

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan strategi *asosiatif*, yang merupakan penelitian dimana metode yang digunakan dengan melakukan pendekatan mengenai hubungan pada dua variabel atau lebih. Dimana dari hasil tersebut diharapkan dapat dibangun sebuah wawasan yang dapat memberikan pemahaman, peramalan dan pengendalian atau kontrol terhadap suatu kejadian.

Penelitian *asosiatif* yang digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Promosi (X_3) dengan variabel Y (variabel terikat) yaitu Keputusan Pembelian (Y).

3.2 Populasi Dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Sugiyono (2018:130) mengemukakan bahwa populasi sebagai wilayah secara umum yang terdiri atas obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti lalu dibuat kesimpulannya.

Dalam penelitian populasi dibedakan menjadi dua yaitu populasi secara umum dan populasi target (target population). Populasi target adalah populasi yang menjadi sasaran keberlakuan kesimpulan penelitian kita (Sukmadinata, 2012:80). Adapun populasi umum dalam penelitian ini adalah orang yang gemar konsumsi indomie. Sedangkan populasi target adalah orang yang gemar konsumsi indomie di kecamatan Tarumajaya.

Berdasarkan definisi diatas, Populasi umum pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah mengkonsumsi mie instan merek indomie, jumlah anggota populasi umum tidak diketahui.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel menurut Sugiyono, (2016:118) sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dipunyai oleh populasi tersebut.

Menurut Sugiyono, (2017:81) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik sampling menurut Sugiyono, (2016:81) ialah teknik pengambilan sampel, untuk menentukan sampel yang akan digunakan. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan berdasarkan populasi, dengan cara menggunakan Non-probability Sampling dengan metode purposive sampling dimana teknik dalam pengambilan sampel ini memiliki pertimbangan-pertimbangan yang sudah ditentukan kepada responden.

Dalam penentuan jumlah sampel yang digunakan Sugiyono, (2017:91) menyarankan tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 4 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 4 = 40$.

Karena metode analisis penelitian ini menggunakan korelasi, maka sesuai dengan saran tersebut pada nomor 3 (tiga) di atas. Berikut perhitungan matematis dalam penentuan jumlah sampel penelitian ini yaitu:

1. Jumlah anggota sampel yang digunakan penelitian sebesar 18 sampel, memilih 18 sampel.

2. Jumlah variabel dalam penelitian ini adalah 3 (tiga) variabel bebas + 1 (satu) variabel terikat. Maka jumlah variabel dalam penelitian sebanyak 4 variabel.

Dengan demikian jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 18 dikali dengan 4 variabel yaitu 72 sampel namun hanya 71 responden yang mengisi kuesioner dengan lengkap. Jadi, hasil akhir sampel yang digunakan adalah sebanyak 71 sampel.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode survei, yaitu metode pengumpulan data primer yang diperoleh langsung berupa opini atau pendapat dari warga tarumajaya dengan menjawab semua pertanyaan yang terdapat di dalam kuesioner. Penelitian dilakukan selama dua hari, pada tanggal 28 juni 2021 dan 29 juni 2021. Adapun sumber daya yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Google Form.

Untuk pengumpulan data, peneliti mengambil data dan informasi yang ada hubungannya dengan materi penelitian, yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *smartphone* dan media sosial.

2. Riset Lapangan.

Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data langsung dari Warga Tarumajaya sebagai objek penelitian dengan melalui cara-cara sebagai berikut:

a. Observasi.

Metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap obyek penelitian sebagai sumber data.

b. Kuesioner.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini,

peneliti menggunakan skala likert untuk skala pengukurannya. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2019:146) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena yang ada. Fenomena sosial di sini telah dijelaskan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Seperti tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3.1

Ketentuan Instrumen Pengukuran Penelitian

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2019:147)

3.4 Operasional Variabel

Variabel merupakan suatu nilai dari orang. Operasionalisasi variabel sendiri memiliki arti deskripsi mengenai variabel-variabel penelitian dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut. Penelitian ini memiliki variabel bebas dan variabel terikat.

Menurut (Sugiyono, 2019: 69) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi perubahan dari variabel terikat. Sementara itu, variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Berikut adalah operasional variabel pada penelitian ini:

- a. Kualitas Produk (X1), merupakan keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk

memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

- b. Harga (X2), merupakan sejumlah uang yang ditagihkan, atas suatu produk atau jasa atau jumlah dan nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dan memiliki atau menggunkan suatu produk atau jasa
- c. Promosi (X3), merupakan sejenis komunikasi yang memberikan penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen.
- d. Keputusan pembelian (Y), merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian.

Variabel-variabel yang diukur dijabarkan ke dalam beberapa indikator dan masing-masing indikator mempunyai sub indikator. Sub indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrument yang berupa pernyataan dalam sebuah kuesioner. Indikator-indikator yang digunakan untuk penyusunan kuesioner penelitian dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2

Definisi Operasional Dan Skala Pengukuran Variabel

Variabel Penelitian	Indikator	Sub Indikator	No Item
	Kinerja	Karakteristik operasi dan produk inti	1
	Ketahanan	Ketahanan produk atau kadaluwarsa produk	2

Kualitas Produk (X ₁)	Kehandalan	Ukuran kemungkinan produk yang tidak akan mengalami kegagalan atau kerusakan	3
	Keistimewaan	Keistimewaan produk tersebut	4
	Kualitas kesesuaian	Semua produk diproduksi identik dan telah memenuhi standar	5

	Estetika	Daya tarik suatu produk terhadap panca indra	6
	Desain	Totalitas penampilan yang meliputi rasa dan tampilan pada suatu produk	7

Sumber: Tjiptono (2008:25)

Variabel Penelitian	Indikator	Sub indikator	No Item
Harga (X ₂)	Keterjangkauan Harga	Penetapan harga yang dilakukan oleh penjual atau produsen	1
	Daya saing harga	Penawaran harga yg berbeda dari setiap penjual sehingga konsumen membandingkan harga satu sama lain	2
	Kesesuaian harga dengn kualitas produk	Penetapan harga yg dilakukan oleh penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang didapat oleh konsumen	3
	Kesesuaian harga dengan manfaat produk	Penetapan harga yg dilakukan oleh penjual yang sesuai dengan manfaat yang diperoleh oleh konsumen	4

Sumber: Kotler dan Amstrong(2012:278)

Variabel Penelitian	Indikator	Sub indikator	No Item
Promosi (X ₃)	Periklanan	Bentuk berbayar dari presentasi non personal dan promosi ide barang melalui sponsor yang jelas	1
	Promosi penjualan	Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk	2
	Hubungan masyarakat	Program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produknya.	3
	Pemasaran langsung	Penggunaan surat, telepon, faksmile atau e-mail untuk berkomunikasi secara langsung terhadap pelanggan	4
	Pemasaran dari mulut ke mulut	Komunikasi lisan, tertulis antara masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan dan pengalaman membeli produk	5

Sumber: Kotler dan Amstrong (2012:432)

Variabel Penelitian	Indikator	Sub indikator	No Item
Keputusan Pembelian (Y)	Kemantapan produk	Pilihan berdasarkan mutu, kualitas, harga yang terjangkau yang dapat memantapkan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk	1
	Kebiasaan dalam membeli produk	Kebiasaan konsumen dalam membeli produk karena sudah	2

		merasakan manfaat dari produk tersebut	
	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	Keinginan rekomendasi produk ke rekan bahwa produk tersebut lebih baik daripada produk lain	3
	Melakukan pembelian ulang	Kepuasan konsumen dalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk akan menyebabkan tingkat pembelian ulang suatu produk	4

Sumber: Kotler (2014:212)

3.5 Metoda Analisis Data

3.5.1 Metode Pengolahan Data

Suatu kuesioner atau hipotesis berhubungan dengan kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki tingkat kehandalan dan tingkat valid yang akurat. Pengujian dan pengukuran tersebut menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

1. Uji Validitas

Metode yang akan digunakan yaitu dengan membandingkan nilai korelasi atau r hitung dari variable penelitian dengan nilai r tabel. Syarat minimum suatu item dianggap valid apabila hasilnya sebesar 0,30 atau lebih. Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu kuisisioner dikatakan akurat dan handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Alat untuk mengukur

reabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Menurut Ghozali (2016:48) Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *koefisien Cronbach Alpha* $> 0,60$.

- a. Hasil $a > 0,60 = \text{reliabel atau konsisten}$.
- b. Hasil $a < 0,60 = \text{tidak reliabel atau tidak konsisten}$.

3.5.2 Metode penyajian data

Data pada penelitian ini akan disajikan dalam bentuk tabel agar memudahkan dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis.

3.5.3 Alat Analisis Statistik Data

Metode analisis statistik data dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien determinasi parsial, koefisien determinasi simultan, pengujian hipotesis parsial dan simultan.

a. Analisis Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi antara nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil memiliki arti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variable terikat.

1. Analisis Koefisien Determinasi Parsial

Analisis ini dapat digunakan dalam suatu penelitian apabila penelitian tersebut terdapat lebih dari satu variabel bebas. Koefisien korelasi parsial digunakan untuk mengetahui hubungan-hubungan variabel bebas tertentu terhadap perubahan variabel terikat.

2. Analisis Koefisien Determinasi Simultan

Analisis ini digunakan untuk mengetahui variabel aktivitas, minat, dan opini dengan keputusan pembelian secara simultan. Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh seluruh variabel independen dengan variabel dependen.

3. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis ini digunakan untuk menghitung adanya pengaruh antara kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan promosi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) yang mana pengujian hipotesis terhadap ρ merupakan unsur utama pembentuk koefisien determinasi. Keputusan dari uji hipotesis hampir selalu dibuat berdasarkan pengujian hipotesis nol. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

a. Uji Hipotesis Parsial

Untuk menguji pengaruh signifikan antara variabel bebas (kualitas produk, harga, dan promosi) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) secara parsial. Langkah-langkah pengujian ini adalah sebagai berikut:

Pengaruh X_1 (Kualitas Produk) terhadap Y (Keputusan Pembelian)

$H_0: \rho_{y_{1.23}} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap Y keputusan pembelian).

$H_a: \rho_{y_{1.23}} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap Y keputusan pembelian).

Pengaruh X_2 (Harga) terhadap Y (Keputusan Pembelian).

$H_0: \rho_{y_{2.31}} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap Y keputusan pembelian).

$H_a: \rho_{y_{2.31}} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh antara harga terhadap Y keputusan pembelian).

Pengaruh X_3 (Promosi) terhadap Y (Keputusan Pembelian).

$H_0: \rho_{y_{3.21}} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh antara promosi terhadap Y keputusan pembelian).

$H_a: \rho_{y_{3.21}} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh antara promosi terhadap Y keputusan pembelian).

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel bebas pada perubahan variabel terikat secara parsial, dilihat dari *significance t* dibandingkan dengan taraf nyata (α) yang digunakan sebesar (5% = 0,05) dengan kriteria:

H_0 ditolak, jika *significance t* < 0,05

H_a diterima jika *significance t* \geq 0,05

Uji Hipotesis Simultan

$H_0: \rho_{y_{1,2,3}} = 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian)

$H_a: \rho_{y_{1,2,3}} \neq 0$ (secara simultan terdapat pengaruh antara Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian).

Untuk menguji pengaruh perubahan variabel terikat secara simultan, dilihat dari nilai *significance F* dibandingkan dengan taraf nyata (α) yang digunakan sebesar (5% = 0,05) untuk menentukan daerah kritis, dengan kriteria:

H_0 ditolak, jika *significance F* < 0,05.

H_a diterima jika *significance F* \geq 0,05.