

## **BAB III**

### **METODA PENELITIAN**

#### 3.1.Strategi Penelitian.

Peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif sebagai strategi dalam penelitian ini. Strategi Asosiatif adalah strategi yang digunakan untuk mengetahui pengaruh satu variabel atau lebih terhadap variabel terikat dalam penelitian ini (Sugiyono,2012;55). Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018;15). Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu Daya Tarik Iklan (X1), Label Halal (X2), Harga (X3), terhadap Minat Beli (Y) yang merupakan variabel terikat. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan mengedarkan kuisisioner dan sebagainya.

#### 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 ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono 2018;130). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta yang mengkonsumsi mie instan merk Indomie.

##### 3.2.2. Sampling dan Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2018:80).Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling yaitu teknik pengambilan sampling dengan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan.Responden yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen mie instan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Berusia diatas 17 tahun.
2. Pernah melakukan pembelian dan mengkonsumsi mie instan merek Indomie selama 3 bulan terakhir
3. Berstatus sebagai mahasiswa aktif Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta angkatan 2017

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian (Sujarweni, 2019;105). Oleh karena populasi diketahui secara jelas jumlahnya, maka jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$N = \frac{\alpha \cdot Z^2}{T}$$

Keterangan:

$N$ = Besar sampel yang diperlukan

$\alpha$ = Perkiraan simpangan baku populasi (5)

$Z$ = Nilai standar sesuai dengan tingkat signifikansi 95%

$T$  = Kesalahan penaksiran maksimum yang diakui (5%)

Dengan mengambil rumus tersebut, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{5 \times 1,65^2}{0,5}$$

$$4. \quad n = 272$$

Dari hasil perhitungan diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 272 responden. Karena jika jumlah populasi yang terwakili semakin banyak, maka kekuatan statistik semakin baik.

### 3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data

Sumber Data

#### A. Data Primer

Data primer diperoleh dari menyebarkan kuesioner ke Mahasiswa di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuesioner.

#### B. Data Sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono (2015) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa data yang diperoleh dari literatur, buku, atau majalah, internet, jurnal, dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

#### 3.4.1 Instrumen Penelitian

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, dalam hal ini adalah konsumen yang pernah membeli produk mie instan merek Indomie. Kuesioner dalam penelitian ini akan disebarkan Mahasiswa di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, menggunakan pembobotan dengan skala likert. Dalam penelitian ini, instrument yang digunakan berupa kuesioner yang diukur menggunakan skala Likert. Adapun skala ukuran yang digunakan oleh penulis untuk menghitung jawaban skor responden menggunakan skala likert tercantum pada **Tabel 3.1**.

**Tabel 3. 1. Skor Skala Likert**

No.	Pertanyaan	Kode	Skor
-----	------------	------	------

1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Sujarweni (2019)

Variabel yang diukur kemudian dijabarkan ke dalam beberapa indikator dan dari masing-masing indikator tersebut dibuat pernyataan yang akan menjadi pedoman dalam menyusun item-item instrument. Indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada **Tabel 3.2**.

**Tabel 3. 2. Indikator Penentu Keputusan Pembelian**

Variabel	Indikator	No Butir
Daya Tarik Iklan (X1)	Meaningful (bermakna)	1
	Believable (terpercaya)	2
	Distinctive (khusus)	3
Label Halal (X2)	Gambar	4
	Tulisan	5
	Kombinasi Gambar dan Tulisan	6
	Menempel Pada Kemasan	7
Harga (X3)	Keterjangkauan harga	8
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	9
	Daya saing harga	10
	Kesesuaian harga dengan manfaat produk	11
Minat Beli (Y)	Minat transaksional	12
	Minat referensial	13
	Minat preferensial	14
	Minat eksploratif	15

Sumber: Kotler dan Armstrong (2012:484), Tengku (2017), Kotler dan Armstrong (2012:278), Ferdinand (2014:8).

### 3.4.2 Pengujian Instrumen Penelitian

#### 3.4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen

digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut Sugiono (2010) untuk menguji validitas konstruk dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Uji validitas akan menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dengan rumus:

$$r_{hitung} = \frac{(n \cdot \sum xy) - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{[(n \cdot \sum x^2) - (\sum x)^2] \cdot [(n \cdot \sum y^2) - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

$r_{hitung}$  : Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari

n : Banyaknya responden (272)

X : Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y : Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Pada penelitian ini uji validitas akan dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 22. Untuk menentukan nomor-nomor butir yang valid dan yang tidak, perlu dikonsultasikan dengan table r product moment. Kriteria penilaian uji validitas adalah:

- i. Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka item kuesioner tersebut valid.
- ii. Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item kuesioner tidak valid.

Apabila nilai r hitung sebesar 0,3 (r kritis) ke atas, maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi.

### 3.4.3 Uji Reabilitas

Dalam penelitian kuantitatif suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan dua yang sama, atau sekelompok data bila data yang tidak berbeda (Sugiyono, 2017:268). Uji reabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner

yang merupakan indikator dari suatu variabel. Instrumen yang dipakai dalam variabel dikatakan reliabel apabila memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60). Reabilitas diukur dengan uji statistik Cronbach's Alpha (0,60), dengan rumus:

$$\alpha_u = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right)$$

Keterangan:

k = Jumlah butir kuisioner

$\alpha_u$  = Koefisien keterandalan butir kuisioner

$\sum S_i^2$  = Jumlah variansi skor butir yang valid

$S_T^2$  = Variansi total skor butir

Bila semakin 0 (nol) maka reabilitasnya semakin rendah, uji reabilitas data digunakan rumus Cronbach Alpha, dengan rumus:

$$S_T^2 = \frac{\sum X_i^2}{n} - \left( \frac{\sum X_i}{n} \right)^2$$

Keterangan:

$\sum X_i$  = Jumlah skor setiap butir

$\sum X_i^2$  = Jumlah kuadrat skor setiap butir

### 3.5 Metoda Analisis Data

#### 3.5.1 Pengolahan Data

Program SPSS (Statistical Package for Social Sciences) versi 22 digunakan dalam melakukan pengolahan data dalam penelitian ini.

### 3.5.2 Penyajian Data

Data dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk tabel dan gambar supaya dapat memudahkan dalam memahami dan menganalisa data yang disajikan.

### 3.5.3 Metode Analisis Statistik Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul dalam penelitian kuantitatif. Teknik analisis data statistic merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

#### 3.5.3.1. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah antara nol dan satu. Jika koefisien determinasi = nol (0), maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika besarnya koefisien determinasi mendekati angka 1, maka variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen (Sujarweni, 2019:142).

#### 3.5.3.2. Uji Koefisien Regresi (Uji t)

Uji t adalah pengujian untuk mengetahui hubungan variabel terikat terhadap variabel bebas secara parsial. Taraf signifikansi 5%. Taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$ , dengan sampel ( $n$ ) = 272, menentukan tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df)  $n-k-1$ , ( $n$  adalah jumlah kasus dan  $k$  adalah jumlah variabel bebas). Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025)

Kriteria:

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak

### A. Uji Koefisien Regresi Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap Minat Beli

Ho:  $\beta_1 \leq 0$  : Secara parsial minat beli mie instan merk Indomie tidak dipengaruhi oleh Daya Tarik Iklan

Ho:  $\beta_1 > 0$ : Secara parsial minat beli mie instan merk Indomie dipengaruhi oleh Daya Tarik Iklan

### B. Uji Koefisien Regresi Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli

Ho:  $\beta_2 \leq 0$  : Secara parsial minat beli mie instan merk Indomie tidak dipengaruhi oleh Label Halal

Ho:  $\beta_2 > 0$ : Secara parsial minat beli mie instan merk Indomie dipengaruhi oleh Label Halal

### C. Uji Koefisien Regresi Pengaruh Harga terhadap Minat Beli

Ho:  $\beta_3 \leq 0$  : Secara parsial minat beli mie instan merk Indomie tidak dipengaruhi oleh Harga

Ho:  $\beta_3 > 0$ : Secara parsial minat beli mie instan merk Indomie dipengaruhi oleh Harga

#### 3.5.3.3. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui kelayakan data (Sujarweni, 2019;140). Kaidah pengambilan keputusan dalam uji F adalah:

Ho : tidak memenuhi kelayakan



Ha : memenuhi kelayakan

Kriteria:

Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

$H_0$  diterima artinya tidak terdapat pengaruh signifikansi antara variabel bebas terhadap terikat secara simultan, sedangkan jika  $H_0$  ditolak artinya terdapat pengaruh antara variabel terikat terhadap variabel bebas secara simultan. Dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ , (signifikansi 5% atau 0,05).

Menentukan Hipotesis

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \leq 0$  : Secara simultan minat beli mie instan merk Indomie tidak dipengaruhi oleh Daya Tarik Iklan, Label Halal, dan Harga.

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 > 0$  : Secara simultan minat beli mie instan merk Indomie dipengaruhi oleh Daya Tarik Iklan, Label Halal, dan Harga.