

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

##### 1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu field research dikarenakan melalui proses, hipotesis, turun ke lapangan, analisa data dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya menggunakan aspek pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data *numeric*.<sup>1</sup>

##### 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Hal ini sesuai dengan pendapat yang mengemukakan penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.

#### B. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

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.<sup>2</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk di Mie CV. Mentari Kudus pada tahun 2016. Dimana jumlah Map Order (MO) yang melakukan pembelian yaitu 9.842

##### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Random*

---

<sup>1</sup> Arikunto, S., *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006, hlm. 80-83

<sup>2</sup> Sugiyono. "Statistik Untuk Penelitian". Bandung: Alfabeta. 2012, hlm. 61

<sup>3</sup> Ibid, Sugiyono. 2012, hlm.. 62

*Sampling*, yaitu pengambilan secara sampel responden berdasarkan kriteria tertentu antara lain jenis kelamin, pekerjaan, badan usaha, lokasi.<sup>4</sup> Alasan teknik pengambilan sampel tersebut didasarkan atas pertimbangan bahwa populasi sudah diketahui. Perhitungan menggunakan rumus “Slovin” adapun rumusnya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (Ne)^2}$$

$$n = \frac{9.842}{1 + 9.842(0,1)^2}$$

$$n = \frac{9.842}{1 + 9.842(0,01)}$$

$$n = \frac{9.842}{1 + 98,42}$$

$$n = \frac{9.842}{99,42}$$

$$n = 98,9 \rightarrow \text{dibulatkan } 100 \text{ orang}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = Populasi

e = *margin of error* (kesalahan maksimum yang bisa ditolerir sebesar 10%).

<sup>4</sup>*Ibid*, Sugiyono.2012, hlm. 64

Pada penelitian ini jumlah sampel yang diambil dari 9842 Map Order (MO) yaitu sebesar 98 Map Order (MO), Namun agar lebih signifikan maka digunakan sampel sebanyak 100 orang

### C. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah sebagai konsep seperti halnya laki-laki dalam konsep jenis kelamin, insaf dalam konsep kesadaran, atau gejala yang bervariasi.<sup>5</sup> Dapat disimpulkan variabel penelitian dalam penelitian ini merupakan sesuatu sebagai objek penelitian yang ditetapkan dan dipelajari sehingga memperoleh informasi untuk menarik kesimpulan. Variabel penelitian kuantitatif dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

#### 1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas, merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah kualitas produk, saluran distribusi dan harga

#### 2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah Keputusan Konsumen Membeli Produk

### D. Definisi Operasional

**Tabel 3.1.**

**Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Pengukuran
1	Keputusan Pembelian (Y)	Benyamin Molan (2005:227)	1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pencarian	Menurut Benyamin Molan (2007:145),	Skala Linkert 5

<sup>5</sup>*Ibid*, Arikunto.2006, hlm. 97

		Keputusan pembelian konsumen merupakan proses dimana pelanggan membentuk pilihan.	Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Pembelian 5. Perilaku Pasca Pembelian Kotler (2013)	indikator keputusan pembelian, yaitu: 1) Motivasi 2) Persepsi 3) Pengetahuan 4) Keyakinan 5) Sikap	
2	Kualitas Produk ( $X_1$ )	Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler, 2002:67)	a. Keistimewaan b. Konformasi Fandy Tjiptono and Gregorius Chandra. (2007:130)	Menurut (Kotler, 2002:67) indikator kualitas produk meliputi 1. Ciri khas produk. 2. Desain Produk 3. Citra Produk	Skala Linkert 5
3	Saluran Distribusi ( $X_2$ )	Menurut (Djaslim Saladin, 2006:153) "Saluran Distribusi adalah	1. Tempat 2. Waktu 3. Bentuk 4. Informasi (Djaslim Saladin 2006:153)	Menurut Djaslim Saladin (2006:153) Indikatornya meliputi: 1. Distribusi selektif 2. Distribusi	Skala Linkert 5

		serangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi”		intensif 3. Distribusi eksklusif	
4	Harga (X <sub>3</sub> )	Harga menjadi atribut produk atau jasa yang paling sering digunakan oleh sebagian besar pelanggan untuk mengevaluasi suatu produk..(Sumarwan Ujang, 2002: 34)	a. Presepsi kualitas b. Presepsi kewajaran biaya yang dikeluarkan (Sumarwan Ujang, 2002: 34)	Menurut ..(Sumarwan Ujang, 2002: 34) 1. Perbandingan harga produk 2. harganya terjangkau 3. harga yang sebanding kualitasnya	Skala Linkert 5

**E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah daftar pernyataan (kuesioner) yang merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan

memberikan sejumlah daftar pernyataan atau pernyataan yang tertulis kepada responden untuk dijawab.<sup>6</sup>

## F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum instrumen penelitian digunakan maka terlebih dahulu diadakan uji validitas dan reliabilitas :

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dan alat ukur yang digunakan (kuesioner).<sup>7</sup>

Adapun validitas soal adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi tiap soal

$N$  = banyak subjek

$x$  = jumlah skor item

$y$  = jumlah skor total

$x^2$  = jumlah kuadrat skor item

$y^2$  = jumlah kuadrat skor total

$xy$  = jumlah perkalian skor item dengan skor total

Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan dinyatakan valid.
- 2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

Atau

- 1) Jika  $Sig > 0,05$  maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.
- 2) Jika  $Sig < 0,05$  maka pertanyaan dinyatakan valid

<sup>6</sup>Sugiyono, 2012. Op.cit

<sup>7</sup>Sugiyono, 2012. Op.cit

Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan Software SPSS (*Statistic Package and Social Science*) 16.0 for Windows

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan (kuesioner) menunjukkan konsistensi dalam mengukur gejala yang sama, Artinya apabila tes tersebut dikenakan pada sejumlah subjek yang sama pada waktu lain, maka hasilnya akan tetap sama atau relatif sama. Untuk mencari reliabilitas suatu soal digunakan rumus :<sup>8</sup>

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$k$  = banyaknya butir soal

$b^2$  = jumlah varians tiap soal

$t^2$  = varians total

Kriteria pengujiannya yaitu jika nilai *Cronbach Alpha* 0,600 maka dapat dikatakan bahwa variabel dalam penelitian ini adalah reliable/handal.

Pengujian validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan Software SPSS (*Statistic Package and Social Science*) 16.0 for Windows

## G. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga di maksudkan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi yang

---

<sup>8</sup>Sugiyono, 2012. Op.cit

di gunakan tidak terdapat multikolonieritas dan heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal.

Ada beberapa tahap uji antara lain:

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot. Pada grafik normal plot, dengan asumsi:<sup>9</sup>

- a. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas.

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya problem heteroskedastisitas adalah dengan media grafik, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat heteroskedastisitas.<sup>10</sup>

Dasar pengambilan keputusan :

---

<sup>9</sup>Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2005, hlm. 112

<sup>10</sup>Ibid, Ghozali, hlm 105



- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi Heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

### 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi di temukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (0). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :<sup>11</sup>

- a. Mempunyai angka *Tolerance* diatas (>) 0,1
- b. Mempunyai nilai *VIF* di bawah (<) 10

## H. Analisis Data

### 1. Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan pengaruh dua atau lebih variabel prediktor (variabel bebas) terhadap satu variabel kriterium (variabel terikat) atau untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua buah variabel bebas (X) atau lebih dengan sebuah variabel terikat (Y).<sup>12</sup>

$$Y = a + {}_1X_1 + {}_2X_2 + {}_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = Variabel Keputusan Pembelian

a = konstanta

${}_1, {}_2$  = koefisien regresi

---

<sup>11</sup>Ibid, Ghozali, hlm. 92

<sup>12</sup>Ibid, Ghozali, hlm 114

$X_1$  = Variabel Kualitas Produk  
 $X_2$  = Variabel Saluran Distribusi  
 $X_3$  = Variabel Harga  
 $e$  = error

## 2. Pengujian Hipotesis (Uji – t)

Hipotesis harus dapat diuji berdasarkan data empiris, yaitu berdasarkan apa yang dapat diamati dan diukur.<sup>13</sup> Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka digunakan uji- t. Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat, maka langkah-langkahnya :

Merumuskan hipotesis

$H_0: \beta_1, \beta_2 = 0$  Tidak ada pengaruh antara variabel bebas X (kualitas produk, saluran distribusi dan harga dengan variabel terikat Y (keputusan pembelian) secara parsial.

$H_0 : \beta_1, \beta_2 \neq 0$  ada pengaruh antara variabel bebas X (kualitas produk, saluran distribusi dan harga dengan variabel terikat Y (keputusan pembelian) secara parsial.

### a. Menentukan taraf signifikansi dan derajat kebebasan

Taraf signifikansi = 0,05 (5%)

Derajat kebebasan :  $df1 = k$  dan  $df2 = n - k - 1$ ,

$n$  = sampel.

$k$  = variabel bebas

### b. Kesimpulan

$H_a$  : diterima bila  $sig. < 0,05$

$H_a$  : ditolak bila  $sig. > 0,05$

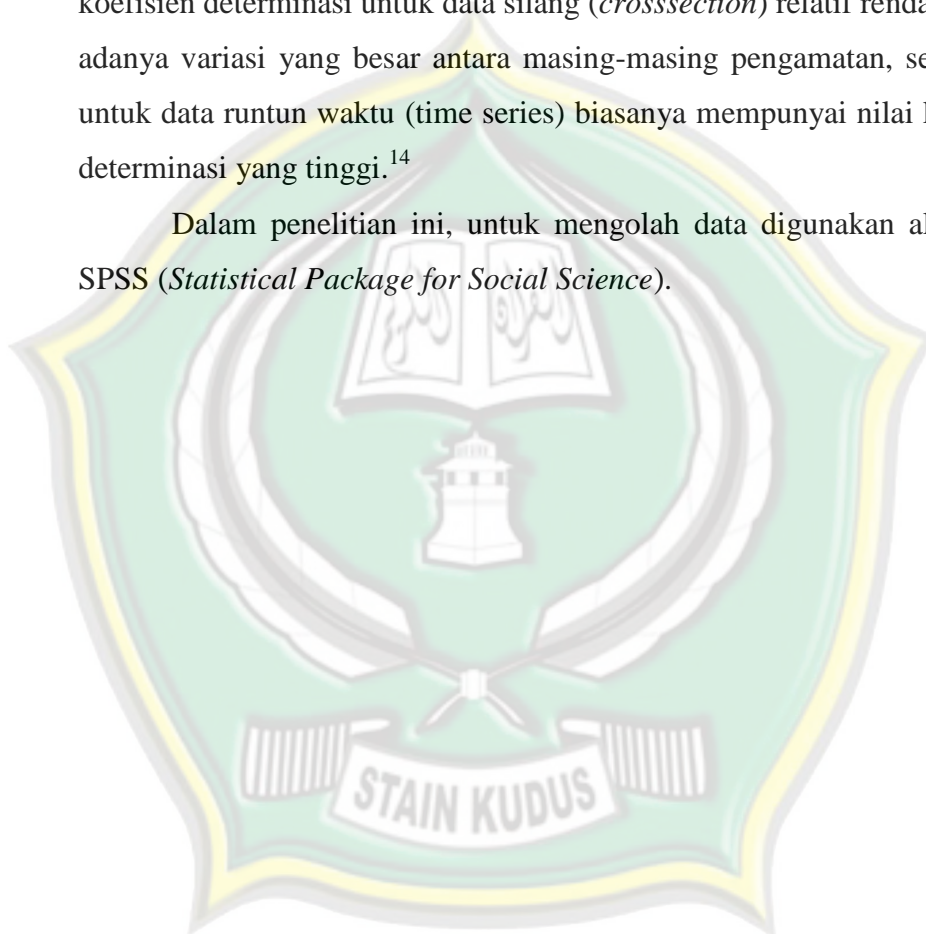
## 3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur pengaruh antara variabel bebas X (kualitas produk, saluran distribusi dan harga dengan variabel terikat Y (keputusan pembelian) dalam menerangkan variasi

<sup>13</sup>Ibid, hlm. 45

variabel dependen/tidak bebas (keputusan pembelian). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.<sup>14</sup>

Dalam penelitian ini, untuk mengolah data digunakan alat bantu SPSS (*Statistical Package for Social Science*).



---

<sup>14</sup>Ibid Ghozali, hal. 83