

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

3.1.1 Populasi

Menurut Bungin (2013: 101) menyatakan bahwa populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah populasi dari konsumen yang pernah melakukan pembelian lebih dari 1 kali pada produk Rumah Ayam sebanyak 78 konsumen pada periode 2015-2017.

Tabel 3.1
Populasi konsumen Rumah Ayam

Tahun	Jumlah
2015	23
2016	30
Agustus 2017	25
Total	78

*Jumlah konsumen Rumah Ayam yang pernah melakukan pembelian lebih dari 1 kali dan berdomisili di Surabaya.

Sumber : Data internal perusahaan

3.1.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2006 dalam Anwar dan Satrio, 2015) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh. Sugiyono(2016)sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.

3.2 Metode pengumpulan data

Sumber data diperoleh dari data primer. Data yang diperoleh berdasarkan dari hasil atau jawaban kuesioner yang di bagikan kepada konsumen yang telah dipilih

oleh peneliti. Data yang digunakan adalah data konsumen yang pernah membeli produk Rumah Ayam. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan indikator pada teori pengukuran kualitas produk dan harga. Kuesioner menggunakan skala *likert* sebagai persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Skala *likert* digunakan untuk memperoleh atau mengetahui pendapat, sikap, persepsi tentang fenomena penelitian. Mengukur respon konsumen digunakan skala *likert* dengan skala pengukuran :

- a. Skor 1 untuk jawaban pernyataan Sangat Tidak Setuju (STS)
- b. Skor 2 untuk jawaban pernyataan Tidak Setuju (TS)
- c. Skor 3 untuk pernyataan Netral (N)
- d. Skor 4 untuk pernyataan Setuju (S)
- e. Skor 5 untuk pernyataan Sangat Setuju (SS)

3.3 Definisi operasional variabel

Berikut definisi operasional pada penelitian ini :

Tabel 3.2
Definisi operasional tiap variabel penelitian

Variabel	Indikator
<p>Harga (Variabel bebas/X1) Menurut Tjiptono & Chandra, (2012 : 315) harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang di perlukan untuk mendapatkan sebuah produk.</p>	<p>Menurut Rangkuti (2003 dalam Rizky & Yasin (2014) mengemukakan indikator harga adalah:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penilaian mengenai harga secara keseluruhan. 2. Respons terhadap kenaikan harga. Kenaikan harga dapat mempengaruhi atau tidaknya terhadap keputusan pembelian . 3. Harga produk tertentu dibandingkan produk yang sama apabila ditempat lain. <p>Konsumen membandingkan harga Rumah Ayam dengan pesaing sejenis sebelum melakukan pembelian.</p>

<p>Kualitas produk (Variabel bebas/X2)</p> <p>Menurut Peter & Donnelly (2013:88) kualitas produk adalah tingkat keunggulan atau keunggulan yang dimiliki oleh suatu organisasi.</p>	<p>Menurut Peter & Donnelly (2013:114) Indikator kualitas produk adalah :</p> <p><i>Performance</i> (kinerja) : pertimbangan pelanggan dalam membeli produk Rumah Ayam.</p> <p><i>Features</i> (fitur) : Produk Rumah ayam memiliki beragam varian rasa.</p> <p><i>Realibility</i> (keandalan) : Produk Rumah Ayam dapat berfungsi memuaskan konsumennya.</p> <p><i>Conformance</i> (kesesuaian) : Kelayakan produk Rumah Ayam untuk di konsumsi.</p> <p><i>Durability</i> (daya tahan) : Produk Rumah Ayam memiliki daya tahan yang cukup.</p> <p><i>Serviceability</i> (kegunaan) : Rumah Ayam dapat menangani masalah yang terjadi.</p> <p><i>Aesthetics</i> (estetika) : Kesesuaian produk Rumah Ayam dengan penampilan, rasa, dan aroma.</p> <p><i>Overall Evaluation</i> (evaluasi secara keseluruhan) : secara keseluruhan Produk Rumah Ayam sudah sesuai meliputi harga dan kualitas produk.</p>
<p>Keputusan pembelian (Variabel terikat/Y)</p> <p>Menurut Huang & Lu (2016 dalam Kumar & Kapoor, 2017) dengan meningkatnya masalah kesehatan dan aktivitas pemasaran yang pada dasarnya menyajikan produk dengan alternatif yang lebih sehat, kesehatan produk makanan menjadi atribut yang semakin penting bagi konsumen yang membuat keputusan pembelian.</p>	<p>Menurut Kotler & Keller (2013) indikator keputusan pembelian:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan masalah Produk Rumah Ayam dapat memenuhi kebutuhan konsumen. 2. Pencarian informasi Mendapat rekomendasi dari relasi terdekat tentang produk Rumah Ayam. 3. Mengevaluasi alternatif Evaluasi informasi produk Rumah Ayam yang di dapatkan menjadi keputusan akhir konsumen. 4. Keputusan pembelian Konsumen mengambil keputusan membeli produk rumah ayam tanpa membandingkan dengan kompetitor. 5. Perilaku pasca pembelian Setelah melakukan pembelian produk Rumah Ayam, konsumen yang merasa puas akan melakukan pembelian ulang.

Sumber : Data diolah, 2017

3.4 Validitas dan Reliabilitas

3.4 1 Uji Validitas

Menurut Yasmin & Kurniawan (2009 dalam umbroh *et al.*, 2015) uji validitas atau kesahihan atau derajat ketepatan mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.

Pada penelitian ini, peneliti mengukur dengan teknik uji validitas item dengan kolerasi *pearson*. Pengujian signifikasi dilakukan dengan batas toleransi $\alpha = 0,05$ kriteria menggunakan tingkat signifikansi $<0,05$ maka dianggap valid dan begitu juga sebaliknya (Priyatno, 2014 : 51).

3.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Mustafa (2009 dalam umbah *et al.*, (2015) reliabilitas/keandalan (derajat konsistensi/keajegan) adalah ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrument dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reliabilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur.

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, di mana item yang dapat di uji adalah item yang valid saja. Item diuji dengan melihat Koefisien Alpha dengan melakukan *Reliability Analysis* dengan *SPSS*, sebuah variabel dikatakan *reliable* saat nilai cronbach adalah jika reliabilitas kurang dari 0,6 artinya kurang baik, sedangkan 0,7 artinya dapat diterimakan di atas 0,8 mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara internal karena memiliki reliabilitas yang kuat. Untuk mengetahui nilai cronbach maka menggunakan dengan cara aplikasi *SPSS* (Priyatno, 2014 : 64).

3.5 Uji Asumsi Klasik

3.5.1 Uji Normalitas

Uji *One Sample Kolomogorov Smirnov*-digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, *poisson*, *uniform*, atau *exponential*. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual

terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$. (Priyatno, 2014 : 94).

3.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah antar variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna (koefisien korelasinya tinggi atau bahkan 1) Model regresi yang baik tidak terjadi multikolinearitas. Uji multikolinearitas dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*, apabila nilai *VIF* kurang dari sepuluh dan *tolerance* lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas (Priyatno, 2014:164).

3.5.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu dan tempat. Model regresi yang baik tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (*DW test*) dengan pengambilan keputusan sebagai berikut, $DU < DW < 4 - DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi. Jika $DW < DL$ atau $DW > 4 - DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi. Jika $DL < DW < DU$ atau $4 - DU < DW < 4 - DL$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti (Priyatno, 2014 : 165).

3.5.4 Uji Linearitas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui linieritas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05 (Priyatno, 2014 : 79).

3.5.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas. Uji glejser digunakan untuk menguji gejala heterokedastisitas yaitu dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolutresidualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residu lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastitsitas (Priyatno, 2014 : 115).

3.6 Metode analisis data

3.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan Regresi

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda karena variabel bebasnya lebih dari satu. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2) dengan variabel dependen (Y)(Priyatno, 2014 : 148).

Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y'	= Variabel dependen (Keputusan pembelian)	a	= Konstanta
X_1	= Harga (Variabel bebas 1)	b_1b_2	= Koefisien regresi
X_2	= Kualitas Produk (Variabel bebas 2)	e	= Standar <i>error</i>

3.6.2 Uji Signifikansi F (Uji F)

Uji F digunakan secara bersama-sama untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 (Priyatno, 2014 : 157). Pada penelitian ini, uji F akan meninjau pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen, Jika nilai signifikansi $>0,05$ maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen, begitu juga dengan sebaliknya jika signifikansi $< 0,05$ maka terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen (Priyatno, 2014 : 158).

3.6.3 Uji Signifikansi t (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji koefisien regresi secara parsial. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom sig (*significance*), jika probabilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (Priyatno, 2014 : 161).

3.6.4 Koefisien Korelasi (R)

R adalah korelasi berganda, yaitu korelasi antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, jika mendekati angka 1 maka hubungan semakin erat, tetapi jika mendekati 0 maka hubungan semakin lemah (Priyatno, 2014:155).

3.6.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah koefisien determinasi. Angka ini akan diubah dalam bentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Priyatno, 2014 : 156).

