

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk penulisan penelitian adalah metode kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak variabel bebas *perceived price* (X1), kualitas produk (X2), dan *perceived value* (X3) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y) *ricebowl* Babibong. Metode penelitian kuantitatif adalah sebuah metode didalam penelitian yang memiliki dasar yaitu filsafat positivisme yang memiliki tujuan untuk mencari gambaran dan menguji hipotesis yang disediakan oleh peneliti (Sugiyono, 2018). Untuk menganalisa pengaruh beberapa variabel yang disebutkan, digunakan teknik analisis regresi berganda.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono (2018: 130), adalah obyek/subyek yang berada pada golongan beberapa wilayah tertentu yang dimana mempunyai karakteristik maupun kualitas tertentu yang dimiliki oleh obyek/subyek diwilayah tersebut yang akan dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah yaitu konsumen *ricebowl* Babibong sebanyak 250 orang.

Sampel menurut Uma Sekaran & Roger Bougie (2016:237), adalah golongan dari beberapa populasi yang sudah terpilih dan membentuk menjadi sampel. Dengan kata lain, beberapa, tetapi tidak semua, elemen populasi membentuk sampel. Pengambilan sampel dari penelitian ini adalah dengan menggunakan metode teknik

purposive sampling yang dimana artinya adalah sampel ditentukan berdasarkan kelompok sasaran tertentu yaitu dengan cara membatasi, dan memberikan kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti kepada individu yang diteliti (Sekaran & Bougie, 2016:248). Berikut kriteria dari sample yang dimaksud sebagai berikut:

1. Orang yang berdomisili Kota Surabaya.
2. Sudah pernah membeli *Ricebowl* Babibong.

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan untuk penelitian ini adalah rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + (N \times e^2))}$$
$$n = \frac{250}{(1 + (250 \times 0.05^2))}$$
$$n = \frac{250}{(1 + 0,625)}$$
$$n = \frac{250}{1,625}$$
$$n = 153,84$$

Pada penelitian ini jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 154 responden.

3.3 Jenis Data, Sumber Data, dan Skala Pengukuran

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sekaran & Bougie (2016) sebuah data dapat diperoleh dari sumber primer maupun sekunder. Data primer didapatkan secara langsung sedangkan data sekunder didapatkan melalui sumber-

sumber laporan yang sudah ada. Sumber data yang digunakan untuk penelitian ini adalah sumber primer yaitu didapatkan secara langsung oleh peneliti melalui angket atau kuesioner (*google form*). Untuk metode pengumpulan data akan digunakan *skala likert* yaitu dengan ketentuan yang sudah dikenal yaitu dengan memiliki skala 1-5 dari sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), cukup setuju (3), setuju (4), dan sangat setuju (5).

3.4 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variable	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
<i>Perceived price</i> (X1)	Apabila suatu produk itu mahal maupun murah, seorang konsumen akan tetap mengorbankan uang nya agar mendapatkan <i>good benefits</i> dari produk atau layanan tersebut.	1. <i>Price acceptance</i> 2. <i>Price evaluation</i> 3. <i>Perceived worth</i>	Nanda Resmi & Triwismiarsi (2015:6); Cahyani <i>et al.</i> , (2017).
Kualitas produk (X2)	Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuan yang dimilikinya untuk memenuhi kebutuhan langsung maupun tidak langsung.	1. Bentuk 2. Ketahanan 3. Keandalan 4. Kemudahan 5. Desain	Supriyadi <i>et al.</i> , (2016); Herviana & Anik (2018).
<i>Perceived value</i> (X3)	<i>Perceived value</i> adalah keseluruhan penilaian konsumen terhadap moneter dan non-moneter pertimbangan untuk suatu produk atau jasa berdasarkan persepsi tentang apa yang diterima dan apa adanya diberikan.	1. <i>Emotional value</i> 2. <i>Quality value</i> 3. <i>Functional value</i> 4. <i>Social value</i>	Stefanus & Djoko (2015:160); Iniesta-Bonillo <i>et al.</i> , (2016).
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah kegiatan yang berproses menjadi sebuah keputusan dengan cara mengkombinasikan pengetahuan yang dimiliki konsumen untuk memilih dua maupun lebih produk-produk alternatif yang tersedia dan juga dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu pelayanan, harga,	1. <i>Product choice</i> 2. <i>Brand choice</i> 3. <i>Purchase timing</i> 4. <i>Purchase amount</i> 5. <i>Payment method</i>	Kotler & Armstrong (2016); Riadi, (2020).

Variable	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Sumber
	kualitas, promosi, lokasi, dan kemudahan.		

Sumber : Data Diolah (2021)



3.5 Prosedur Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data untuk penelitian kuesioner akan diberikan kepada responden-responden secara online melalui social media yaitu Line, Whatsapp, dan Instagram setelah itu diberikan kata ucapan dan *link google form* yang sudah disediakan oleh peneliti. Setelah responden menerima *link google form* dan meng-*click link* tersebut akan mengarahkan ke bagian pertama yaitu bagian data responden, apabila dibagian data responden dan dikolom “Pernahkan membeli produk Babibong” menjawab “Tidak” maka kuesioner akan secara otomatis tertutup dan responden tidak bisa melanjutkan, apabila responden menjawab “Ya” maka responden akan dialihkan ke bagian selanjutnya yaitu mengisi kuesioner yang tersedia berdasarkan skala *likert*.

3.6 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.6.1 Uji Validitas

Menurut Priyatno (2014:51), uji validitas merupakan uji instrument data yang dipergunakan untuk mencari tahu seberapa cermat sebuah instrument pengukuran yang digunakan dalam mengukur sebuah variabel. Metode yang akan dipergunakan dalam penelitian ini adalah *pearson correlation*, yaitu apabila suatu nilai memiliki signifikansi kurang dari 0,05 maka data tersebut dapat dianggap *valid*.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno (2014:64), uji reliabilitas dipergunakan mengidentifikasi konsistensi alat / instrument ukur yang menggunakan kuesioner. Metode yang dipergunakan adalah *cronbarch alpha*. Inti dari pengukuran tersebut adalah jika nilai

cronbarch alpha memiliki angka lebih dari 0,06 maka instrument kuesioner dapat dinyatakan reliabel.

3.6.3 Model Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linear berganda. Metode ini digunakan untuk mengetahui bagaimana keadaan variabel yaitu dependen, apabila terdapat dua ataupun lebih variabel independen yang digunakan sebagai faktor predictor dimanipulasi.

Menurut Sugiyono (2017:275), perumusan regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

α = Konstanta

b1 = Konfisien regresi untuk X1 (*Perceived Price*)

b2 = Konfisien regresi untuk X2 (Kualitas Produk)

b3 = Konfisien regresi untuk X3 (*Perceived Value*)

x1 = *Perceived price*

x2 = Kualitas produk

x3 = *Perceived value*

e = Standar *error*

3.6.4 Uji F

Uji F biasanya disebut juga sebagai *Analysis of Varian* (ANOVA). Menurut Ghozali (2016:96), tujuan dari uji F tersebut adalah untuk mengidentifikasi variabel yang merupakan *perceived price*, kualitas produk, *perceived value* sebagai variabel bebas (independen) berpengaruh sama terhadap keputusan pembelian sebagai variabel terkait (dependen). Semua variabel bebas akan memiliki pengaruh terhadap variabel terkait apabila nilai signifikansi uji F < 0,05.

3.6.5 Uji t

Berdasarkan Imam Ghozali (2016:95) pada intinya uji t akan menunjukkan pengaruh sebuah variabel independen terhadap suatu variabel dependen. Apabila angka signifikansi uji t < 0,05 maka sebuah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

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

Uji Korelasi pada dasarnya ditujukan agar menguji dua variabel yaitu variabel bebas (x) dan variabel terikat (y) dikarenakan memiliki hubungan yang kuat, relevan, maupun sebaliknya. Dalam uji korelasi akan dapat menunjukkan keterhubungan antara variabel yang akan diuji positif atau *negative*. Berdasarkan penjelasan dan tujuan uji korelasi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien harus dalam suatu batas yaitu -1 hingga +1.

Menurut Ghozali (2016), tujuan uji koefisien determinasi adalah untuk mengukur seberapa jauhkah variabel dependen diterangkan oleh kemampuan suatu

model. Angka untuk suatu uji koefisien determinasi berkisar antara nol dan satu, yang dimana nol menunjukkan peningkatan yang terjadi terus menerus hingga mencapai angka 1 dan tidak ada korelasi, angka 1 menunjukkan bahwa korelasi sempurna. Kemampuan variabel independen yang terdapat dalam sebuah variabel dependen sangat amat terbatas apabila R^2 bernilai kecil.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk mengidentifikasi data persebaran populasi yang dimiliki berada dikondisi normal atau tidak. Hal tersebut dilakukan untuk apakah data tersebut layak untuk dilakukan pengujian secara statistik. Menurut Singgih Santoso (2016: 393), dasar dalam pengambilan suatu keputusan apabila dilakukan berdasarkan probabilitas (*asymtotic significant*), yaitu :

- Jika Probabilitas > 0.05 maka distribusi dari populasi adalah normal.
- Jika Probabilitas < 0.05 maka populasi tidak berdistribusi secara normal.

3.7.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah suatu metode pengujian yang digunakan untuk mengidentifikasi apakah terjadi ketidaksamaan diantara suatu residual dengan residual pengamat lainnya. Sehingga dapat mengurangi resiko terjadinya kesalahan penaksiran. Menurut Singgih Santoso (2016:210), cara mengidentifikasi adanya heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*.

3.7.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan sebuah bentuk pengujian oleh beberapa atau semua variabel independen yang berkorelasi tinggi antar satu dengan yang lainnya. Menurut Naimmatun Nasiroh & Untung Widodo (2017) model regresi yang baik adalah apabila tidak terjadi korelasi antara variabel independennya. Penelitian tersebut menggunakan suatu kriteria yaitu VIF dimana jika nilai VIF lebih tinggi / besar atau diatas angka 10 maka akan terjadi gejala multikolinieritas pada variabel independen.

