

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan deskriptif dan asosiatif. Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2016:11) adalah “Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain”. Strategi deskriptif digunakan untuk mengetahui bagaimana persepsi responden tentang desain produk, kualitas produk, harga dan minat beli.

Adapun penelitian asosiatif menurut Sugiyono (2016:12) adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Strategi asosiatif digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh desain produk, kualitas produk dan harga terhadap minat beli di Rapino Yuniior UKM PIK Pulogadung.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016:80). Populasi umum dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian di Rapino Yuniior UKM PIK Pulogadung, sedangkan populasi sasarannya adalah pelanggan yang melakukan pembelian di Rapino Yuniior UKM PIK Pulogadung selama tahun 2018, yaitu sebanyak 2.896 pelanggan. Berikut data pelanggan yang melakukan pembelian Rapino Yuniior UKM PIK Pulogadung selama tahun 2018:

Tabel 3.1. Populasi Penelitian

No.	Bulan	Jumlah Pelanggan
-----	-------	------------------

1.	Januari	421
2.	Februari	113
3.	Maret	237
4.	April	145
5.	Mei	168
6.	Juni	154
7.	Juli	244
8.	Agustus	163
9.	September	324
10.	Oktober	231
11.	November	149
12.	Desember	547
Total		2896

Sumber : Dokumentasi Rapino Yunior (2019)

3.2.2. Sampel penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016:81). Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus representatif (mewakili)".

Dalam penelitian ini, teknik penentuan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016:85), *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden merupakan pelanggan yang melakukan pembelian di Rapino Yunior UKM PIK Pulogadung selama tahun 2018 serta melakukan pembelian lebih dari 1 kali, dengan jumlah sampel yang dianggap sudah mewakili/*representative* dari populasi yang ada. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan e sebesar 10% dengan tingkat kebenaran 90%.

Populasi (N) sebanyak 2.896 pelanggan yang melakukan pembelian pada tahun 2018, dengan asumsi tingkat error (e) = 10%, maka jumlah sampel adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{2.896}{1 + 2.896(10\%)^2} = 96,66 \rightarrow \text{dibulatkan } 97$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 97 orang pelanggan yang melakukan pembelian lebih dari 1 kali dan melakukan pembelian pada tahun 2018 sebagai unit analisis dalam penelitian ini.

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.3.1. Data

Data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data primer. Data primer adalah data yang diperoleh seorang peneliti secara langsung dari obyeknya. Menurut Menurut Sugiyono (2016:139), data primer adalah sebagai adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Data primer adalah data yang diperoleh dengan cara meminta keterangan dari responden yaitu pelanggan Rapino Yunior yang berkunjung ke UKM PIK Pulogadung yang sedang melakukan pembelian sehingga jawaban atas pernyataan kuesioner penelitian ini merupakan data primer dalam penelitian ini. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala *Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan analisis, maka jawaban itu dapat diberi skor (Sugiyono, 2016:94), yaitu:

Tabel 3.2. Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Kode	Skor
1.	Sangat tidak setuju	STS	1
2.	Tidak setuju	TS	2

3.	Setuju	S	3
4.	Sangat setuju	SS	4

Sumber: Sugiyono (2016:94)

3.3.2. Metoda pengumpulan data

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui cara menyebarkan kuesioner secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan, dalam hal ini pelanggan Rapino Yuniior yang berkunjung ke UKM PIK Pulogadung yang sedang melakukan pembelian. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2016:142). Jenis pertanyaan yang penulis gunakan adalah pertanyaan tertutup, yaitu kuesioner yang telah disediakan jawabannya. pertanyaan tertutup akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat, dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mengetahui persepsi responden atas pernyataan yang diajukan mengenai variabel desain produk, kualitas produk, harga, dan minat beli.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah suatu cara untuk mengukur suatu konsep dan bagaimana caranya sebuah konsep diukur sehingga terdapat variabel-variabel yang dapat menyebabkan masalah lain dari variabel lain yang situasi dan kondisinya tergantung pada variabel lain (Sugiyono, 2016:38). Instrumen penelitian digunakan sebagai dasar penyusunan kuesioner, sebagai berikut:

1. Variabel Desain Produk (X_1)

Tabel 3.3. Instrumen Penelitian Variabel Desain Produk (X_1)

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
1.	Desain Produk	Mengikuti perkembangan	Desain produk mengikuti trend masa kini	1

	(X ₁)	zaman	Desain produk sesuai dengan selera	2
		Warna bervariasi	Pilihan warna menarik	3
			Kombinasi warna yang unik	4
		Desain elegan	Model bentuk produk yang elegan	5
			Desain yang berbeda dari produk pesaing	6

Sumber : Suswardji (2012)

2. Variabel Kualitas Produk (X₂)

Tabel 3.4. Instrumen Penelitian Variabel Kualitas Produk (X₂)

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
2.	Kualitas Produk (X ₂)	Kinerja	Tidak mudah luntur	1
			Tidak mudah robek	2
		Keistimewaan tambahan	Fitur yang inovatif	3
			Fitur yang beragam	4
		Kehandalan	Bahan dasar yang berkualitas	5
			Aman dari panas matahari maupun kelembaban air	6
		Kesesuaian dengan spesifikasi	Memiliki tingkat kesesuaian produk sesuai dengan yang dijanjikan.	7
			Memenuhi harapan konsumen	8
		Daya tahan	Produk yang tahan lama	9
			Produk dengan tingkat kerusakan (cacat) yang rendah	10
		<i>Serviceability</i>	Kemudahan layanan untuk diperbaiki ketika produk itu rusak.	11
			Bahan yang dimudah untuk diperbaiki	12
		Estetika	Kebanggaan menggunakan produk	13
			Meningkatkan <i>prestige</i> bagi konsumen	14

Sumber : Alma (2011)

3. Variabel Harga (X₃)

Tabel 3.5. Instrumen Penelitian Variabel Harga (X₃)

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
3.	Harga	<i>Competitive</i>	Harga bersaing	1

	(X ₃)		Sesuai harga	2
			Daftar harga	3
			Pilihan harga	4
	Potongan	Harga khusus	5	
		Adanya diskon/promo	6	

Sumber : Kotler dan Armstrong (2012)

4. Variabel Minat Beli (Y)

Tabel 3.6. Instrumen Penelitian Variabel Minat Beli (Y)

No.	Variabel	Indikator	Sub Indikator	No Item
4.	Minat Beli (Y)	Minat transaksional	Minat membeli	1
			Keinginan membeli produk yang diiklankan	2
		Minat referensial	Mereferensikan produk kepada teman	3
			Mereferensikan produk kepada keluarga	4
		Minat preferensial	Menyukai produk yang ditawarkan	5
			Kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada	6
		Minat eksploratif	Mencari informasi tentang produk	7
			Membandingkan produk dengan pesaing	8

Sumber : Ferdinand (2012)

Untuk mengetahui serta menilai sikap dan persepsi responden tentang desain produk, kualitas produk, harga, serta minat beli, dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Pernyataan dalam kuesioner ini diuji dengan uji validitas instrument dan realibitas instrumen penelitian (Ghozali, 2011:52). Instrumen sebagai alat ukur untuk pengumpul data merupakan suatu yang sangat penting berkaitan dengan kualitas data.

3.4.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu

yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel.

Kriteria:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner valid
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka kuesioner tidak valid

3.4.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas dilakukan dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $r_{Alpha} > 0.60$.

3.5. Metoda Analisis Data

3.5.1 Pengolahan Data

Data yang terkumpul dari kuesioner ditabulasi, selanjutnya diolah. Untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, peneliti menggunakan *software* SPSS, sehingga hasilnya lebih cepat dan tepat.

3.5.2. Penyajian Data

Data yang terkumpul, disajikan dalam bentuk tabel agar memudahkan analisis dan menarik kesimpulan.

3.5.3. Analisis statistik data

Metoda analisis statistik data dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Analisis statistik data yang digunakan dalam penelitian ini adalah koefisien determinasi (parsial dan berganda) serta pengujian hipotesis (parsial dan simultan).

3.5.3.1. Analisis Koefisien Determinasi (KD)

Guna mengukur besarnya kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD). Menurut Ghozali (2011:97), koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, dengan rumus :

1. Determinasi parsial antara X_1 terhadap Y (X_2 dan X_3 konstan)

$$KD_{1.23} = r_{Y1.23}^2 \times 100\%$$

2. Determinasi parsial antara X_2 terhadap Y (X_1 dan X_3 konstan)

$$KD_{2.13} = r_{Y2.13}^2 \times 100\%$$

3. Determinasi parsial antara X_3 terhadap Y (X_1 dan X_2 konstan)

$$KD_{3.12} = r_{Y3.12}^2 \times 100\%$$

4. Determinasi berganda antara X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap Y

$$KD_{1.2.3} = r_{Y123}^2 \times 100\%$$

Keterangan :

$r_{Y1.23}$ = Korelasi parsial antara X_1 dengan Y (X_2 dan X_3 konstan)

$$= \frac{r_{Y1} - r_{Y2} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123}}{\sqrt{(1 - (r_{Y2})^2)(1 - (r_{Y3})^2)(1 - (r_{123})^2)}}$$

$r_{Y2.13}$ = Korelasi parsial antara X_2 dengan Y (X_1 dan X_3 konstan)

$$= \frac{r_{Y2} - r_{Y1} \cdot r_{Y3} \cdot r_{123}}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2)(1 - (r_{Y3})^2)(1 - (r_{123})^2)}}$$

$r_{Y3.12}$ = Korelasi parsial antara X_3 dengan Y (X_1 dan X_2 konstan)

$$= \frac{r_{Y3} - r_{Y1} \cdot r_{Y2} \cdot r_{123}}{\sqrt{(1 - (r_{Y1})^2)(1 - (r_{Y2})^2)(1 - (r_{123})^2)}}$$

$r_{Y1.2.3}$ = Korelasi berganda antara X_1 , X_2 , dan X_3 dengan Y

$$= \sqrt{\frac{(r_{Y1})^2 + (r_{Y2})^2 + (r_{Y3})^2 - 2(r_{y1} \cdot r_{y2} \cdot r_{y3})}{1 - (r_{123})^2}}$$

r_{Y1} = Koefisien korelasi sederhana antara X_1 dengan Y

$$= \frac{\sum x_{li} \cdot y_i}{\sqrt{\sum x_{li}^2} \sqrt{\sum y_i^2}}$$

r_{Y2} = Koefisien korelasi sederhana antara X_2 dengan Y

$$= \frac{\sum X_{2i} \cdot Y_i}{\sqrt{\sum X_{2i}^2} \sqrt{\sum Y_i^2}}$$

r_{Y3} = Koefisien korelasi sederhana antara X_3 dengan Y

$$= \frac{\sum X_{3i} \cdot Y_i}{\sqrt{\sum X_{3i}^2} \sqrt{\sum Y_i^2}}$$

r_{123} = Koefisien korelasi sederhana antara X_1 dengan Y

$$= \frac{\sum X_{1i} \cdot X_{2i} \cdot X_{3i}}{\sqrt{\sum X_{1i}^2} \sqrt{\sum X_{2i}^2} \sqrt{\sum X_{3i}^2}}$$

x_{1i} = $X_{1i} - \overline{X_{1i}}$

= Selisih skor variabel desain produk i (X_{1i}) dengan rata-rata skor variabel desain produk ($\overline{X_{1i}}$)

x_{2i} = $X_{2i} - \overline{X_{2i}}$

= Selisih skor variabel kualitas produk i (X_{2i}) dengan rata-rata skor variabel kualitas produk ($\overline{X_{2i}}$)

x_{3i} = $X_{3i} - \overline{X_{3i}}$

= Selisih skor variabel harga i (X_{3i}) dengan rata-rata skor variabel harga ($\overline{X_{3i}}$)

y_i = $Y_i - \overline{Y_i}$

= Selisih skor variabel minat beli i (Y_i) dengan rata-rata skor variabel minat beli ($\overline{Y_i}$)

X_1 = Desain produk

X_2 = Kualitas produk

X_3 = Harga

Y = Minat beli

3.5.3.2. Pengujian hipotesis

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial (uji t) maupun secara bersama-sama (uji F). Dalam penelitian ini, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari koefisien determinasi (KD). Nilai

KD merupakan kuadrat dari nilai koefisien korelasi (r^2). Oleh karena itu, dalam pengujian hipotesis ini dilakukan pengujian terhadap ρ .

1. Pengujian parsial

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara parsial, sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

1) Pengaruh X_1 (desain produk) terhadap Y (minat beli)

$H_{o1} : \rho_{y1.23} = 0$ Secara parsial, koefisien korelasi antara desain produk dengan minat beli di Rapino Yuniior UKM PIK Pulogadung tidak signifikan

$H_{a1} : \rho_{y1.23} \neq 0$ Secara parsial, koefisien korelasi antara desain produk dengan minat beli di Rapino Yuniior UKM PIK Pulogadung signifikan

2) Pengaruh X_2 (kualitas produk) terhadap Y (minat beli)

$H_{o2} : \rho_{y2.13} = 0$ Secara parsial, koefisien korelasi antara kualitas produk dengan minat beli di Rapino Yuniior UKM PIK Pulogadung tidak signifikan

$H_{a2} : \rho_{y2.13} \neq 0$ Secara parsial, koefisien korelasi antara kualitas produk dengan minat beli di Rapino Yuniior UKM PIK Pulogadung signifikan

3) Pengaruh X_3 (harga) terhadap Y (minat beli)

$H_{o3} : \rho_{y3.12} = 0$ Secara parsial, koefisien korelasi antara harga dengan minat beli di Rapino Yuniior UKM PIK Pulogadung tidak signifikan

$H_{a3} : \rho_{y3.12} \neq 0$ Secara parsial, koefisien korelasi antara harga dengan minat beli di Rapino Yuniior UKM PIK Pulogadung signifikan

b. Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05).

c. Kriteria pengujian

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

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

d. Menghitung nilai signifikan t diperoleh dengan perhitungan menggunakan program SPSS versi 24.0.

e. Kesimpulan

2. Pengujian simultan

Langkah-langkah pengujian hipotesis secara simultan, sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

$H_{o4}: \rho_{y_{123}} = 0$ Secara simultan, koefisien korelasi antara desain produk, kualitas produk dan harga dengan minat beli di Rapino Yunion UKM PIK Pulogadung tidak signifikan

$H_{a4}: \rho_{y_{123}} \neq 0$ Secara simultan, koefisien korelasi antara desain produk, kualitas produk dan harga dengan minat beli di Rapino Yunion UKM PIK Pulogadung signifikan

b. Menentukan taraf nyata (α) sebesar 5% (0,05).

c. Kriteria pengujian

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

H_0 diterima, jika *significance* $F \geq 0,05$

d. Menghitung nilai signifikan F diperoleh dengan perhitungan menggunakan program SPSS versi 24.0.

e. Kesimpulan

Jika hasil pengujian hipotesis, baik secara parsial maupun simultan H_0 ditolak dengan keterangan di koefisien korelasi signifikan, berarti nilai KD dapat dipakai untuk menjelaskan adanya kontribusi perubahan variabel bebas tertentu terhadap variabel terikat.