

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah jenis penelitian kuantitatif, dimana akan menghasilkan data yang berbentuk angka-angka dan diolah komputer menggunakan software SPSS. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk mengembangkan dan menggunakan model sistematis, teori-teori dan hipotesis untuk membantu menganalisa data dan pembuktian hipotesis dengan memberikan hasil berupa angka-angka numerik (Sugiyono, 2016).

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

Menurut Sugiyono (2016:117) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek/obyek yang mempunyai karakteristik yang sama yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari. Adapun dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen Buono Pulp. Jumlah pabrik kertas industri yang pernah membeli kertas di Buono Pulp adalah 37. Detail nama perusahaan ada di lampiran.

Menurut Sugiyono (2016:118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *survey / sampling jenuh*, sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 37 industri yang membutuhkan kertas daur ulang Buono Pulp.

### 3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 3.1 Definisi Operasional**

Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Pernyataan	Sumber
Produk (X1)	Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada target pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi, dan ide. (Kotler dan Armstrong, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian produk : berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah diterapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Konfirmasi merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.</li> <li>2. Daya tahan produk : Merupakan refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan atau masa pakai barang (kadaluarsa)</li> <li>3. Kualitas yang dipresepsikan : Merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Buono Pulp membuat produk kertas daur ulang yang sesuai dengan standar konsumen</li> <li>2. Produk kertas daur ulang Buono Pulp mempunyai daya tahan yang baik</li> <li>3. Kualitas produk kertas daur ulang Buono Pulp sangat baik</li> </ol>	Tjiptono (2014)
Harga (X2)	Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk (Kotler dan Armstrong, 2014) Buono Pulp menentukan harga didasarkan kualitas kertas yang didaur ulang dan permintaan serta penawaran pasar, sehingga harga sewaktu-	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Kesesuaian harga dengan manfaat</li> <li>4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga produk kertas daur ulang Buono Pulp sesuai dengan kualitas produk</li> <li>2. Harga produk kertas daur ulang Buono Pulp sesuai dengan manfaat produk</li> <li>3. Harga produk kertas daur ulang Buono Pulp lebih murah dari harga pesaing</li> </ol>	Kotler dan Keller (2016: 409)

Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Pernyataan	Sumber
	waktu bisa berubah			
Lokasi (X3)	Lokasi merupakan tempat dimana Buono Pulp memproduksi dan menjual produk ke konsumen (Kotler dan Armstrong, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akses jalan</li> <li>2. Visitabilitas</li> <li>3. Tempat parkir yang luas</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akses jalan memudahkan konsumen untuk mencapai Buono Pulp</li> <li>2. Lokasi Buono Pulp dapat ditemukan dengan mudah</li> </ol>	Tjiptono (2014: 154)
Promosi (X4)	Promosi adalah aktivitas untuk memperkenalkan dan mengkomunikasikan manfaat produk dan membujuk konsumen sasaran untuk membelinya (Kotler dan Armstrong, 2014)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Sales Promotion</i></li> <li>2. <i>Personal Selling</i></li> <li>3. <i>Direct Marketing</i></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Buono Pulp melakukan penjualan langsung ke konsumen perorangan</li> <li>2. Buono Pulp melakukan penawaran langsung ke perorangan</li> <li>3. Buono Pulp melakukan penawaran ke perusahaan</li> </ol>	Kotler dan Keller (2016:432)
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen benar benar melakukan pembelian produk (Kotler dan Armstrong, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemantapan pembelian pada sebuah produk</li> <li>2. Kebiasaan dalam membeli produk</li> <li>3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain</li> <li>4. Melakukan pembelian ulang</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsumen merasa mantap untuk membeli di Buono Pulp</li> <li>2. Konsumen terbiasa membeli produk kertas daur ulang Buono Pulp</li> <li>3. Konsumen memberikan rekomendasi Buono Pulp pada orang lain</li> <li>4. Konsumen melakukan pembelian ulang pada Buono Pulp karena merasa puas</li> </ol>	Kotler (2016: 212)

Sumber: Diolah Peneliti (2019)

### **3.4 Teknik Pengambilan Data**

#### **3.4.1 Jenis dan Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

##### **1. Data Primer**

Umar (2009: 42) juga menerangkan bahwa data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan peneliti. Dalam penelitian ini data primer bersumber dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada 100 konsumen Buono Pulp, dimana hasil data tersebut akan dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang sifatnya mendukung keperluan data primer seperti buku-buku, jurnal dan artikel yang berkaitan. Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya baik dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram (Umar 2009: .42)

#### **3.4.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui Kuesioner yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui pengisian kuesioner terhadap responden yang telah ditentukan. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono 2016:199).

Peneliti memberikan angket atau kuesioner langsung kepada responden. Kuesioner berisi daftar pertanyaan tentang variabel yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian di Buono Pulp. Kuisisioner yang diberikan bersifat tertutup yaitu responden akan diberikan pertanyaan dengan jawaban yang dibatasi skala Likert dengan angka 1-5 (sangat tidak setuju- sangat setuju).

### **3.5 Teknik Analisis Data**

#### **3.5.1 Statistik Deskriptif**

Analisis statistik deskriptif yang akan digunakan adalah penghitungan rata-rata atau *mean* dan interval kelas. Penghitungan rata-rata dilakukan dengan menjumlahkan seluruh nilai data suatu kelompok sampel, kemudian dibagi dengan jumlah sampel tersebut. Rumus *mean* menurut Umar (2011: 164) adalah:

$$X = \frac{\sum Xi}{N}$$

Keterangan:

$X_i$  = Nilai data

$X$  = Nilai rata-rata

$N$  = Jumlah data

Interval kelas bertujuan untuk mengetahui hasil rata-rata tanggapan responden dengan menghitung nilai jawaban yang diisi oleh responden. Untuk menghitung interval kelas digunakan rumus :

$$\text{Interval kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Peneliti menggunakan rentang skala :

- a. 1,00 - 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- b. 1,81 - 2,60 = Tidak Setuju (TS)
- c. 2,61 - 3,40 = Netral (N)
- d. 3,41 - 4,20 = Setuju (S)
- e. 4,21 - 5,00 = Sangat Setuju (SS)

### 3.5.2 Uji Validitas

Pengujian Validitas digunakan untuk melihat apakah variabel yang diteliti memiliki hasil yang *valid* atau tidak. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Menurut Sugiyono (2016: 121) hasil penelitian yang *valid* bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan, data yang terkumpul tidak menyimpang dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Instrumen yang *valid* berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu *valid*. *Valid* berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini digunakan rumus “*Product Moment*”. Sebuah kuisisioner dinyatakan *valid* apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (Ghozali, 2018:132).

### **3.5.3 Uji Reliabilitas**

Pengujian yang reliabilitas menurut Sugiyono (2016:121) adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama tetap akan menghasilkan data yang sama. Pada penelitian ini pengujian realibilitas dilakukan dengan uji statistik *Alpha Cronbach's*. Koefisien *Alpha Cronbach's* adalah koefisien reliabilitas yang paling sering digunakan dengan alasan koefisien ini menggambarkan varians dari *item-item* baik untuk format benar atau salah ataupun untuk format yang lain seperti format skala Likert. Jika nilai *Alpha Cronbach's* lebih besar dari 0,6 maka item dikatakan reliabel (Ghozali, 2018:132).

## **3.6 Uji Asumsi Klasik**

### **3.6.1 Uji Normalitas**

Bertujuan untuk menguji apakah variabel-variabel yang digunakan dalam regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk menguji apakah variabel yang ada berdistribusi normal atau tidak salah satunya dengan melihat hasil output SPSS berupa *normal probability plot* atau dengan melihat histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal.

### **3.6.2 Uji Multikolinearitas**

Menurut Ghazali (2018: 91) menjelaskan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi pada penelitian ini ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal, yaitu variabel bebas yang nilai korelasi antara sesama variabel bebas sama dengan 0. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi juga dapat dilakukan dengan menghitung nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) di bawah 10 sehingga menunjukkan tidak adanya gejala multikolinieritas.

### **3.6.3 Uji Heteroskedastisitas**

Pengujian heteroskedastisitas menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Metode yang dipakai untuk uji heteroskedastisitas adalah uji metode grafik, yaitu dengan melihat adanya pola tertentu yang tergambar pada scatterplot antara sumbu Y dan sumbu X. Dengan dasar analisis sebagai berikut:

- a) Apabila ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## **3.7 Analisis Regresi Linier Berganda**



Menurut Sugiyono (2016: 217), analisis regresi adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependent (terikat) dengan satu atau lebih variabel independent dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependent berdasarkan nilai variabel independent yang diketahui. Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas (X) terhadap variabel tidak bebas (Y). Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penulisan ini antara lain :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b<sub>1</sub>...b<sub>4</sub> = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Produk

X<sub>2</sub> = Harga

X<sub>3</sub> = Lokasi

X<sub>4</sub> = Promosi

### **3.8 Analisa Koefisien Korelasi Berganda (R) dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien korelasi (R) untuk mengetahui tingkat kekuatan atau tingkat keeratan variabel bebas dengan variabel terikat. Dari hasil koefisien korelasi dapat diketahui kuat atau tidaknya hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Menurut Sugiyono (2016), pedoman untuk menginterpretasi koefisien korelasi adalah jika hasil yang didapat semakin mendekati nilai satu maka korelasi yang ada kuat. Berikut interpretasinya :

- a. 1,00 - 1,80 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- b. 1,81 - 2,60 = Tidak Setuju (TS)
- c. 2,61 - 3,40 = Netral (N)
- d. 3,41 - 4,20 = Setuju (S)
- e. 4,21 - 5,00 = Sangat Setuju (SS)

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas sedangkan jika nilai mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

### **3.9 Uji Hipotesis**

#### **3.9.1 Uji $F$**

Untuk menguji kelayakan model penelitian akan digunakan uji  $F$ . Pengujian dilakukan dengan membandingkan  $F$  hitung dengan  $F$  tabel. Model dikatakan layak, jika hasil pengolahan dari SPSS, nilai signifikansi uji  $F$  lebih kecil dari 0,05 (Ghozali, 2018).

#### **3.9.2 Uji $t$**

Uji  $t$  digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1, X2, X3, X4(Produk, Harga, Lokasi dan Promosi) berpengaruh terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) secara signifikan (Ghozali, 2018). Kriteria pengujiannya adalah jika nilai signifikansi variabel bebas pada uji  $t$  sig  $< 0,05$  maka H0 ditolak dan H1 diterima.

