

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Menurut Hermawan (2017) klarifikasi penelitian berdasarkan jenis dan analisisnya dibagi menjadi dua, yaitu penelitian kuantitatif dan penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Variabel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua variabel utama yaitu variabel bebas (x) yang terdiri dari dua variabel yaitu: harga dan kualitas produk sedangkan variabel terikat (y) terdiri dari 1 variabel yaitu minat beli.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh penduduk di wilayah Banjar Penatih Dangin Puri. Pemilihan sampel ini dalam penelitian ini adalah pembeli produk Hello Baby di daerah Banjar Penatih.

Menurut Sujarweni (2015) Kriteria yang dipakai dalam penelitian ini adalah orang yang sudah melihat produk Hello Baby dan mengetahui produk Hello Baby. Ukuran penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin. Kegunaan rumus slovin untuk menentukan minimal ukuran sampel (n) diketahui jika ukuran populasi (N) pada taraf signifikansi α adalah :

$$n = \frac{N}{1 + n N \alpha^2}$$

n = ukuran sampel

N = Populasi

α = taraf signifikansi (5%)

Maka dapat dihitung ukuran sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{356}{1 + 356 (0,05)^2} = 188,3597884$$

Jadi total responden yang diperlukan adalah 188 orang.

Sumber: Sujarweni (2015)

3.3 Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dua data yaitu dari data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Pada penelitian ini metode pengumpulan data primer yang digunakan adalah metode kuesioner yang pengukurannya menggunakan *Skala Likert*. Menurut Sujarweni (2015) *Skala Likert* adalah skala yang digunakan yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, lalu indikator tersebut dijadikan tolak ukur untuk menyusun pertanyaan-pertanyaan.

Tabel 3.3.1 Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Sujarweni (2015)

Data sekunder adalah struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain (Hermawan, 2017). Data sekunder dalam penelitian ini berupa jurnal ilmiah dan buku referensi yang ada kaitannya dengan variabel penelitian.

3.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berikut merupakan variabel dan indikator yang akan digunakan dalam penelitian ini :

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Konseptual	Indikator	Definisi Operasional	Sumber
Minat Beli (Y)	Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana	1. Perhatian (Attention). 2. Ketertarikan (Interest).	1. Adanya perhatian yang besar dari konsumen terhadap suatu produk (barang atau jasa).	Halim (2019) dan Iskandar (2019)

	<p>konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu</p>	<p>3. Keinginan (Desire). 4. Keyakinan (Conviction).</p>	<p>2. Menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang. 3. Adanya dorongan untuk memiliki. 4. Adanya perasaan percaya individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli</p>	
Harga (X_1)	<p>Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya (Kotler dan Keller, dalam Pertiwi dan Harianto 2019).</p>	<p>1. Keterjangkauan Harga 2. Kesesuaian harga dengan produk 3. Daya saing harga. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat</p>	<p>1. Penerapan aspek harga yang dilakukan oleh penjual atau produsen yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen. 2. Aspek penetapan harga yang dilakukan oleh penjual atau produsen yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen 3. Penawaran harga yang diberikan oleh penjual atau produsen berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain, pada satu jenis produk yang sama 4. aspek penetapan harga yang dilakukan oleh penjual atau produsen yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli</p>	<p>Pertiwi dan Harianto (2019)</p>

Kualitas Produk (X_2)	Kualitas Produk adalah kualitas produk mengacu pada karakteristik kemampuan produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Nugroho & Irena, 2017).	1. Kinerja (<i>performance</i>), 2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (<i>features</i>), 3. Keandalan (<i>reliability</i>), 4. Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance</i>) 5. Daya tahan (<i>durability</i>) 6. <i>Perceived Quality</i>	1. Karakteristik penggunaan pokok dari produk inti 2. Karakteristik yang ditambahkan atau pelengkap 3. Kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai 4. Sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya 5. Berkaitan dengan ketahanan produk tersebut dapat terus digunakan. 6. Karakteristik persepsi kualitas.	Nugroho dan Irena (2017), Febrian (2019)
---------------------------	---	---	--	--

Sumber: Data diolah (2020)

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Kuesioner (Data Primer)

Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen Hello Baby, sebelum konsumen mengisi kuesioner terlebih dahulu peneliti akan memperhatikan apakah konsumen tersebut membeli atau berminat kepada produk Hello, sehingga konsumen dapat mengisi kuesioner sesuai dengan yang mereka amati dan rasakan.

3.6 Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Validitas

Menurut Priyatno (2016) uji validitas adalah pengujian data untuk mengetahui seberapa *valid* suatu item yang ingin diukur. Item yang dipakai berupa pernyataan atau pertanyaan yang ditujukan kepada untuk diisi dengan pengisi dengan tujuan untuk mengungkapkan hal yang ingin diungkapkan. Kriteria validitas dapat ditentukan dengan melihat nilai melihat nilai *Pearson Correlation* dibandingkan dengan tingkat signifikan. Apabila nilai *Sig.* < 0,05 maka pernyataan-pernyataan di kuesioner tersebut *valid*. Bila item tersebut tidak *valid* maka item tersebut dapat dihilangkan atau dilakukan pengambilan responden ulang.

3.6.2 Reliabilitas

Menurut Priyatno (2016) uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Alat ukur tersebut harus mendapatkan pengukuran yang tetap sama meski pengukuran tersebut diulang kembali. Untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan reliabel atau tidak maka digunakan batasan 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 tidak akan diterima, jika nilai reliabel 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

3.7 Metode Analisis Data

3.7.1 Regresi Linier Berganda

Menurut Priyatno (2016) regresi linier berganda adalah analisis untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara 2 variabel independen atau lebih terhadap variabel dependen dan untuk memprediksi atau meramalkan suatu nilai variabel dependen. Berikut adalah persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Variabel Minat Beli

a = Konstanta

β_1 = Koefisien regresi Variabel Harga

β_2 = Koefisien regresi Variabel Kualitas Produk

X₁ = Harga

X₂ = Kualitas Produk

ε = *error*

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Normalitas

Menurut Walintukan *et al* (2018) Uji Normalitas berfungsi untuk menjadi indikator apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi mempunyai distribusi normal atau tidak.. Pelaksanaan uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai uji *Kolmogorov-Smirnov* kurang atau sama dengan 0,05 maka residual tidak berdistribusi normal dan jika sebaliknya jika nilai uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih dari 0,05 maka residual berdistribusi secara normal.

3.7.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyatno (2016) Uji heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan pada model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini menggunakan uji *Glejser* untuk menguji apakah dalam penelitian ini terdapat heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi setiap variabel lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas

3.7.2.3 Uji Multikolinieritas

Menurut Priyatno (2017) Uji multikolinieritas adalah variabel bebas yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi sempurna atau hampir sempurna, untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam regresi dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *tolerance* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*). Multikolinieritas dianggap tidak masalah apabila uji *VIF* nilainya kurang dari 10.

3.7.2.4 Uji Linieritas

Menurut Sugiyono dan Susanto (2017) uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel yang diuji mempunyai hubungan yang linier. Uji ini merupakan prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Uji linearitas dilakukan melalui *test of linearity*. Data yang baik seharusnya memiliki hubungan linier antara variabel independen dan variabel dependen. Dua variabel dikatakan hubungannya linier bila signifikansi (*Linearity*) ≤ 0.05 .

3.7.3 Uji Hipotesis

3.7.3.1 Uji Koefisiensi Korelasi (R) dan Determinasi (R²)

Menurut Utami & Saputra (2017) Uji koefisien determinasi memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan pengaruh variabel dependen. Nilai R berada pada poin 0 sampai dengan 1, jika nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan semakin kuat, dan juga sebaliknya jika nilai mendekati nol, maka hubungan semakin lemah

3.7.3.2 Uji Kelayakan Model (Uji F)

Menurut Utami dan Saputra (2017) Uji -F digunakan untuk mengetahui apakah model regresi sudah benar atau tidak. Pada kasus ini X1 dan X2 adalah lingkungan universitas dan efikasi diri, sedangkan Y adalah Minat usaha. Jika uji $F \leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

3.7.3.3 Uji t

Menurut Sulistiyono (2017) Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X1 dan X2) yaitu lingkungan kampus dan efikasi diri secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) yaitu minat berwirausaha. Jika uji $t \leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti variabel bebas secara individual atau parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.