

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitiann

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif karena data penelitian yang diperoleh dalam penelitian berupa angka-angka hasil penyebaran kuesioner pada suatu populasi dan dianalisis secara statistik (Burns *et al.*, 2017). Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif karena menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada populasi penelitian yaitu konsumen produk Motato. Hasil penyebaran kuesioner akan dianalisis secara statistik dengan terlebih dahulu diolah menggunakan program statistik SPSS versi 22.

Penelitian kuantitatif yang digunakan termasuk dalam penelitian kausal yaitu penelitian yang menjelaskan pengaruh yang terjadi antara variabel bebas (variabel independen) terhadap variabel terikat (variabel dependen) dengan tujuan untuk menguji hipotesis (Malhotra *et al.*, 2017). Penelitian ini tergolong dalam penelitian kausal karena untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian dengan tujuan menguji hipotesis.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu untuk diteliti atau dipelajari (Malhotra *et al.*, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Motato dari bulan April 2020 sampai Desember 2020 yang berjumlah 70 orang.

Sampel menurut Malhotra *et al.* (2017) adalah bagian dari elemen populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam penelitian. Sampel dalam penelitian ini akan ditentukan dengan menggunakan sampel jenuh. Menurut Sugiyono (2017) sampel jenuh merupakan teknik dalam penentuan sampel yang mengikutsertakan keseluruhan anggota populasi sebagai sampel penelitian. Dengan demikian, keseluruhan jumlah populasi sebanyak 70 orang digunakan sebagai sampel penelitian.

3.3 Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang langsung diperoleh peneliti dari subjek atau responden penelitian. Data primer dalam penelitian ini berupa hasil kuesioner yang bersumber dari jawaban-jawaban responden yang menjadi sampel penelitian. Skala pengukuran yang digunakan pada kuesioner adalah skala Likert. Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur tanggapan responden mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

1. Sangat Tidak Setuju memiliki skor 1
2. Tidak Setuju memiliki skor 2
3. Cukup Setuju memiliki skor 3
4. Setuju memiliki skor 4
5. Sangat Setuju memiliki skor 5

3.4 Variabel dan Definisi Operasional

3.4.1 Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas merupakan variabel yang nilainya dapat mempengaruhi nilai variabel lain (Malhotra *et al.*, 2017). Variabel bebas yang digunakan terdiri dari kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan promosi (X_3). Variabel terikat menurut Malhotra *et al.*, (2017) adalah variabel yang nilainya bergantung pada nilai variabel lain. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

3.4.2 Definisi Operasional

Setelah diuraikan tentang variabel yang digunakan dalam penelitian maka tabel berikut akan menyajikan definisi operasional setiap variabel.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
Kualitas Produk (X_1)	Segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar dengan tujuan memperoleh perhatian, dibeli, dimanfaatkan atau dikonsumsi dalam rangka untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan	1. Porsi 2. Rasa 3. Tekstur 4. Aroma 5. Warna 6. Temperatur	Lestari dan Yusuf (2019)
Harga (X_2)	Jumlah nominal uang yang harus dibayarkan untuk memperoleh suatu produk	1. Perbandingan harga yang ditawarkan dengan harga pesaing 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Harga yang ditawarkan terjangkau	Senggetang <i>et al.</i> (2019)
Promosi (X_3)	Kegiatan dalam mengkomunikasikan suatu produk dan menyakinkan konsumen agar bersedia untuk membeli	1. Media promosi yang digunakan tepat 2. Kreatifitas dalam menyampaikan pesan 3. Promosi yang digunakan berbeda dengan pesaing	Sukmawati dan Ekasasi (2020)

Keputusan pembelian (Y)	Proses konsumen dalam mendapatkan produk yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dengan cara membayarkan sejumlah nominal uang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantap dalam memilih produk 2. Kebiasaan dalam memilih produk 3. Memberikan rekomendasi untuk membeli produk yang sama 4. Berkeinginan membeli kembali 	Senggetang <i>et al.</i> (2019)
-------------------------	--	--	---------------------------------

Sumber: data diolah (2020)

3.5 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur dalam pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner *online* melalui *google form*. Kuesioner sebagai instrumen penelitian terdiri dari pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan kualitas produk, harga, dan promosi. Responden yang menjadi sampel penelitian diminta untuk memberikan tanda silang (X) pada alternatif jawaban yang menggunakan skala Likert dengan lima pilihan jawaban 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 apakah instrumen penelitian yang digunakan sudah sesuai untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan Korelasi Pearson dimana nilai item dikorelasikan dengan nilai totalnya. Dalam Korelasi Pearson suatu variabel dinyatakan valid apabila nilai setiap item dengan nilai total menghasilkan nilai signifikan yaitu $<0,05$ (Ho, 2014).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebagai kemampuan instrumen untuk mengukur secara konsisten apabila dilakukan pengukuran diwaktu yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *cronbach alpha*. Jika nilai *cronbach alpha* yang dihasilkan tinggi (bernilai 0,80 atau lebih), maka menunjukkan bahwa semua item dalam kuesioner dapat dihandalkan (Ho, 2014).

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menilai bahwa persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini memiliki ketepatan dalam estimasi dan tidak terjadi bias (Ho, 2014). Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik sebagai berikut:

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memastikan data yang diperoleh dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan Kolmogorov Smirnov dengan ketentuan apabila nilai signifikan Kolmogorov Smirnov yang diperoleh lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal. Uji normalitas digunakan untuk memastikan data yang diperoleh dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan Kolmogorov Smirnov dengan ketentuan apabila nilai signifikan Kolmogorov Smirnov yang diperoleh lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel bebas. Multikolinearitas dapat dilihat berdasarkan nilai VIF dan *tolerance*. Ketentuan yang digunakan adalah apabila nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1 menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas, sebaliknya apabila nilai VIF lebih dari 10 dan *tolerance* kurang dari 0,1 maka terjadi multikolinearitas.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan pengamatan pada grafik *scatterplot* dengan ketentuan apabila titik-titik membentuk pola yang teratur atau pola tertentu, maka dapat dikatakan telah terjadi heteroskedastisitas

3.6.4 Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan pengaruh yang terjadi antara lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat (Field, 2018).

Persamaan regresi linier berganda yang digunakan sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Koefisien konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

X_3 = Promosi

e = *Error*

3.6.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur persentase kontribusi yang diberikan oleh produk, harga, dan promosi terhadap perubahan yang terjadi pada nilai keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1, artinya apabila nilai koefisien determinasi mendekati 1 maka kontribusi yang diberikan oleh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian adalah kuat. Nilai koefisien determinasi semakin mendekati angka nol maka semakin lemah kontribusi yang diberikan oleh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian.

3.6.6 Uji F

Uji F berfungsi untuk menguji tingkat kesesuaian (*fit*) model regresi yang digunakan dalam menjelaskan pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian (Ho, 2014:238). Apabila nilai statistik F hitung yang diperoleh memiliki tingkat probabilitas kurang dari 5% maka model regresi

memiliki tingkat kesesuaian yang baik dalam menjelaskan pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian.

3.6.7 Uji t

Uji t dalam penelitian memiliki fungsi untuk dapat mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Kriteria yang digunakan dalam uji t adalah (Field, 2018):

1. Apabila *p value* yang diperoleh lebih kecil dari 0,05 (5%) maka variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
2. Apabila *p value* yang diperoleh lebih besar dari 0,05 (5%) maka variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

