

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Metode penelitian ini yakni dengan menggunakan metode survey. Menurut Fraenkel dan Wallen (1993) penelitian survey adalah metode melakuakn pengumpulan data dari sampel dengan menanyakan suatu pertanyaan melalui angket untuk membuktikan beberapa aspek dalam suatu populasi. Lebih spesifiknya, penelitian metode survey menurut Mc Millan dan Schumacher (2001) menjelaskan penelitian dengan menentukan sampel dari sekian responden dan penggunaan kuesioner untuk pengumpuln informaasi variabel yang dijadikan perhatian peneliti dengan tujuan karakteristik dapat dideskripsikan berdasarkan populasi tertentu.⁷⁵ dengan metode survey tersebut pengumpulan data dilakukan melalui sebaran kuesioner melalui *internet interview* yakni dalam bentuk *google form*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif yang bersifat *infleksibel* (rigid). Metode penelitian ini diterapkan untuk meneliti suatu sampel dari populasi. Dengan symbol angka, dengan menggunakan perhitungan secara kuantitatif sehingga memperoleh hasil kesimpulan yang berlaku umum dalam suatu parameter. Teknik penelitian kuantitatif menetapkan suatu sampel dengan menggunakan instrument, analisis data (statistic) yang dilakukan guna mengumpulkan informasi dan menguji hipotesis.⁷⁶

B. Latar/Setting Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Kota Kabupaten Kudus yang ditujukan pada Masyarakat yang mengkonsumsi Susu Indomilk. Metode yang digunakan yakni dengan membagikan angket kuesioner yang berbentuk *google form*. Kuesioner tersebut disebarakan guna pengumpulan dan analisis data yang kemudian digunakan untuk penyusunan skripsi.

⁷⁵ Maidiana, "Penelitian Survey," *ALACRITY : Journal of Education* 1, no. 2 (2021): 21

⁷⁶ Nurlina T. Muhyidin, dkk, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial* (Jakarta Selatan: Salemba Empat, 2018). 26

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yakni seluruh objek yang dijadikan sebagai perhatian utama dan sumber data penelitian. Menurut Supardi (1993), populasi adalah suatu individu disuatu wilayah dan waktu tertentu yang hendak dilakukan penelitian. Populasi terbagi menjadi dua, yakni populasi “*finit*” dan populasi “*infini*”. Populasi *finit* adalah populasi yang secara pasti diketahui jumlahnya. Populasi *infini* adalah populasi yang tidak diketahui secara pasti jumlah anggotanya.⁷⁷ Pada penelitian ini populasi yang dimaksud merupakan konsumen susu Indomilk di wilayah Kecamatan Kota Kabupaten Kudus dengan anggota populasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

2. Sampel

Sampel sebagai bagian dari subyek penelitian yang diambil dari bagian populasi untuk mewakili dari keseluruhan anggota populasi. Sampel merupakan bagian penting dalam suatu penelitian, mengingat peneliti akan mendeskripsikan keadaan populasi hanya dengan mengambil data dari sebagian anggota populasi. Sampel penelitian akan menjadi bagian yang lebih menentukan lagi karena data yang diperoleh dari sampel tersebut akan disimpulkan menjadi keadaan suatu populasi.⁷⁸

Penarikan sampel pada penelitian yakni menggunakan metode pemelihan sampel yang mana setiap bagian populasi tidak berpeluang sama untuk dipilih ulang sebagai sampel (*non-probability sampling*). Teknik yang digunakan yakni dengan menggunakan teknik penarikan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (*purposive/judgemental sampling*). Teknik *purposive sampling* digunakan karena peneliti telah menentukan kriteria tertentu yang harus dipenuhi dalam sampel penelitian.⁷⁹ Pada penelitian ini peneliti menetapkan beberapa pertimbangan responden dengan karakteristik tertentu, yakni responden yang berdomisili di Kecamatan

⁷⁷ Arfatin Nurrohmah, *Pengantar Statistika 1* (Bandung: Media Sains Indonesia, 2021). 33

⁷⁸ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis* (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta (anggota IKAPI), 2005). 103

⁷⁹ Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif* (Depok: KENCANA, 2017). 103

Kota Kabupaten Kudus, dan pernah membeli atau menggunakan produk susu Indomilk.

Dikarenakan jumlah anggota populasi ptidak diketahui jumlahnya, maka menurut Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa apabila tidak diketahui jumlah populasi secara pasti, maka penarikan sampel dapat dengan menggunakan rumus *chocran*, sampel penelitian ini yakni sebagai berikut :⁸⁰

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = harga dalam kurva normal untuk siimpangan 5% = 1,96

p = peluang benar 50%

q = peluang salah 50%

e = tingkat kesalahan penarikan sampel (*margin of error*) sebesar 10%

Dengan penggunaan *margin of error* sebesar 10%, maka jumlah penarikan sampel minimum yang dapat diambil sebesar :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$= 96,04 \text{ atau jika dibulatkan menjadi } 97$$

Berdasarkan penghitungan jumlah penarikan sampel diatas dengan rumus *chocran*, maka sebanyak 97 responden akan dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini.

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Definisi variabel penelitian dapat disamakan dengan suatu hal yang digunakn sebagai pembeda, persamaan kata dari konstruk yang diutarakan dengan nilai atau angka. Suatu variabel juga didefinisikan sebagai sifat yang memiliki nilai bermacam-macam. Pemakaian variabel yang terdapat dalam penelitian ini yaitu :

1. Variabel independen

Variabel independen ialah variabel dengan peranan sebagai pengaruh kepada variabel lain. Variabel independent yang ada

⁸⁰ Shafa Giyan A'yuni dan Dhety Chusumastuti, "Pengaruh User Interface Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Masyarakat The Effect of User Interface of Shopee Application to People ' s Buying Interest," *Jurnal Ilmiah Manajemen Komunikasi Dan Informasi* 5, no. 1 (2024): 52-53

dalam penelitian ini yaitu *product knowledge*, kemasan, *brand image*

2. Variabel dependent

Variabel dependent ialah variabel yang digunakan sebagai factor atas pengaruh dari suatu variabel lain. Variabel dependen yang terdapat dalam penelitian ini yakni *keputusan pembelian*

Operasional dapat didefinisikan sebagai suatu penetapan konstruk yang bertujuan untuk pengukuran suatu variabel dapat dilakukan.⁸¹

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Product Knowledge</i> (X1)	<i>Product Knowledge</i> yakni sesuatu yang mengacu pada berbagai jenis pengetahuan, arti, dan kepercayaan yang direkam dalam ingatan konsumen.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan mengenai atribut atau karakteristik produk 2. Pengetahuan mengenai manfaat produk 3. Pengetahuan mengenai kepuasan yang diberikan produk.⁸² 	Likert
Kemasan (X2)	Kemasan adalah suatu kegiatan yang meliputi desain dan barang yang berfungsi untuk melindungi barang di dalamnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain Kemasan 2. Merek Kemasan 3. Warna Kemasan yang menarik.⁸³ 	Likert
<i>Brand Image</i> (X3)	<i>Brand Image</i> merupakan suatu pandangan dan kepercayaan yang dimiliki oleh konsumen,	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merek mudah diingat 2. Kualitas keseluruhan 	Likert

⁸¹ Tony Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Teori Dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis Teori Dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013). 13-14

⁸² J. Paul Peter and Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (Jakarta: Salemba Empat, 2013). 58

⁸³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan, Implementasi, Dan Kegunaan*, Edisi Kedelapan (Jakarta: Salemba Empat, 1995).

	sebagaimana yang ditunjukkan pada asosiasi yang tersimpan dalam ingatan konsumen.	<p>produk</p> <p>3. Keterkenalan produk</p> <p>4. Merek terpercaya.⁸⁴</p>	
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan Pembelian adalah melakukan identifikasi terhadap pilihan yang memiliki kemungkinan untuk menjawab persoalan tersebut dan menilai alternative atau pilihan secara objektif dan sistematis serta arah yang menentukan keuntungan dan kerugian setiap alternatif.	<p>1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk</p> <p>2. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai</p> <p>3. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan</p> <p>4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain.⁸⁵</p>	Likert

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas menguji pada instrument data guna melihat ketepatan suatu item dalam mengukur suatu yang ingin diukur.⁸⁶ Uji validitas menurut Azwar (2000) mendefinisikan bahwa validitas sebagai penunjuk sejauhmana relevansi ketepatan pengukuran suatu alat ukur, maka menunjukkan bahwa uji validitas merupakan pengujian yang membuktikan kenyataan suatu pengujian mengukur apa yang diukur.

⁸⁴ Carl McDaniel, Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, *Pemasaran*, 1st ed. (Jakarta: Salemba Empat, 2001). 113

⁸⁵ Philip & Kevin Lane Keller Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedu (Jakarta: PT. Indeks, 2008). 103

⁸⁶ Duwi Priyatno, *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis* (yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2014).63-64

Validitas suatu instrument dapat diterima apabila terbukti dapat mengukur tujuannya dengan benar.⁸⁷ Apabila terdapat hubungan yang signifikan dengan skor totalnya maka suatu item dapat dikatakan *valid*, paparan tersebut memperlihatkan terdapat dorongan dari item tersebut dalam meneliti apa yang hendak diteliti. Pertanyaan dan pernyataan merupakan bagian isi suatu item yang biasanya digunakan dan ditujukan kepada responden. Pemberian item tersebut bertujuan untuk mengungkap sesuatu yang hendak diteliti.⁸⁸

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas yakni pengukur untuk menunjukkan kestabilan dan keteraturan dari suatu instrument. Uji reliabilitas memberikan petunjuk yang menunjukkan besaran hasil pengukuran stabil jika terjadi pengulangan pengukuran lebih dari 1 kali. Kesalahan pada setiap pengukuran cukup besar dapat terjadi dalam suatu penelitian. Semakin rendah kesalahan dalam pengukuran maka makin reliabel alat pengukurnya. Sebaliknya, semakin tinggi kesalahan maka semakin tidak reliabel suatu alat pengukur.⁸⁹

Metode yang digunakan dalam mengukur reliabilitas yakni dengan mengukur rentang skala rentang (semisal skala likert 1-5) adalah *Cronbach alpha*, di mana suatu item yang masuk dalam uji reliabilitas hanyalah item yang telah *valid*. Dalam penentuan hasil uji ini apakah reliabel atau tidak dapat dilakukan dengan menggunakan batasan 0,6.

F. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat pelbagai macam sumber, setting, dan metode yang diperhatikan peneliti dalam melakukan pengumpulan data. Jika berdasarkan dari sumbernya maka terdapat sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer artinya sumber yang diperoleh secara langsung dari si pemberi data kepada pengumpul data. Sumber data sekunder yakni sumber yang diterima oleh pengumpul data secara tidak langsung.

⁸⁷ Jogiyanto, *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS : Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman* (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UGM, 2005). 120

⁸⁸ Priyatno, *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis* (yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2014). 63-64

⁸⁹ Sobirin Malian, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta (anggota IKAPI), 2005). 159

Pengumpulan data dari teknik yang digunakan meliputi teknik *interview* (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan) dan campuran dari ketiganya.

Teknik yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan cara melakukan penyebaran kuesioner. Kuesioner merupakan teknik dengan menanyakan secara tertulis kepada responden untuk dijawab dan bertujuan untuk menerima informasi langsung dari responden. Kuesioner tepat untuk digunakan jika jumlah responden besar dan wilayah responden tersebar luas. Penyebaran kuesioner dapat dilakukan secara tertutup atau terbuka, dan dapat dilakukan dengan memberikan secara langsung maupun dikirim via pos atau internet kepada responden.⁹⁰

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik menyebarkan kuesioner yang bersifat tertutup dan menerapkan skala *likert* (*likert scale*) untuk pengukuran pada variabel. Skala likert adalah skala yang mengukur setuju tidaknya responden pada rangkaian pernyataan yang berhubungan dengan kepercayaan atau sikap mengenai objek tertentu. Skala ini menggunakan lima angka penilaian yaitu :⁹¹

- 1) Sangat Tidak Setuju
- 2) Tidak Setuju
- 3) Netral
- 4) Setuju
- 5) Sangat setuju

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses akhir penelitian yang berfungsi untuk membuktikan dengan menguji hipotesis. Gambaran mengenai proses analisis data meliputi perhitungan rata-rata, standar deviasi korelasi, distribusi frekuensi, dan lain-lain. Ketepatan data (*goodness of data*) pada penelitian berdasarkan pada valid atau tidaknya dan reliabel atau tidaknya data. Sedangkan teknik analisis merupakan cara analisis yang dipakai untuk melakukan pengujian terhadap hubungan atau peluang antara variabel independent dan variabel dependen. Teknik analisis data dalam suatu penelitian kuantitatif seperti

⁹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV. Alfabeta, 2004).

⁹¹ Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. 87

pada penelitian ini yakni menggunakan statistik.⁹² Metode analisis data yakni data terkumpul selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan program computer dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yakni suatu ketentuan analisis regresi linear berganda.⁹³ Uji hipotesis belum dapat dilakukan sebelum kelayakan uji asumsi klasik dilakukan. Uji ini meliputi : uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu uji yang berfungsi untuk melihat normal tidaknya nilai distribusi residu data. Pengujian dilakukan tidak pada variabel, melainkan pada nilai residunya dengan uji histogram, uji normal plot, skewness dan kurtosis atau uji Kolmogorov smirnov. Suatu model regresi dikatakan baik apabila terdapat nilai residu yang berdistribusi dengan normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan menguji tingkat korelasi yang tinggi antara variabel independen pada model regresi linear berganda. Apabila terdapat tingkat korelasi yang tinggi antar variabel bebas, maka dapat menjadi penyebab terganggunya antara hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai *Variance Inflation Factor* tidak melebihi angka 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1, maka dikatakan bahwa model terbebas dari multikolinearitas.⁹⁴

⁹² Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial*. 109

⁹³ Ayu Stia Rini, "PENGARUH BRAND TRUST, CUSTOMER SATISFACTION, DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP BRAND LOYALTY Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia," *E-Journal Manajemen Universitas Udayana* 3, no. 3 (2014): 519

⁹⁴ Albert Albert Kurniawan, *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis Teori, Konsep Dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data Dengan IBM SPSS 22.0)* (Bandung: CV. Alfabeta, 2014)., *Metode Riset Untuk Ekonomi & Bisnis Teori, Konsep Dan Praktik Penelitian*

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang bertujuan mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual antar pengamatan. Model regresi dikatakan telah mencapai ketentuan apabila hasil pengujian memperoleh hasil adanya ragam yang memiliki kesamaan dari pengamatan residual satu dengan lainnya tetap atau disebut homokedastisitas.

Scatter plot dilakukan untuk menguji heteroskedastisitas yakni dengan menempatkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Ciri kurang baik yakni jika terdapat pola yang mengumpul di tengah menyempit lalu melebar atau sebaliknya. Dinilai baik suatu model jika tidak ada pola tertentu pada grafik. Uji yang dapat dilakukan yakni menggunakan uji Glejser, uji Rho Spearman, uji Park atau uji White.

2. Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah variabel dari suatu model regresi linear yang berjumlah dua atau lebih. Analisis regresi linear berganda dilakukan guna melihat besaran pengaruh hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun bentuk umum persamaan regresi linear berganda yaitu :⁹⁵

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \dots + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Nilai variabel dependen (variabel yang dipengaruhi/terikat)

a = koefisien konstanta

β_1 = koefisien regresi *product knowledge*

X_1 = nilai dari variabel *product knowledge*

β_2 = koefisien regresi kemasan

X_2 = nilai dari variabel kemasan

β_3 = koefisien regresi *brand image*

X_3 = nilai dari variabel *brand image*

Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data Dengan IBM SPSS 22.0)
(Bandung: CV. Alfabeta, 2014). 157-158

⁹⁵ Yanti aryani dan Dudih Gustian G, "Sistem Informasi Penjualan Barang Dengan Metode Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi Pendapatan Perusahaan," *Jurnal Riset Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi (JURSISTEKNI)* 2, no. 2 (2020): 39-51

ε = Error

3. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (uji-t)

Uji parsial atau uji-t memiliki tujuan guna melihat dan mengetahui apakah model regresi variabel independent secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Kriteria pengambilan keputusan

- a. H_0 diterima apabila nilai signifikansi $> 0,05$ (tidak berpengaruh)
- b. H_0 ditolak apabila nilai signifikansi $< 0,05$ (berpengaruh)

2) Uji Simultan (uji-f)

Uji simultan (uji-f) bertujuan untuk melihat apakah variabel independent secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Hipotesis :

Kriteria keputusan :

- a. H_0 diterima apabila nilai signifikansi $> 0,05$ (tidak berpengaruh)
- b. H_0 ditolak apabila signifikansi $< 0,05$ (berpengaruh).⁹⁶

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Pada regresi berganda, koefisien determinasi (R^2) menghitung pada ketepatan dan kecerahan (goodness of fit). Antara variabel independent dan dependen.⁹⁷ Menurut Sutrisno Hadi (2004) menjelaskan bahwa koefisien determinasi (R^2) adalah presentase dari keseluruhan variasi Y yang dijelaskan oleh garis regresi. Bentuk kuadrat dari koefisien korelasi yakni biasa yang disebut R^2 . Koefisien determinasi bertujuan guna melihat besaran presentase pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependen.⁹⁸

⁹⁶ Gun Mardiatmoko, "Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda," *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14, no. 3 (2020): 336

⁹⁷ Nurlina T. Muhyiddin, M. Irfan Tarmizi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Sosial*. 117

⁹⁸ Sarita Permata Dewi, "Pengaruh Pengendalian Internal Dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Spbu Yogyakarta," *Journal of Chemical Information and Modeling* 1, no. 9 (2017): 1698