

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian ini memakai jenis kajian asosiatif kausal dengan memakai pendekatan kuantitatif. Kajian kausal termasuk suatu kajian yang memiliki tujuan guna memahami hasil pengaruh antar variabel dan menjalankan uji hipotesis yang sudah disusun. Pada jenis penelitian ini asosiatif dimaksudkan untuk menguji pengaruh *Kualitas Produk, Brend, Harga Produk* terhadap *Minat Beli Konsumen*.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan daerah umum yang terdiri dari subyek maupun obyek dan memiliki jumlah serta keistimewaan tertentu yang telah ditentukan peneliti yang kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya.² Populasi yang terdapat pada penelitian ini tidak diketahui dikarenakan konsumen yang membeli produk Supermi di Kota Kudus sangatlah banyak.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah keistimewaan yang dimiliki oleh populasi. Jika populasinya banyak sehingga tidak memungkinkan peneliti untuk meneliti seluruhnya dalam populasi, misalnya dikarenakan keterbatasan waktu, tenaga dan dana, sehingga peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi, dari populasi tersebut, akan ditarik

¹ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 17-18.

² Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu, 2014), 80.

kesimpulannya dan hal tersebut dapat mewakili dari semua populasi.³

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik pendekatan *purposive sampling* karena dasar pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Karena peneliti ingin meneliti terkait *minat beli konsumen*, maka ketentuan sampel adalah

- a. Responden telah melakukan pembelian produk di Supermi di Kota Kudus
- b. Responden berusia diatas 20-25 tahun

Dikarenakan populasi pada penelitian ini tidak diketahui, maka dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan formula Lameslow yang dirumuskan seperti berikut:

n = jumlah sampel yang dicari

z = nilai tabel normal dengan alpha tertentu

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha atau sampling eror

Pada penelitian ini, nilai alpha yang digunakan yaitu sebesar 10% atau 0.1, sehingga nilai z dapat diketahui berdasarkan tabel normal yaitu 1,96.

Sehingga menurut rumus tersebut didapatkan jumlah sampel sebesar 96,04 yang dapat dibulatkan menjadi 96. Maka sampel yang digunakan adalah 96 responden.

C. Tata Variabel Penelitian

Variabel adalah sesuatu yang mampu membedakan atau mengubah perbedaan dalam suatu nilai. Sementara itu, variabel penelitian adalah aspek, keberadaan atau makna sesuatu, seperti manusia, entitas atau perilaku, dapat menghasilkan pengetahuan tentang bentuk varian mana yang dapat ditemukan atau dipelajari, diteliti untuk selanjutnya ditarik kesimpulan⁴. Dalam penelitian ini digunakan variabel sebagai berikut:

1. Variabel independen (variabel bebas)

Menurut Sekaran, variabel independen digambarkan sebagai varian yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel yang terhubung secara positif atau negative terhadap

³ Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu, 2014), 80.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 38.

variabel dependen.⁵ Pada penelitian ini, yang menjadi variabel independen yaitu:

- a. *Kualitas Produk* (X1)
 - b. *Brand* (X2)
 - c. *Harga Produk* (X3)
2. Variabel Dependen (Variabel terikat)

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁶ Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel dependen yaitu *Minat Beli*.

D. Definisi Operasional

Adapun konsep definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Kualitas Produk</i> (X1)	Kualitas produk adalah senjata strategis yang potential untuk mengalahkan pesaing. ⁷	<ul style="list-style-type: none"> a. Bentuk b. Ciri-ciri Produk c. Kinerja d. Ketepatan e. Ketahanan f. Kehandalan g. Kemudahan Perbaikan h. Gaya i. Desain⁸ 	Likert

⁵ Syafizal Helmi Situmorang, *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*,8.

⁶ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 52.

⁷ Dany Irawan dan Edwin Japarianto, Analisa Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nilai Kepuasan Sebagai VariableIntervering Pada Pelanggan Restoran POR KEE Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 1 No 2, 2013. 2.

⁸ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I. Edisi Ke 13, (Jakarta: Erlangga, 2014), 67-77.

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Brand (X2)	Brand adalah suatu tanda atau simbol yang terdiri dari nama, istilah, gambar, logo, lambang, desain atau kombinasi dari semua itu yang ditujukan untuk mengidentifikasi, mendefinisikan atau memberi identitas kepada suatu barang atau layanan (jasa) dari suatu penjual serta membedakannya dari pesaing. ⁹	<ul style="list-style-type: none"> a. Citra Produk b. Citra Perusahaan c. Citra Merek¹⁰ 	Likert
Herga Produk (X3)	Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. ¹¹	<ul style="list-style-type: none"> a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk, c. Daya saing harga 	Likert

⁹ Erna Ferrinadewi, *Merek dan Psikologi Konsumen. Cetakan pertama.* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 35.

¹⁰ Sherly Rutumalessy “Pengaruh Brand Image, Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu UhtMilo Di Kota Ambon”, *Jurnal Poli Bisnis*, Vol. 8, Nomor 2, Universitas Politeknik Negeri Ambon, 2016, 7.

¹¹ Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2008), 31.

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
		d. Kesesuaian harga dengan ¹²	
<i>Minat Beli (Y)</i>	Minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ¹³	a. Minat transaksional b. Minat referensial c. Minat preferensial d. Minat eksploratif ¹⁴	Likert

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder, Data dalam penelitian ini bersumber dari data primer. Data primer merupakan data yang diolah sendiri oleh peneliti, dimana data tersebut didapatkan langsung dari objek penelitian.¹⁵ Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada responden. Kuesioner merupakan teknik pengambilan data, yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan yang disusun secara sistematis kepada responden.

Dalam penyusunan kuesioner, peneliti menggunakan skala ordinal dengan jenis skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengamati sikap dan pendapat seseorang atau

¹² Fure, Lokasi Keberagaman Produk Harga & Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca, *Jurnal: EMBA*, Vol 1, No 3, 2013, 273.

¹³ Elisabet Tambunan. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mahasiswa Farmasi Pada Kosmetik Wardah Di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan", *Jurnal Ilmiah "Integritas"* Vol. 5 No. 1 Januari 2019, 8.

¹⁴ A Ferdinand, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2002), 76

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 225.

kelompok tentang suatu objek atau fenomena tertentu.¹⁶ Skor skala likert pada penelitian ini terdiri atas lima poin penilaian, yang akan dijawab oleh responden, yaitu sebagai berikut:

1. Sangat Setuju (SS) : 5 Skor
2. Setuju (S) ; 4 Skor
3. Netral (N) : 3 Skor
4. Tidak Setuju (TS) : 2 Skor
5. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1 Skor

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen

Teknik uji instrument yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan untuk menentukan konsistensi suatu sistem dalam kuesioner atau skala, menentukan apakah objek dalam kuesioner akan secara akurat mengukur apa yang perlu dihitung. Uji validitas yang digunakan adalah uji validitas objek. Korelasi atau bantuan untuk total item atau skor total menunjukkan validitas item. Perhitungan dibuat dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total. Temuan perhitungan akan menghasilkan ukuran validitas untuk item yang akan digunakan untuk menilai jika suatu objek layak digunakan atau tidak.

Kriteria uji validitas adalah dengan membandingkan nilai r hitung terhadap nilai r tabelnya, apabila r hitung $>$ r tabel, maka instrument penelitian dapat dikatakan valid, namun apabila r hitung $<$ r tabel, maka instrument penelitian dapat dikatakan invalid.¹⁷

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai keakuratan perangkat pengukuran, apakah ukurannya masih akurat dan stabil setelah diatur ulang. Uji reabilitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan tingkat atau taraf signifikan yang digunakan. Tingkat atau taraf yang digunakan bisa (0,5) (0,6) hingga (0,7)

¹⁶ Sofiyani Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif; dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, 25-26.

¹⁷ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*, (Jakarta: Guepedia, 2021), 7.

tergantung kebutuhan dalam penelitian. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut, jika nilai *Cronbach's alpha* > tingkat signifikan, maka instrument dikatakan reliabel. Namun jika nilai *Cronbach's alpha* < tingkat signifikan, maka instrumen dikatakan tidak reliabel.¹⁸

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi berfungsi untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik apabila memiliki nilai residual yang terdistribusi normal.¹⁹ Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik normal P-P *Plot Of Regression Standardized Residual* atau dengan uji *One Sampel Kolmogrov Smirnov*.²⁰

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini digunakan untuk menentukan apakah variabel independen memiliki karakteristik yang identik dengan variabel independen lainnya dalam model. Kemiripan ini akan menghasilkan hubungan yang sangat signifikan.²¹

Untuk melakukan analisis collinearity multivariat pada korelasi dan tolok ukur VIF (Varian Inflation Factor), menggunakan metode VIF dan korelasi regresi dari koefisien korelasi, dengan menggunakan kriteria beriku²²Jika nilai toleransi > 0,1 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas. Namun, Jika nilai VIF < 10 maka artinya tidak terjadi masalah multikolinearitas.²³

¹⁸ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*, (Jakarta: Guepedia, 2021), 17.

¹⁹ Duwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta:CV. Andi Offset), 90.

²⁰ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data dengan IBM SPSS Statistic 25)*, 128.

²¹ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2015), 234.

²² Muhammad Ali Gunawan, *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi dan Sosial* (Yogyakarta: Prama Publishing, 2015), 95.

²³ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data dengan IBM SPSS Statistic 25)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 133-140.

c. Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat kolerasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t sebelumnya pada model regresi linear yang dipergunakan. Jika terjadi kolerasi, maka dinamakan ada problem autokolerasi. Dalam model regresi yang baik adalah tidak terjadi autokolerasi. Metode pengujian ini dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW test).²⁴

d. Uji Heterokedastisitas

Menurut Imam Ghazali, uji ini digunakan untuk menentukan apakah ada variasi antara residu satu percobaan dan pengamatan lain dalam model regresi. Jika varians residu tetap konstan, itu disebut sebagai homoskedastisitas; Jika itu berubah, itu disebut sebagai heteroskedastisitas. Model regresi yang kuat memiliki distribusi konstan atau homoskedastisitas, yang artinya bahwa itu bukan heteroskedastisitas. Karena proses pengumpulan data dari berbagai skala sampel kecil dan besar, skenario heteroskedastisitas sering ditemui. Untuk mengetahui heteroskedastisitas, itu dapat ditentukan dari grafik scatterplot yang menunjukkan titik-titik menyebar diantara sumbu 0 pada sumbu Y baik di atas dan bawah secara jelas.²⁵

3. Uji Hipotesis

a. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk hubungan yang dinyatakan dalam persamaan matematika yang menyatakan hubungan fungsional antar variabel yang diamati. Regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus atau linear antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya.²⁶ Bentuk umum regresi model regresi linear berganda adalah:

²⁴ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data dengan IBM SPSS Statistic 25)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), 141.

²⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 134-135.

²⁶ Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda dengan SPSS*. (Semarang: Semarang University Press, 2012), 13.

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

Keterangan:

Y = *mimat beli*

A = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi variabel kualitas produk

b_2 = Koefisien regresi variabel brand

b_3 = Koefisien regresi variabel harga produk

X_1 = Variabel kualitas produk

X_2 = Variabel brand

X_3 = Variabel harga produk

e = Standar eror (faktor lain diluar penelitian)

b. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji-t)

Uji t (parsial) dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel parsial ini untuk mengukur secara terpisah dampak yang ditimbulkan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria uji t berdasarkan signifikan yaitu apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima, namun apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak.²⁷

c. Uji koefisien regresi secara Bersama-sama (Uji-f)

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria uji f apabila menggunakan nilai probabilitas signifikan adalah jika nilai signifikan $> 0,05$ maka pernyataan H_0 diterima, dan jika tingkat signifikan $< 0,05$ maka pernyataan H_0 ditolak.²⁸

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh variabel independen. Nilai R^2 adalah diantara nol dan satu. Nilai mendekati satu berarti variabel independen mampu memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk menjawab variabel dependen.

²⁷ Duwi Prayitno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta: Buku Seru, 2010), 69.

²⁸ Duwi Prayitno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta: Buku Seru, 2010), 67.

Secara umum koefisien determinasi untuk data runtut waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai R^2 yang tinggi, sedangkan data silang (*crosssection*) relative rendah.²⁹



²⁹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 87.