

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Metode penelitian metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berfokus pada analisis menggunakan data statistik. Metode kuantitatif merupakan bentuk penelitian yang dilakukan dengan cara yang sistematis, terstruktur, serta terperinci. Pada pelaksanaan metode penelitian kuantitatif ini, berfokus pada penggunaan angka, tabel, grafik dan diagram untuk menampilkan hasil data statistik yang diperoleh dalam penelitian yang diperoleh melalui survey produk dakara. Pendekatan kuantitatif pada penelitian ini berfokus pada keluasan informasi, sehingga metode ini cocok untuk digunakan untuk populasi yang luas dengan variabel yang terbatas. Menurut Sugiyono (2013:5) dalam Ong dan Sugiharto, data dan hasil riset yang didapatkan merupakan hasil representasi dari keseluruhan populasi yang ada. Dalam penelitian ini, metode kuantitatif bertujuan untuk mengolah data dari variasi produk dan harga produk terhadap Minat Beli yang kemudian diambil keputusannya melalui hasil dari kesimpulan dari analisis data tersebut.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2011: 8) mengatakan bawah populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai

kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. populasi dari penelitian ini adalah orang-orang yang sudah membeli dan calon konsumen dari merek Dakara yang berusia 18 hingga 28 tahun yang berjenis kelamin laki-laki dan wanita yang berlokasi di Surabaya dan Denpasar, yang jumlahnya tidak bisa ditentukan.

3.2.2 Sampel

Definisi sampel menurut sugiyono (2011:8) adalah sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jadi dalam penelitian ini menggunakan sampel dari populasi dan populasi dari penelitian ini adalah orang-orang yang sudah membeli dan calon konsumen dari merek Dakara yang berlokasi di Surabaya dan Denpasar. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *Purposive sampling* merupakan sebuah teknik pengambilan sampel yang mempunyai kriteria tertentu. Kriteria dalam penelitian ini konsumen dan calon konsumen dakara yang berlokasi di Surabaya dan Denpasar yang dijadikan tolak ukur ketika mengumpulkan sampel. Teknik Purposive sampling umumnya akan banyak sekali ditemui dan digunakan dalam penelitian ilmiah (Sekaran & Boogie, 2016).

Rumus yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan Roscoe dalam Reynaldi (2016). Menurut Sugiyono dalam Reynaldi (2016) menyatakan bahwa jika penelitian menggunakan analisis dengan *multivariate* , maka jumlah minimal sampel dari penelitian adalah sebesar 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti, maka dalam penelitian ini jumlah sampel yang dibutuhkan adalah :

$$\begin{aligned}\text{Jumlah sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 10 \\ &= 11 \times 10 \\ &= 110\end{aligned}$$

Dari perhitungan yang ditunjukkan pada teori Roscoe dalam penentuan jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 responden.

3.3 Jenis Data, Sumber data, dan Skala pengukuran

Bentuk data dalam penelitian dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dibuat peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan masalah suatu riset (Malhorta, dalam Ong dan Sugiharto, 2013). Kemudian data sekunder yang diperoleh melalui dokumen, catatan seperti buku, laporan, makalah, dan lain sebagainya. Sumber data penelitian ini diperoleh dari jurnal, buku statistik, dan situs badan ekonomi kreatif.

3.4 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan Data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner terkait dengan penelitian ini. Sumber data yang diperoleh dari penelitian ini didapat melalui penyebaran instrument kepada konsumen dan Calon konsumen Dakara. Instrumen penelitian tersebut berisi pertanyaan yang berkaitan dengan Variasi produk, Harga dan serta berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2015:134) terdapat 5 Skala pengukuran pada skala likert, yaitu:

- 1) Sangat Setuju (SS) : 5
- 2) Setuju (S) : 4
- 3) Cukup Setuju (CS) : 3
- 4) Tidak Setuju (TS) : 2
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

3.5 Variabel dan Definisi Operasional

Penelitian ini memiliki 3 variabel yaitu variasi produk (X₁), dan Harga (X₂) sebagai variabel bebas (independen) dan Minat Beli (Y) sebagai variabel terikat (dependen). Berikut definisi setiap variabel yang digunakan beserta indikator yang menjadi acuan pembuatan instrumen penelitian untuk pengumpulan Data.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Variasi Produk (X ₁)	Menurut Mikell P. Groover (2010:6) Variasi produk adalah produk yang memiliki jenis atau desain yang berbeda dan diproduksi oleh sebuah perusahaan.	1. Corak 2. Kualitas 3. Desain
2	Harga (X ₂)	Menurut Swastha dan Sukotjo (2000 :211) menyebutkan bahwa harga dapat didefinisikan sebagai sejumlah uang yang dibutuhkan dalam mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan layanan	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. kesesuaian harga dengan manfaat
3	Minat Beli (Y)	Menurut Mowen (2015), definisi dari minat beli adalah sebuah kecenderungan dari konsumen maupun calon konsumen untuk membeli sebuah produk dari suatu merek atau pengambilan sebuah tindakan yang terkait dengan pembelian yang diukur dengan tingkat probabilitas konsumen dalam melakukan dan memutuskan sebuah pembelian. Definisi dari minat beli ini serupa dengan definisi yang	1. Minat Transaksional 2. minat Referensial 3. Minat prefrensial 4. Minat eksploratif

		dinyatakan oleh Peter dan Olson (1999) yang mengatakan bahwa definisi dari minat beli adalah sebuah kecenderungan konsumen membeli sebuah merek maupun mengambil tindakan pembelian yang dapat diukur dengan tingkat kemungkinan seorang konsumen dalam melakukan pembelian produk.	
--	--	---	--

3.6 Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Priyatno (2014:51) Uji validitas adalah sebuah uji instrumen data yang dilakukan untuk mengetahui ketepatan suatu item dalam mengukur item yang akan diukur. Uji validitas dilakukan dengan cara menggunakan korelasi Pearson dengan nilai signifikansi 0,05 (5%). Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka item tersebut dapat dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2014:64) Uji Reliabilitas merupakan uji yang digunakan di dalam sebuah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dalam penelitian dapat diandalkan dan dapat tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan formula Cronbach Alpha, jika nilai Alpha menunjukkan $> 0,6$ maka variabel yang diuji dapat dinyatakan reliabel.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak, jika data yang terdistribusi normal maka data tersebut dapat dianggap mewakili populasi. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah *P-Plot of Regression Standardized*. Menurut Priyatno dalam Lestari, Hasiolan dan Minarsih (2016) cara untuk menganalisis dengan menggunakan uji normal P-Plot adalah dengan melihat titik penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Normal P-Plot. Model regresi dinyatakan terdistribusi secara normal apabila titik data menyebar pada sekitar garis dan mengikuti garis diagonal dan titik-titik data yang menyebar tidak menjauh dari garis diagonal.

3.7.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Priyatno (2014:99-103) Definisi dari Multikolinieritas merupakan antar variabel bebas yang terdapat dalam sebuah model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna, dalam Uji Multikolinieritas model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebasnya. Uji Multikolinieritas dapat dilakukan dengan menggunakan metode Variance Inflation Factor (VIF), apabila nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$ maka dapat dinyatakan tidak terjadi masalah multikolinieritas dan begitu juga sebaliknya jika nilai $VIF > 10$ dan $Tolerance < 0,1$ maka dapat dinyatakan terjadi masalah multikolinieritas.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama dalam semua Pengamatan model regresi, regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

Pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Scatter Plot*. Menurut Riadi, Umar dan Aini (2019) Metode *Scatter Plot* merupakan sebuah grafik yang dapat digunakan untuk melihat sebuah pola hubungan antara dua Variabel. Uji Asumsi klasik mengenai Uji Heteroskedastisitas dapat dinyatakan terpenuhi apabila tidak terjadi Heteroskedastisitas atau dapat disebut dengan homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik yang menyebar tidak berdekatan atau pada tempat yang sama dan tidak membuat sebuah pola atau alur tertentu.

3.8 Metode Analisis Dan Pengujian Hipotesis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linear berganda. Menurut Priyatno (2014:148) definisi dari analisis linier berganda adalah analisis yang dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Formulasi dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y: Variabel Minat Beli

α : Konstanta

X1: Variabel Variasi Produk

β_1 : Koefisien regresi variabel Variasi Produk

X2: Variabel Harga

β_2 : Koefisien regresi variabel Harga

ε : Residual (variabel bebas lain selain yang ada dalam penelitian ini)

3.8.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Definisi dari Uji Signifikansi Simultan atau Uji F Menurut Priyatno (2014:157) adalah Uji yang menunjukkan apakah beberapa variabel bebas yang terdapat dalam model mempunyai signifikansi pengaruh secara bersamaan terhadap variabel terikat. Apabila hasil dari uji F dengan signifikansi $<0,05$, maka variabel bebas dapat dinyatakan memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

3.8.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Menurut Priyatno (2014:160) Uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Jika nilai signifikan t adalah sebesar $<0,05$ maka variabel bebas dapat dinyatakan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat secara parsial.

3.8.3 Uji Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R²)

Menurut Priyatno (2014:141-142), Koefisien korelasi (R) merupakan korelasi berganda antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien korelasi berkisaran pada 0 – 1, apabila nilai semakin mendekati angka 1 maka menunjukkan bahwa semakin kuat hubungan yang terjadi dan begitu juga sebaliknya jika nilai R menunjukkan semakin mendekati angka 0 maka menunjukkan semakin lemah hubungan antar variabel. Determinasi (R²) berfungsi untuk menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam menimbulkan keberadaan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi atau R² berkisar 0 – 1, jika nilai R² mendekati angka 1 maka menunjukkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel

terikat semakin kuat dan sebaliknya jika nilai R2 mendekati angka 0 maka menunjukkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin lemah.

