

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian asosiatif maksudnya adalah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar atau kecil tetapi data yang dipelajari adalah sampel yang diambil dari populasi (Suryani dan Hendriyadi, 2016). Metode survey dipilih karena banyaknya konsumen Produk Diamond Fresh Milk maka tidak mungkin dilakukan penelitian pada seluruh konsumen Produk Diamond Fresh Milk sehingga dilakukan pengambilan sampel yang mewakili populasi.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1. Populasi Penelitian**

Suryani dan Hendryadi (2016) populasi adalah sekelompok kejadian atau benda yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian. Populasi umum dalam penelitian ini adalah konsumen Produk Diamond Fresh Milk.

##### **3.2.2. Sample Penelitian**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Dalam teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan pendekatan *convenience sampling*. Suryani dan Hendriyadi (2016) *nonprobability sampling* artinya setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama sebagai sampel.

Sedangkan *convenience sampling* dalam memilih sampel peneliti tidak mempunyai pertimbangan kecuali berdasarkan kemudahan saja, seseorang

diambil sebagai sampel karena kebetulan dia mengenal orang tersebut (Suryani dan Hendriyadi, 2016).

### **3.3. Data dan Metode Pengumpulan**

#### **3.3.1. Data Primer**

Suryani dan Hendryadi (2016) data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari objeknya. Dalam penelitian ini data primer yang digunakan melalui kuisisioner yang disebarakan secara langsung maupun online berupa *google form* kepada responden yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti. Peneliti menyebarkan kuisisioner dengan cara memberikan link melalui aplikasi WhatsApp kepada konsumen yang berkunjung ke Diamond Fair Indonesia.

#### **3.3.2. Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data pada penelitian ini berupa kuisisioner dengan metode survei yang disebarakan pada responden baik secara langsung maupun online berupa *google form*. Suryani dan Hendryadi (2016) kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk dijawabnya. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian tertentu (Sugiyono, 2017). Variabel yang diukur dan dijabarkan kedalam beberapa indikator. Indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak dalam menyusun item-item instrumen yang berupa pernyataan dalam sebuah kuisisioner. Jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti yang tercantum pada tabel 3.1 berikut ini.

**Tabel 3.1. Bobot Nilai Skala Likert**

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

Sumber : Sugiyono (2017)

### 3.4. Operasional Variabel

Sugiyono (2017) variabel penelitian dapat didefinisikan sebagai atribut atau sifat atau nilai orang, kegiatan, atau objek yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Penelitian terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel eksogen dan variabel endogen.

1. Ghozali (2018) variabel eksogen merupakan variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel eksogen adalah Persepsi Harga ( $X_1$ ), Merek ( $X_2$ ) dan Daya Tarik Iklan ( $X_3$ )
2. Ghozali (2018) variabel endogen merupakan variabel yang nominalnya di pengaruhi atau ditentukan oleh variabel lain. Dalam penelitian ini variabel endogen adalah Minat Beli ( $Y$ ).

Operasional variabel merupakan penjabaran mengenai definisi dan indikator dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Adapun sub variabel dan indikator dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2. Indikator Variabel Penelitian**

Variabel	Dimensi	Indikator
Persepsi Harga ( $X_1$ )  (Kotler & Armstrong, 2017)	Keterjangkauan harga	- Harga produk sesuai daya beli
		- Harga produk ini mahal
	Kesesuain Harga dengan kualitas produk	- Harga produk tidak sesuai dengan kualitas produk
		- Harga produk sebanding dengan kualitas produk
Daya saing harga	- Harga produk dibawah harga	

		produk pesaing
		- Harga produk ini sama dengan harga produk pesaing
		- Harga produk ini diatas dengan harga produk pesaing
	Kesesuaian harga dengan manfaat produk	- Harga produk tidak sebanding dengan manfaat/nilai yang dirasakan konsumen
		- Harga produk sebanding dengan manfaat/nilai yang dirasakan konsumen
		- Harga produk lebih tinggi dari manfaat/nilai yang dirasakan konsumen
Merek (X2) Kotler dan Keller (2016)	Identitas Merek	- Fresh milk diamond mudah dikenali karena logo atau gambar produknya
		- Minum Fresh milk diamond dikenal sebagai produk yang melambangkan kesehatan
	Kepribadian Merek	- Fresh milk diamond mencerminkan produk kesehatan yang dinamis
		- Fresh milk diamond cocok diminum untuk orang yang konsisten menjaga kesehatannya
	Asosiasi Merek	- Fresh milk diamond berasosiasi dengan minuman susu segar yang bergizi
		- Fresh milk diamond adalah 100% susu segar langsung dari peternakan terbaik.
	Sikap terhadap merek	- Fresh milk diamond menunjukkan produk yang konsisten menjaga kesehatan tubuh
		- Fresh milk diamond memiliki komitmen yang tinggi dalam menghasilkan susu segar yang berkualitas
	Manfaat Merek	- Minum fresh milk diamond bermanfaat bagi kesehatan tubuh

		- Minum fresh milk diamond membuat konsumen merasa lebih sehat di setiap harinya
Daya Tarik Iklan (X3)  Kotler and Amstrong (2017)	Kejelasan pesan iklan	- Pesan iklannya mudah dimengerti
		- Bahasa iklannya mudah dipahami
	Kecocokan bintang iklan	- Bintang iklan cocok dengan karakteristik produk
		- Ada kesesuaian antara merek produk dengan karakteristik bintang iklan
	Kemenarikan jingle dan tag line iklan	- Jingle musik mudah diingat
		- Tagline iklan "100% fresh from farm to glass" membangkitkan minat beli konsumen akan produk susu segar berkualitas
	Frekuensi penayangan iklan	- Iklan sering ditayangkan
		- Tayangan iklan lebih atraktif
	Jangkauan tayangan iklan	- Iklan menjangkau semua segmen
		- Jangkauan promosi lebih luas
Minat beli (Y)  Ferdinand (2016:129)	<i>Transaksional</i>	- Keinginan untuk segera dapat membeli produk yang diinginkan

		- Memiliki minat yang tinggi untuk membeli produk di manapun konsumen dapat menemukannya
		- Keinginan untuk segera dapat menggunakan produk yang dibelinya
	<i>Referensial</i>	- Kesiediaan konsumen untuk merekomendasikan produk kepada orang lain
		- Kesiediaan konsumen untuk memberi masukan demi peningkatan manfaat produk bagi konsumen
	<i>Preferensial</i>	- Kemauan untuk hanya membeli produk yang diinginkan, meskipun ada pilihan produk sejenis lainnya
		- Tidak akan membeli produk apabila tidak tersedia produk yang diinginkan
	<i>Eksploratif</i>	- Keinginan untuk mencari tahu segala sesuatu tentang produk
		- Kesiediaan untuk mencari informasi tentang di mana keberadaan produk
		- Memiliki intensitas yang tinggi dalam mencari informasi tentang produk

### 3.5. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 25. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis linier berganda untuk mengolah dan membahas data yang telah diperoleh dan menguji hipotesis.

#### 3.5.1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif adalah statistik yang memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, maksimum,

minimum, sum, rang, kurtosis, dan skewness (kemencengan distribusi). Statistik Deskriptif mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami. (Ghozali, 2018:19). Statistik deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan mengenai jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan lamanya menjadi konsumen/pelanggan.

### **3.5.2. Uji Kualitas Data**

#### **3.5.2.1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengukur variabel yang ingin diukur. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *corrected item total correlation* dengan kriteria pengambilan keputusan sebagaimana dinyatakan oleh Ghozali (2018:53), suatu instrument penelitian dikatakan valid apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

- 1) Bila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka dinyatakan valid.
- 2) Bila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka dinyatakan tidak valid.

#### **3.5.2.2. Uji Realibilitas**

Uji reliabilitas adalah suatu alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau kontrak. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018:47). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* adalah tolak ukur atau patokan yang digunakan untuk menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala variabel yang ada. Apabila koefisien *Cronbach's Alpha*  $\geq 0,7$  (Ghozali, 2018:48).

### 3.5.3. Uji Asumsi Klasik

#### 3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018:154). Regresi yang baik adalah data distribusi normal, untuk dapat mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak tersedia banyak sekali alat bantu data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *kolmogorov smirnov*. Teknik *kolmogorov smirnov* memiliki kriteria jika signifikansi dibawah 0,05 maka data tidak berdistribusi normal, sedangkan jika signifikansi diatas 0,05 maka data berdistribusi normal. Selain itu analisis grafik adalah salah satu cara termudah untuk melihat normalitas data dengan cara membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal *probability plot*. Normal *probability plot* adalah membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan melalui analisis ini, jika data menyebar di sekitar garis diagonal sebagai representasi pada distribusi normal, berarti model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### 3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas (Ghozali,2018:138). Cara mendeteksi heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen dengan residualnya dan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot*.

Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola-pola yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heterokendastisitas, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokendastisitas (Ghozali, 2018:138).

### 3.5.4. Uji Hipotesis

#### 3.5.4.1 Uji Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, yaitu teknik analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Model dalam penelitian ini adalah :

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

Keterangan :

Y = Minat Beli

X1 = Persepsi Harga

X2 = Merek

X3 = Daya Tarik Iklan

$\alpha$	= Konstanta
$\beta$	= Koefisien Regresi
$e$	= <i>Standart error</i>

#### 3.5.4.2. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R2*)

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2018:95).

#### 3.5.4.3. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (parsial). Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  (Ghozali, 2018:78). Pada tingkat signifikansi 5% dengan kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

1. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $p\text{-value} > 0.05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang artinya salah satu variabel bebas (independen) tidak mempengaruhi variabel terikat (dependen) secara signifikan.
2. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $p\text{-value} < 0.05$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang artinya salah satu variabel bebas mempengaruhi variabel terikat (dependen) secara signifikan.

#### 3.5.4.4. Uji Simultan (Uji f)

Uji F digunakan untuk menguji kemampuan seluruh variabel independen secara bersama-sama dalam menjelaskan variabel dependen. Menurut Ghozali (2018:79) pengujian dapat dilakukan dengan

membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikan sebesar  $\leq 0,05$  dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  dan nilai *p-value* F-statistik  $\leq 0.05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel-variabel dependen.
2. Apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  dan nilai *p-value* F-statistik  $\geq 0.05$  maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima yang artinya variabel independen secara bersama-sama tidak mempengaruhi variabel-variabel dependen.