sebagai sampel. Penelitian ini dilakukan secara langsung dan tidak langsung meliputi konsumen yang melakukan pembelian secara *offline* dan *online* dilakukan pembagian link googleform kepada pembeli untuk mengisi kuesioner.

Dalam penelitian ini diadaptasi dari teori *Hair*. Banyaknya jumlah sampel ditentukan oleh banyaknya jumlah item pertanyaan yang digunakan (Hair 2019).

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 12 \times 5 \\ &= 60\end{aligned}$$

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengambilan data digunakan oleh para peneliti untuk mendapatkan data yang diperlukan. Studi ini menggunakan data primer. Data utama diterima langsung dari konsumen dari UMKM Madu Murni Tamara, sehingga data yang dipakai diperoleh dari beberapa sumber. Pengumpulan data primer dengan metode antara lain:

a) Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang secara sistematis diatur oleh berbagai masalah untuk mendukung penelitian.

b) Wawancara

Wawancara ini dilakukan secara langsung dengan konsumen yang membeli produk Madu Murni Tamara.

c) Dokumentasi

Data kuesioner dicatat bersamaan dengan pengambilan foto lapangan dengan konsumen Madu Murni Tamara

Pada pengisian kuesioner, responden akan menjawab, setiap item akan terdiri dari jawaban “Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju”. Setiap item pertanyaan akan mendapat skor. Skor ini dapat dianggap sebagai skala atau ukuran interval (Anshori dan Iswati, 2020) seperti pada tabel berikut:

Tabel 1 Skor Jawaban

No	Jawaban Responden	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: sugiyono (2016)

Berdasarkan penjelasan di atas, jenis data pada penelitian ini adalah data ordinal. Alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah menggunakan skala Likert. Tingkat pengukuran data pada skala Likert adalah data ordinal maka apabila akan menganalisis dengan statistika parametrik harus dinaikkan terlebih dahulu menjadi data interval (Suliyanto 2006). Penelitian ini sebelum diolah ke dalam analisis regresi linier berganda, data ordinal diubah menjadi data interval terdahulu melalui MSI (*Method of Successive Interval*).

### 3.6 Metode Analisis Data

#### 1. Uji MSI

Penelitian ini mentransformasi data dari data ordinal ke data interval dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*) dan selanjutnya dapat digunakan input analisis data dengan menggunakan SPSS (Suliyanto, 2006). Berikut Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data ordinal ke data interval (Bambang dkk., 2022):

- a. Ambil data ordinal hasil kuisioner
- b. Setiap pertanyaan, dihitung proporsi jawaban untuk setiap kategori jawaban dan hitung proporsi kumulatifnya

- c Menghitung nilai z (tabel distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif. Untuk data  $n > 30$  dianggap mendekati luas daerah dibawah kurva normal.
- d Menghitung nilai densitas untuk setiap proporsi kumulatif dengan memasukan nilai z pada rumus distribusi normal.
- e Menghitung nilai skala dengan rumus *Method of Succesive Interval*

$$\text{Mean of interval} = \frac{(\text{Dencity at Lower Limit}) - (\text{Dencity at Upper Limit})}{(\text{Area Below Upper Limit}) - (\text{Area Bellow Lower Limit})}$$

- f Menentukan niali transformasi (nilai untuk skala interval) dengan menggunakan rumus:

$$\text{Nilai Transformasi} = \text{Nilai Skala} + \text{Nilai Skala Minimal} + 1$$

Adapun di dalam proses pengolahan data MSI tersebut, peneliti menggunakan bantuan microsoft excel.

## 2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menggukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2015). Uji validitas ini dapat disampaikan hal pokok, jika  $r$  tabel  $< r$  hitung, maka butir soal tersebut valid.

## 3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan seberapa handal suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Noor, 2011). Reliabilitas menunjukkan

konsistensi atau stabil hasil pengukuran. Uji reliabilitas ini dapat disampaikan hal pokok, jika nilai  $\alpha > 0.60$  disebut reliabel.

#### 4. Analisis deskriptif

Menurut Silvia (2020) analisis statistik deskriptif merupakan metode pengumpulan data, mengolah dan menganalisa serta mengambil kesimpulan. Melihat perfoma data di masa lalu untuk penarikan sampel proses keputusan pembelian oleh konsumen yang diperoleh melalui kuesioner. Analisis deskriptif menyajikan data dan informasi dalam bentuk tabel sederhana kemudian dipresentasikan berdasarkan responden.

#### 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Secara umum model regresi linier berganda untuk menguji hipotesis mengenai kekuatan variabel independent terhadap variabel dependen, dengan model sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Nilai Konstanta

X1 = Kualitas Produk

X2 = Citra Merek

b1,b2 = Koefisien X1, X2

e = Pengaruh Variabel Lain

##### a Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi dilambangkan dengan  $R^2$  dan dijelaskan dalam presentase (%). Menurut Kurniawan dan Yuniarto (2016) koefisien determinasi adalah nilai yang digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independent (X) terhadap variasi (naik atau turunnya) variabel dependen (Y).

koefisien determinasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independent (kualitas produk dan citra merek) dalam mempengaruhi variabel dependen (variabel keputusan pembelian).

b Uji Hipotesis

1) Uji F

Menurut Rifkhan (2023) uji F adalah pengujian yang dilakukan untuk melihat seberapa besar adanya pengaruh atau tidak antara variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Uji simultan ini bertujuan untuk menguji apakah variabel-variabel kualitas produk dan citra merek mempunyai pengaruh yang signifikan secara keseluruhan terhadap keputusan pembelian. Pengujian hipotesis menurut Rifkhan (2023) menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Uji F} = \frac{R^2/(n-1)}{(1-R^2)/(n-k)}$$

Keterangan:

$R^2$  = Nilai koefisien determinasi

$n$  = Banyaknya jumlah sampel

$k$  = Jumlah variabel bebas

pengujian menggunakan program komputer SPSS dengan kriteria sebagai berikut:

Jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak

Jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima

2) Uji t

Uji t ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Agusiady, 2022). Uji t dalam penelitian ini

digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel kualitas produk dan citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian. Adapun rumus untuk menguji hipotesis sebagai berikut:

$$\text{Uji } t = \sqrt{\frac{n-(k+1)}{1-r^2}}$$

Di mana:

n = Jumlah sampel

r = Nilai korelasi parsial

k = Jumlah variabel independent

Pengujian uji t telah dilakukan menggunakan program komputer SPSS dengan kriteria sebagai berikut:

Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak

Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima

### **3.7 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Definisi operasional merupakan penjelasan mengenai istilah-istilah yang digunakan dalam penelitian yang akan dilaksanakan. Penelitian ini aspek yang diteliti merujuk pada pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk madu di Tulungagung yang meliputi:

Tabel 2 Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala		
Kualitas Produk	Keseluruhan karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen	Kinerja ( <i>performance</i> )	1. Rasa khas madu	Ordinal		
			2. Aroma khas madu			
		Daya tahan ( <i>Durability</i> )	3. Lamanya penyimpanan	Ordinal		
			Kesesuaian dengan spesifikasi ( <i>conformance to specification</i> )		4. Berlogo halal	Ordinal
		Keistimewaan tambahan ( <i>features</i> )	5. Variasi produk	Ordinal		
		Estetika ( <i>aesthetics</i> )	6. Desain model yang menarik	Ordinal		
Citra Merek	Tanggapan yang bersifat positif dan negatif yang dinilai oleh konsumen terhadap suatu merek	Kekuatan ( <i>strengthness</i> )	1. Harga produk	Ordinal		
			Keunikan ( <i>uniqueness</i> )		2. Merek mudah diingat	Ordinal
			Keunggulan ( <i>favorable</i> )		3. Produk favorit	

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala
Keputusan Pembelian	Kegiatan pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan		1. Kemantapan dalam membuat keputusan pembelian	Ordinal
			2. Kecepatan dalam membuat keputusan pembelian	Ordinal
			3. Kebiasaan dalam mengambil keputusan pembelian produk	Ordinal

Pengukuran variabel dalam penelitian ini diukur dari kualitas produk (X1), citra merek (X2), dan keputusan pembelian (Y). variabel diukur dengan skala likert. Berikut tabel pengukuran variabel dan indikator dalam penelitian ini:

Tabel 3 Pengukuran Variabel

No.	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
1.	Kualitas Produk	a. Rasa	1. Madu Murni Tamara memiliki cita rasa yang khas
		b. Aroma	2. Madu Murni Tamara memiliki aroma yang khas
		c. Variasi produk	3. Madu Murni Tamara memiliki banyak variasi produk
		d. Lama penyimpanan	6. Madu Murni Tamara mencantumkan tanggal kadaluarsa
		e. Berlogo halah	7. Madu Murni Tamara mencantumkan logo halah
		f. Desain produk	8. Madu Murni Tamara memiliki desain produk yang menarik

<b>No.</b>	<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item Pertanyaan</b>
2.	Citra Merek	a. Harga produk b. Merek mudah diingat c. Produk favorit	1. Madu Murni Tamara memiliki harga produk yang beragam 2. Madu Murni Tamara memiliki nama atau logo mudah diingat 3. Madu Murni Tamara merupakan produk yang difavoritkan masyarakat
3.	Keputusan Pembelian	a. Kemantapan dalam membuat keputusan pembelian b. Kecepatan dalam membuat keputusan pembelian c. Kebiasaan dalam mengambil keputusan pembelian	1. Saya mantap dalam membuat keputusan pembelian Madu Murni Tamara 2. Saya cepat dalam membuat keputusan pembelian produk Madu Murni Tamara 3. Saya terbiasa dalam mengambil keputusan pembelian produk Madu Murni Tamara