

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **4.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan data primer yang diperoleh melalui pembagian kuesioner pada konsumen kripik buah Wijaya yang berada di wilayah Kota Tumpang, yang penelitian ini termasuk penelitian kausalitas yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara menguji pengaruh variabel dengan satu variabel lainnya.

#### **4.2 Objek dan Sumber Data Penelitian**

Pengertian data menurut Zulfafrial (2012:46) adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Menurut Sugiyono (2009:225) bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari kuesioner yang dibagikan kepada konsumen pembelian produk aneka kripik buah Wijaya di Kota Tumpang.

#### **4.3 Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2015:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun dilihat dari jumlahnya, populasi ada yang jumlahnya terhingga (terdiri dari elemen dengan jumlah tertentu) dan jumlah tak terhingga (terdiri dari elemen yang sulit sekali dicari batasannya). Populasi pada penelitian ini adalah pabrik kripik buah yang berada di wilayah Tumpang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiono, 2015:81). Untuk menentukan sampel dari populasi digunakan perhitungan maupun acuan tabel yang dikembangkan para ahli. Secara umum, untuk penelitian korelasional jumlah sampel minimal untuk memperoleh hasil yang baik adalah 30, sedangkan dalam penelitian eksperimen jumlah sampel minimum 15 dari masing-masing kelompok dan untuk penelitian survey jumlah sampel minimum adalah 100. (Roscoe,1975) Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik non probability yakni teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono (2016:82) purposive sampling adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representative. Adapun pertimbangan yang peneliti ambil untuk dijadikan sampel adalah pabrik kripik buah Wijaya di Kecamatan Tumpang. Penentuan jumlah sampel yang representatif menurut Hair et al. (1995 dalam Kiswati 2010) adalah

tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$\text{Sampel} = \text{jumlah indikator} \times 5$$

$$= 15 \times 5$$

$$= 75$$

#### 4.4 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran

##### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah :

- a. Variabel bebas (*independent variable*) variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat atau dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Citra Merek (X3).
- b. Variabel Intervening  
Menurut Sugiono (2007) variabel intervening adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati atau diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela antara variabel independen dengan variabel dependen sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.
- c. Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Keputusan Pembelian (Y).

##### 2. Operasi Variabel

Definisi operasional variabel merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah konsep atau variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi (indikator) dari suatu konsep atau variabel.

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
----------	---------	-----------	-------

<p><b>Kualitas Produk</b> Gerung, Sepang, 2017</p>	<p>1. Kemampuan Produk Upaya suatu barang untuk memikat seseorang agar mempunyai minat beli terhadap suatu produk.</p> <p>2. Fungsi Produk Minat beli konsumen terhadap suatu produk yang disebabkan karena melihat fungsi suatu produk yang bermanfaat bagi konsumen.</p> <p>3. Kelebihan Produk Unggulnya suatu produk yang mempunyai daya jual yang tinggi sehingga mempunyai nilai lebih dibanding produk pesaing.</p>	<p><i>Likert</i></p>
<p><b>Kualitas Pelayanan</b> Zeithaml, 2009:67</p>	<p>(a) Bukti langsung (<i>tangibles</i>)</p> <p>(b) Keandalan (<i>reliability</i>)</p> <p>(c) Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)</p> <p>(d) Jaminan (<i>assurance</i>).</p>	<p><i>Likert</i></p>

**Citra Merek**

Wulandari & Iskandar,  
2018 : 14

1. Produk Berkualitas

Produk yang mempunyai merek tertentu produk tersebut berkualitas, apalagi jika merek yang sudah terkenal tentu produk sudah terjamin berkualitas.

2. Merek Mudah

Didapatkan  
Jika mengetahui merek yang terdapat dalam produk, tentu produk tersebut mudah didapatkan.

3. Menjalin Hubungan

Baik Dengan  
Konsumen  
Perusahaan yang sudah berdiri tidak akan mendapatkan penghasilan jika tidak ada konsumen.

4. Merek yang Kuat

Dalam Pikiran  
Konsumen  
Munculnya suatu merek dalam pikiran konsumen akan mampu menciptakan image atau kesan yang positif terhadap produk

*Likert*

tersebut.

**5. Merek yang Dapat Dipercaya**

Produk yang sudah mempunyai merek yang terkenal konsumen akan lebih mempercayai produk tersebut.

**6. Merek Mudah untuk Dikenali**

Merek yang sudah terkenal tentu konsumen lebih mudah untuk mengingat produk, maka produk seharusnya diberi merek yang jelas dan menarik.

**7. Merek Memberikan Manfaat Lebih**

Merek yang sudah ada kemungkinan akan memberikan manfaat, dengan mengasih nama label menghasilkan jenis suatu barang akan makin terjaga dan makin stabil.

**Keputusan Pembelian**

Gerung, Sepang, 2017

1. Keinginan Suatu

Produk

Kebutuhan pada suatu barang atau jasa yang bisa dikatakan keinginan seseorang pada sesuatu yang belum

terpenuhi.2.

Mengevaluasi Sebelum

Membeli

Memilih beberapa

produk sebelum

melakukan pembelian

agar ketika sudah

dibeli tidak akan ada

penyesalan

terhadap produk yang

dipilih.

3. Hasil dari Keputusan

Pembelian

Dimana suatu produk

yang telah dipasarkan

dengan berbagai

macam promosi baik

dari merek maupun

penampilan yang akan

menarik konsumen dan

terjadi proses

pembelian atau tidak

membeli produk

tersebut.

4. Kepuasan

*Likert*

	<p>Konsumen</p> <p>Setelah dilakukan keputusan pembelian tentunya konsumen sudah memilih barang yang telah dibeli dan ada rasa puas setelah memilih barang yang disukai.</p> <p>5. Loyal terhadap Produk</p> <p>Ketika konsumen membeli barang dan barang tersebut kualitasnya bagus dan disukai oleh konsumen, pastinya konsumen tersebut akan membeli produknya lagi.</p>	
--	---	--

#### 4.5 Metode Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan menggunakan instrumen atau alat kuisioner berisi sejumlah pertanyaan tertulis yang terstruktur untuk memperoleh informasi dari responden, baik itu tentang pribadinya maupun hal-hal lain yang ingin diketahui. Metode Angket/Kuisioner. Metode ini digunakan untuk memperoleh data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian melalui pengisian angket/kuisioner. Angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan angket langsung, yaitu angket yang secara langsung diisi oleh responden.

#### 4.6 Metode Analisis Data

##### 3.6.1 Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dapat dikatakan baik salah satunya jika memenuhi kriteria validitas dan realibilitas.

### 1. Uji Validitas

Uji validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Cara menguji validitas konstruk (Construct Validity) menurut Siregar (2017) suatu instrumen penelitian akan dikatakan valid menurut jika:

- a. Koefisien korelasi product moment melebihi 0,3 (Sugiyono, 2009)
- b. Koefisien korelasi product moment  $> r$ -tabel ( $\alpha$ ;  $n-2$ ),  $n$  = jumlah sampel
- c. Nilai Sig.  $\leq \alpha$

Rumus yang biasa digunakan untuk uji validitas menggunakan teknik korelasi *product moment* adalah:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah responden

$X$  = Skor variabel (jawaban responden)

$Y$  = Skor total variabel untuk responden  $n$

### 3.6.2 Uji T

Uji T dilakukan untuk menguji suatu variabel independen terhadap variabel dependen memiliki pengaruh secara parsial. Uji T dilakukan dengan membandingkan nilai  $t$  hitung dengan nilai  $t$  tabel. Dasar pengambilan keputusan pengujian yaitu jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.

### 3.6.3 Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen (bebas) terhadap variabel terikat secara simultan atau bersama sama. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai  $f$  hitung dengan nilai  $f$  table. Dasar pengambilan keputusan pengujian yaitu jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.

### 3.6.4 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan seberapa besar kemampuan seluruh variabel bebas menjelaskan varian dari variabel terikat. Koefisien determinasi secara sederhana dihitung dengan  $R^2$ . Jika nilai  $R^2$  semakin besar atau mendekati 1, maka model semakin tepat. Sugiyono (2009) menyatakan bahwa jika nilai  $R^2$  mendekati 1, maka variabel bebas mampu memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi varian dari variabel terikat. Koefisien determinasi pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus berikut:

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



Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien korelasi Pearson

### 3.6.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi adalah analisis persamaan garis yang diperoleh berdasarkan perhitungan statistika atau model untuk mengetahui bagaimana perbedaan sebuah variable mempengaruhi variable lain (Bungin, 2011). Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda atau analisis multiregresi yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen untuk yaitu analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk Aneka Kripik Buah. Persamaan model regresi berganda yang digunakan menurut (Suharyadi dan Purwanto, 2011) adalah:

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

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

a = Bilangan konstan

b<sub>1</sub> = Koefisien variabel kualitas produk

X<sub>1</sub> = Variabel kualitas produk

b<sub>2</sub> = Koefisien variabel kualitas pelayanan

X<sub>2</sub> = Variabel kualitas pelayanan

b<sub>3</sub> = Koefisien variabel citra merek

X<sub>3</sub> = Variabel citra merek

e = Standar error