

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian *field research* atau penelitian lapangan. Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan mengumpulkan dan memperoleh data atau informasi secara langsung mengenai objek di lapangan agar dapat memperoleh data atau informasi aktual.¹ Oleh karena itu, peneliti melaksanakan studi lapangan secara langsung berkaitan pengaruh *marketing mix* (produk, harga, lokasi, dan promosi) terhadap minat pembelian Getuk Nyimut Kudus.

Sedangkan metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang menggunakan data *numerik* atau angka berawal dari proses pengumpulan data, penafsiran data dan penyajian hasil data. Penelitian kuantitatif digunakan untuk menn populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data dan analisis data dengan prosedur statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

B. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer atau biasanya dikenal dengan data tangan pertama merupakan suatu data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengambilan data secara langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari.³ Pengumpulan data primer pada penelitian ini yakni dengan memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden dalam bentuk kuesioner yang memiliki isi bauran pemasaran (produk, harga, tempat dan promosi) getuk nyimut Kudus.

2. Data Sekunder

Data sekunder atau data tangan kedua ialah data yang digunakan peneliti yang didapat dari subjek penelitian secara tidak langsung berupa jurnal penelitian, buku, artikel website internet, dokumentasi-dokumenasi. Struktur data historis terkait variabel

¹ Slamet Riyanto dan aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Kuantitatif Penelitian di Bidang manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Budi Utomo, 2020), 4.

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 16.

³ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2004), 91.

yang sebelumnya dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari laporan-laporan atau dokumen penelitian terdahulu.⁴

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan peneliti ataupun objek yang menunjukkan sifat dan karakteristik yang ditentukan oleh peneliti pada saat melakukan penelitian agar dapat dipelajari dan ditarik kesimpulan.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berminat membeli Getuk Nyimut Kudus.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Jika populasi besar dan tidak mungkin peneliti untuk mengamati seluruh populasi yang cukup memadai karena keterbatasan waktu, sumber daya, tenaga, biaya dan berbagai kendala lainnya. Oleh karena itu, sampel yg diambil oleh peneliti harus benar-benar *representatif* atau mewakili.⁶

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *Nonprobability Sampling* dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Teknik pengambilan sampel ini tidak memberikan persamaan atau kesempatan bagi setiap populasi sampel.⁷ Kriteria yang ditentukan peneliti dalam penelitian ini yaitu:

1. Konsumen melakukan pembelian Getuk Nyimut Kudus kelokasi secara langsung
2. Konsumen minimal 1 kali pembelian Getuk Nyimut Kudus di dua tempat yang berbeda.

Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti berapa jumlahnya. Menurut Sugiyono, dalam penelitian yang jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti, maka besar sampel dihitung dengan rumus Cochran:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

n = kuantitas sampel yang diperlukan

z = harga kurva normal dengan deviasi 5% dengan nilai (1,96)

⁴ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, 91.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 126.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 127.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 131-133.

p = peluang benar 50% setara (0,5)

q = peluang salah 50% setara (0,5)

e = tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) 10% setara (0,1).⁸

Perhitungan sampel dengan menggunakan rumus *Cochran* diatas dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,1)^2} = 96,04$$

Hasil sampel yang diperoleh dari rumus penelitian diatas adalah sebesar 96,04 responden. Peneliti menetapkan jumlah sampel tersebut sebanyak 97 responden. Hal ini dikarenakan ketika jumlah sampel mendekati populasi umum dapat memungkinkan kesalahan generalisasi menjadi berkurang.

D. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu yang dapat menjadi pokok bahasan dari variabel pengamatan dalam suatu penelitian. Variabel penelitian terdiri dari hal-hal yang mempengaruhi fenomena atau gejala sunjek sehingga peneliti dapat memperoleh informasi dan menarik kesimpulan.⁹ Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Independen (*Independent Variable*)

Variabel independen atau biasanya disebut dengan variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi dan menyebabkan bentuk atau perubahan variabel terikat. Variabel independen yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu produk (X1), harga (X2), lokasi (X3) dan promosi (X4).

2. Variabel Dependen (*Dependent Variable*)

Variabel dependen atau sering disebut dengan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu minat beli (Y).¹⁰

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 136-137.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 67.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 69.

E. Definisi Variabel Operasional

Definisi operasional adalah suatu variabel penelitian yang digunakan untuk memahami suatu arti dalam setiap variabel penelitian sebelum melakukan analisis, instrumen serta mengetahui sumber pengukuran.¹¹

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Produk (X1)	Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepasar agar dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. ¹²	a. Variasi produk b. Kualitas produk c. Desain produk d. Merek produk. ¹³	<i>Likert</i>
2.	Harga (X2)	Harga merupakan komponen penting atas produk yang dapat mempengaruhi posisi persaingan dan laba perusahaan secara langsung. ¹⁴	a. Daftar harga b. Keterjangkauan harga c. Kesesuaian harga terhadap kualitas produk d. Daya saing harga e. Diskon (potongan harga beli). ¹⁵	<i>Likert</i>
3.	Lokasi (X3)	Lokasi adalah faktor yang sangat penting. Pemilihan lokasi gerai atau toko yang tepat dan strategis memiliki dampak positif	a. Akses yang mudah dijangkau. b. Lokasi dekat dengan jalan (lalu lintas) c. Tempat parkir	

¹¹ V. Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 77.

¹² Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2006), 223.

¹³ Assauri Sofyan, *Manajemen Pemasaran (dalam konsep dan strategi)* (Jakarta: Rajawali Grafindo, 2012), 119.

¹⁴ Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 345.

¹⁵ Philip Kotler & Gery Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran* 345

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		dibandingkan dengan lokasi yang tidak kalah strategis. ¹⁶	d. Wilayah lokasi yang luas (ekspansi) e. Kondisi lingkungan. ¹⁷	
4.	Promosi (X4)	Promosi adalah suatu metode yang digunakan untuk mempengaruhi konsumen agar mengenal produk yang ditawarkan. ¹⁸	a. <i>Advertising</i> (Iklan) b. <i>Sales promotion</i> (Promosi penjualan) c. <i>Publisitas pesaing</i> . ¹⁹ d. <i>Word of mouth</i> . ²⁰	
5.	Minat Beli (Y)	Segala sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli atau memilih produk yang diinginkan. ²¹	a. Minat transaksional b. Minat referensial c. Minat preferensial d. Minat eksploratif. ²²	<i>Likert</i>

F. Teknik Pengumpulan Data

Upaya untuk mendapatkan sebuah data di lapangan, maka peneliti menggunakan metode penelitian agar mendapatkan data yang sesuai yg diinginkan.

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan proses mengamati objek yang akan dipelajari. Peneliti tidak terlibat

¹⁶ Ma'ruf Hendry, *Pemasaran Ritel* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 113.

¹⁷ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: ANDI, 2008), 95

¹⁸ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, 120-121.

¹⁹ Sentot Imam Wahyono, *Bisnis Modern*, 233-234.

²⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 146.

²¹ Ferdinand, *Pengembangan Minat Beli Merek*, 126-127.

²² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, 45.

dan hanya sebagai pengamat yang mengukur dan menguji objek penelitian.²³

2. Metode Angket (Kuesioner)

Kuesioner yakni proses pengumpulan data dengan cara memberikan kepada responden serangkaian pernyataan tertulis untuk dikerjakan, yang kemudian dianalisis oleh peneliti untuk mendapatkan sebuah informasi. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang berguna ketika peneliti mengetahui variabel apa yang diukur dan apa yang diharapkan dari responden.²⁴ Kuesioner pada penelitian ini yang diberikan guna memperoleh data berkaitan tentang produk, harga, lokasi dan promosi. Data tersebut nantinya disebarkan pada konsumen terhadap minat pembelian getuk nyimut Kudus.

Penelitian ini peneliti memakai skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk menaksir pandangan, sikap, serta persepsi seseorang atau kelompok tentang suatu fenomena sosial. Pertanyaan yang diajukan kepada responden akan diberi nilai, antara lain:

- | | |
|------------------------------|-------------------------------|
| a. Sangat Setuju (SS) | : Bobot/skor 4 |
| b. Setuju (S) | : Bobot/skor 3 |
| c. Tidak Setuju (TS) | : Bobot/skor 2 |
| d. Sangat Tidak Setuju (STS) | : Bobot/skor 1. ²⁵ |

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas ialah suatu uji yang pada dasarnya digunakan untuk mengukur tingkat kevalidan instrumen (kuesioner) pada suatu penelitian.²⁶ Instrumen valid yakni instrumen yang bisa menjelaskan data dari variabel yang sesuai dengan kenyataannya. Kuesioner yang berisikan pertanyaan dikatakan valid apabila pertanyaan tersebut memiliki keterkaitan tinggi yang dapat dilihat dari korelasi antar jawaban dan pertanyaan. Sebaliknya, pertanyaan yang dikatakan tidak valid apabila korelasi yang rendah antar butir pertanyaannya.²⁷

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 203

²⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 199.

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 146.

²⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 52.

²⁷ Ovan dan Andika Saputra, *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*, (Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020), 3.

Terdapat beberapa cara untuk mengukur kevalidan instrumen pada uji validitas yaitu *Bivariate Parson*. Pengujian tersebut memakai dua sisi uji dengan taraf signifikan 0,05. Adapun kriteria pengujiannya didasarkan sebagai berikut:

- a. Bilamana nilai $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$ berarti instrumen tersebut dikatakan valid.
- b. Bilamana nilai $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$ berarti instrumen tersebut dikatakan tidak valid.

Nilai r_{tabel} diperoleh dari tabel r dengan rumus $df = n - 2$ ($n =$ jumlah data atau total responden).²⁸

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah suatu pengujian yang digunakan untuk melihat kekonsisten instrumen dalam mengukur suatu gejala yang sama. Instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel apabila jawaban pertanyaan dijawab secara konsisten dari masa ke masa atau jawaban tidak boleh acak. Jika jawaban acak, maka dapat dikatakan tidak reliabilitas.²⁹ Penelitian ini menggunakan teknik uji statistik *Cronbach Alpha* untuk menghitung r_{tabel} atau respon responden berupa skala 1-5 atau memadukan penilaian terhadap sikap. Terdapat kriteria suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha $> 0,70$.³⁰

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ialah pengujian yang digunakan untuk menyelidiki terdapat atau tidaknya nilai residual berdistribusi data (variabel dependen dan independen) yang normal pada permodelan regresi. Model regresi yang baik bila nilai residual memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal.³¹ Peneliti menggunakan metode analisis statistik dengan pengujian *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Uji ini dilakukan dengan mempertimbangkan tingkat signifikansi 5%, sehingga data dapat

²⁸ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, 53

²⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, 47.

³⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, 48.

³¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, 154.

dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya lebih dari 5% atau 0,05.³²

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji model regresi apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antar variabel independen. Ada tidaknya gejala multikolinieritas dalam suatu model regresi dapat dideteksi dengan menggunakan nilai VIF dan *tolerance* sebagai berikut:

a. Nilai *Tolerance*

Nilai *tolerance* yang biasanya dipakai dalam menunjukkan adanya gejala multikolinieritas nilainya sebesar $< 0,10$ (10%)

b. Nilai VIF

Apabila nilai VIF lebih besar dari 10, maka terdapat gejala multikolinieritas diantara variabel independen. Sebaliknya, jika nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terdapat gejala multikolinieritas diantara variabel independen.³³

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji model regresi untuk ada tidaknya pertidaksamaan varians residual terhadap satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual sama disebut homoskedastisitas dan bila varians dari residualnya berbeda disebut heteroskedastisitas. Sehingga model regresi dianggap baik bila model tersebut memiliki sifat homoskedastisitas atau tidak memiliki sifat heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini memakai metode *glejser*, yaitu untuk mengatur regresi variabel independen dengan nilai absolut residual. Apabila nilai signifikansi variabel independen dibawah 5% (0,05) dari nilai variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Jika nilainya lebih dari 5% (0,05), maka model regresi bebas dari heteroskedastisitas.³⁴

³² Firdaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0* (Bengkalis: DOTPLUS Publisher, 2021), 32.

³³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*, 103-104.

³⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*, 134.

I. Teknik Analisis Data

1. Teknik Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier adalah teknik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh hubungan linier antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Rumus untuk regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Minat beli

a = Konstanta

X₁ = Produk

X₂ = Harga

X₃ = Lokasi

X₄ = Promosi

b₁ = Koefisien regresi produk

b₂ = Koefisien regresi harga

b₃ = Koefisien regresi lokasi

b₄ = Koefisien regresi promosi.

e = Error.

b. Koefisiensi Determinasi (R²)

Uji koefisiensi determinasi dipakai guna mengetahui besaran pengaruh variabel bebas atau independen terhadap variabel terikat atau dependen. Nilai koefisiensi determinasi yakni diantara 1 dan 0 ($0 < R^2 < 1$). Jika nilai R² atau R *Square* sama dengan 1, maka garis regresi pada gambar menjelaskan bahwa terdapat 100% variasi dalam variabel dependen, artinya presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen pada variabel dependen adalah sempurna. Sebaliknya jika nilai R *Square* sama dengan 0, maka tidak ada presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen.³⁵

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji F)

Uji F adalah uji hipotesis yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen (Y).³⁶ Pengujian ini

³⁵ Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, 66.

³⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*,

dilakukan dengan membandingkan f_{hitung} dengan f_{tabel} berdasarkan ketentuannya sebagai berikut:

- 1) Menggunakan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$)
- 2) Kriteria pengujian
 - a) H_0 diterima apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$, artinya terjadi penerimaan H_0 dan penolakan H_a
 - b) H_0 ditolak apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$, artinya terjadi penolakan H_0 dan terjadi penerimaan H_a
- 3) Perumusan hipotesis
 - a) H_0 : secara simultan tidak memiliki pengaruh
 - b) H_a : secara simultan memiliki pengaruh.³⁷

b. Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t)

Uji t adalah uji hipotesis yang digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Kriteria penentuan uji t dapat dilihat dari langkah-langkah pengujian sebagai berikut:

- 1) Menggunakan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$)
- 2) Kriteria pengujian
 - a) H_0 diterima apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$
 - b) H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$.
- 3) Penentuan hipotesis
 - a) $H_0 =$ secara parsial tidak ada pengaruh
 - b) $H_a =$ secara parsial ada pengaruh.³⁸

³⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*, 171.

³⁸ Duwi Prayitno, *Paham Analisis Statistic Data dengan SPSS*, 68-69.