

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif karena data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa angka hasil kuesioner yang disebarkan kepada populasi penelitian yaitu konsumen produk Motato. Menurut Utama (2016) penelitian kuantitatif berkaitan dengan teknik – teknik survey sosial yang termasuk wawancara terstruktur, dan kuesioner yang tersusun dan bertujuan untuk menguji teori objektif dengan menguji hubungan antara variable.

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

##### **3.2.1 Populasi**

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Wijaya, 2016) . Populasi pada penelitian ini adalah 70 orang pembeli produk Motato dan merupakan masyarakat Surabaya dari periode awal April 2020 sampai Desember 2020.

##### **3.2.2 Sampel**

Sampel menurut Wijaya (2016) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan pribadi dalam memilih individu populasi (Wijaya, 2016). Sampel dalam penelitian ini akan ditentukan menggunakan sampel jenuh. Menurut sugiyono (2017) sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel yaitu 70 orang.

#### **3.3 Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang merupakan data langsung diperoleh peneliti dari subjek atau responden langsung. Data primer penelitian ini merupakan hasil kuesioner yang menjadi sampel penelitian. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Masing- masing tanggapan responden memiliki skor

- a. Sangat Tidak Setuju (STS):1
- b. Tidak Setuju (TS): 2
- c. Cukup Setuju (CS): 3
- d. Setuju (S): 4
- e. Sangat Setuju (SS): 5

### 3.4 Variabel dan Definisi Operasional

#### 3.4.1 Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya variabel terikat (Sugiyono, 2016). Variabel bebas yang digunakan terdiri dari promosi ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) sedangkan variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y)

#### 3.4.2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Definisi indikator	Sumber
Promosi	Promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membelinya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pesan Promosi</li> <li>2. Media Promosi</li> <li>3. Waktu promosi</li> <li>4. Frekuensi Promosi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengukur dalam menilai seberapa cukup atau baiknya pesan promosi yang dilakukan dan disampaikan kepada pasar tujuan</li> <li>2. media yang digunakan oleh perusahaan dalam</li> </ol>	Kotler dan Keller (2016)

			<p>memberikan kegunaan dalam melaksanakan promosi</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. kurun waktu lamanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan.</li> <li>4. seberapa sering pelakuan promosi penjualan yang dilakukan dalam suatu waktu tertentu melalui media promosi penjualan yang digunakan.</li> </ol>	
Kualitas Produk	Mengatakan bahwa kualitas adalah totalitas dari suatu karakteristik produk atau jasa yang berkemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> <li>4.2.1 Porsi</li> <li>4.2.2 Rasa</li> <li>4.2.3 Tekstur</li> <li>4.2.4 Aroma</li> <li>4.2.5 Warna</li> <li>4.2.6 Temperature</li> <li>4.2.7 Penyajian</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Setiap penyajian sudah ditentukan porsi standarnya yang sering disebut <i>standard portion size</i></li> <li>2. Perasa pada lidah memiliki mains, asam, asin, dan pahit</li> <li>3. Pada tekstur makanan memiliki berbagai tekstur seperti, cair atau padat, halus atau kasar, kering atau lembab, dan keras atau lembut.</li> <li>4. Harum dari makanan yang mempengaruhi konsumen sebelum menikmati makanan.</li> <li>5. Warna dari bahan makanan harus dicampur dengan baik, karena kombinasi warna dapat mempengaruhi selera dari konsumen</li> <li>6. Suhu dari makanan harus sesuai, karena dapat mempengaruhi rasa dari makanan</li> <li>7. Penyajian harus segar dan bersih karena akan mempengaruhi penampilan dari makanan itu sendiri</li> </ol>	Lestari dan Yusuf (2016)
Keputusan Pembelian	keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik yang dilakukan individu ketika mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau membuang barang dan jasa.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebiasaan membeli suatu produk</li> <li>2. Keinginan untuk membeli suatu produk</li> <li>3. Prioritas dalam membeli suatu produk tertentu</li> <li>4. Kesiediaan untuk berkorban dalam mendapatkan suatu produk</li> <li>5. Membeli produk berdasarkan manfaat dan harapan produk</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dengan kebiasaan membeli produk akan mempengaruhi produk yang akan dibeli</li> <li>2. Semakin suatu produk diinginkan maka semakin besar keputusan pembelian konsumen terhadap produk</li> <li>3. Dengan membuat produk bernilai dan berbeda akan lebih membuat prioritas dalam membeli produk</li> <li>4. Seseorang rela untuk berkorban demi mendapatkam suatu produk</li> <li>5. Manfaat dan nilai dari produk harus sesuai dengan keinginan konsumen</li> </ol>	Sudirjo (2019)

### **Tabel 3.1 Definisi Operasional**

Sumber: (Data diolah peneliti, 2020)

### **3.5 Prosedur Pengumpulan Data**

Prosedur dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Penyebaran kuesioner yang berisi pertanyaan mengenai kualitas produk dan promosi. Responden yang menjadi sampel penelitian diminta untuk mengisi jawaban dengan memberikan tanda (X) pada jawaban yang menggunakan skala Likert melalui *google form* dengan lima pilihan yang terdiri dari: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Cukup Setuju (CS), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS).

### **3.6 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis**

#### **3.6.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan dalam menilai suatu penelitian yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel yang menentukan kelayakan atau tidak pada suatu item (Ghozali, 2011). Menurut Sugiyono (2017) nilai standar dari validitas adalah sebesar 0,3. Jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar dari pada nilai standar maka pernyataan tersebut valid.

#### **3.6.2 Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah alat mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel (Ghozali, 2011). Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach alpha*. Jika *cornbach alpha* yang dihasilkan tinggi ( 0,8 atau lebih ), menunjukkan semua item dapat diandalkan (Ho, 2014)

### **3.7 Uji Asumsi Klasik**

#### **3.7.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk menguji suatu model regresi, suatu variable bebas dan variable terikat mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Pada uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji one sample Kolmogorov smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diata 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016)

#### **3.7.2 Uji Multikolinearitas**

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent atau variable bebas. Untuk menemukan terdapat atau tidaknya multikolinearitas dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai variance inflation factor (VIF). Ketentuan yang digunakan adalah jika nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1 menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas dan sebaliknya (Ghozali, 2016)

#### **3.7.3 Uji Heteroskedastisitas**

Uji ini bertujuan untuk melakukan uji apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linier berganda, yaitu dengan melihat dari nilai prediksi variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Apabila tidak terdapat pola tertentu dan tidak menyebar diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi

heteroskedastisitas. Untuk model penelitian yang baik adalah yang tidak terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2016)

### 3.8 Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan regresi yang memiliki satu variable dependen dan dua atau lebih variable independen (Sugiyono, 2016). Persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = koefisien konstanta

$b_1, b_2$  = koefisien regresi

$X_1$  = promosi

$X_2$  = kualitas produk

e = error

### 3.9 Uji F

Kesesuaian model (goodness of fit) dapat digunakan untuk mengukur ketepatan model regresi. Kesesuaian model dapat diukur menggunakan statistik F yang menunjukkan jika variable-variable yang ada dapat digunakan untuk memprediksi data. Nilai signifikan  $< 0,05$  memperlihatkan bahwa model yang digunakan dapat memprediksi pengaruh variable bebas terhadap variable terikat. Ariefianto (2012)

### 3.10 Uji t

Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable independen secara simultan dan parsial dalam menerangkan variable dependennya (Sugiyono,2016). Kriteria yang digunakan dalam uji t menurut Field (2018):

- a. Apabila nilai signifikan t yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 maka variable bebas berpengaruh terhadap variable terikat.
- b. Apabila nilai signifikan t yang diperoleh lebih besar dari 0,05 maka variable bebas tidak berpengaruh terhadap variable terikat.

### 3.11 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukan presentase pengaruh semua variable independen terhadap variable dependen baik secara parsial maupun simultan (kurniawan, 2014)

$$KD=R^2 \times 100\%$$

KD : koefisien determinan

$R^2$  : koefisien korelasi yang dikuadratkan