

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

1. Jenis

Jenis pada penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan data berupa angka dengan analisis statistik menggunakan SPSS guna menjawab pertanyaan penelitian dan hipotesis serta memprediksi variabel tertentu akan mempengaruhi variabel lainnya dengan syarat sampel yang diambil harus represif.¹

2. Pendekatan

Pendekatan pada penelitian ini yaitu penelitian lapangan. Penelitian lapangan merupakan suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengambil data dari lapangan secara langsung dengan menyebarkan kuesioner secara langsung.² Penelitian ini menggunakan data primer, data penelitian ini berupa data hasil pengisian kuesioner oleh konsumen yang mengonsumsi rokok Djarum.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan kumpulan individu yang memiliki karakteristik atau sifat yang sama dan berada dalam suatu wilayah atau lingkungan tertentu pada waktu yang sama.³ Populasi merupakan data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan. Jika setiap orang memberikan suatu data maka banyaknya ukuran populasi akan sama dengan banyaknya manusia. Populasi merupakan suatu keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengonsumsi rokok Djarum yang jumlahnya tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari populasi yang dipilih untuk diamati diuji dalam rangka mengambil kesimpulan

¹ Saifuddin Azwar, "Metode Penelitian," in *Pustaka Pelajar* (Yogyakarta, 2001), 5.

² Slamet Riyanto & Aglis Andhita Hatmawan, "Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen," in *CV Budi Utama* (Yogyakarta, 2020), 4.

³ Anwar Sanusi, "Metodologi Penelitian Bisnis," in *Salemba Empat* (Jakarta, 2014), 87.

atau membuat generalisasi tentang populasi secara keseluruhan. Sampel digunakan karena sering kali tidak praktis atau tidak mungkin untuk mengamati atau menguji seluruh populasi yang ada. Pengambilan sampel dapat dilakukan dengan cara melihat apakah ada peluang atau tidak. Ketika pengambilan sampel memperhatikan unsur peluang maka jenis sampel disebut *probability sampling* atau cara pengambilan secara acak. Namun, kita pengambilan sampel tidak memperhatikan unsur peluang maka jenis sampel disebut sampel *non probability sampling*.⁴

Penelitian ini mengambil sampel menggunakan metode *non probability sampling* dan pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel secara kebetulan. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui dengan populasi yang tidak diketahui secara pasti.⁵ Untuk menghitung jumlah sampel dengan populasi yang tidak diketahui secara pasti dapat menggunakan rumus Lemeshow, sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

Z : Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P : Maksimal estimasi = 0,5

d : Tingkat kesalahan 10% atau 0,01

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diperoleh besarnya sampel sebanyak 96,04 responden. Jumlah sampel pada penelitian ini yaitu 110 responden.

⁴ Anwar Sanusi, "Metodologi Penelitian Bisnis," n.d., 88–89.

⁵ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D," in *Alfabeta* (Bandung, 2014), 81.

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian merupakan karakteristik, sifat, atau atribut yang dapat diukur, diamati atau dimanipulasi dalam sebuah penelitian. Variabel penelitian bisa berupa apapun yang menjadi fokus perhatian dalam penelitian dan dapat bervariasi di antara individu, objek, atau kejadian yang diamati. Jenis-jenis variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel bebas yang sering disebut variabel *simulus*, *predator*, *antecedent*. Variabel ini merupakan variabel yang diduga memiliki pengaruh terhadap variabel lainnya dalam penelitian. Variabel independen sering kali merupakan variabel manipulasi oleh peneliti untuk melihat dampak atau pengaruhnya terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu:

X1 : Desain Kemasan

X2 : Harga

X3 : Kualitas Produk

2. Variabel Dependen

Dalam bahasa Indonesia variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel dependen merupakan variabel yang menjadi hasil dari manipulasi atau perubahan pada variabel independen. Variabel dependen merupakan variabel yang diukur atau diamati untuk melihat bagaimana pengaruh variabel independen mempengaruhinya. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu keputusan pembelian.

D. Variabel Operasional

Tabel 3.1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Desain Kemasan	Desain kemasan merujuk pada suatu proses perencanaan dan penciptaan tampilan luar suatu produk yang mencakup elemen-elemen visual dan fungsional. Desain kemasan melibatkan pengembangan aspek	1. Visibilitas 2. Informasi 3. Daya tarik 4. Daya kemampuan bekerja ⁷	<i>Likert</i>

⁷ Keller Kotle, *Marketing Management* (Pearson, 2016).

		seperti warna, bentuk, grafis, teks, dan materi kemasan dengan tujuan menciptakan tampilan yang menarik dan memikat konsumen. ⁶		
2.	Harga	Harga merupakan nilai tukar untuk seseorang atau sekelompok orang pada waktu dan tempat tertentu yang dapat ditukar dengan uang atau barang lain. ⁸	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga terjangkau 2. Kesesuaian dengan kualitas produk 3. Daya saing harga⁹ 4. Kesesuaian harga dan manfaat¹⁰ 	<i>Likert</i>
3.	Kualitas Produk	Kualitas produk merupakan suatu karakteristik sebuah produk yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. ¹¹	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk yang baik dibandingkan dengan produk lain 2. Kualitas kesesuaian 3. Daya tahan produk 4. Kualitas produk sesuai dengan spesifikasi¹² 	<i>Likert</i>
4.	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keunggulan produk 2. Ketertarikan pada merek 	<i>Likert</i>

⁶ Underwood, R. L., Klein, N. M., & Burke, “Packaging Communication: Attentional Effects of Product Imagery.”

⁸ Ib Suri Amilia, “Pengaruh Citra Merek , Harga , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa”

⁹ Underwood, R. L., Klein, N. M., & Burke, “Packaging Communication: Attentional Effects of Product Imagery.”

¹⁰ Bledzki, A. K., & Gassan, “Composites Reinforced with Cellulose Based Fibres.”

¹¹ Sjahrudin, “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang.”

¹² Amilia, “Pengaruh Citra Merek , Harga , Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa.”

		mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian. ¹³	3. Kemudahan untuk mendapatkan produk 4. Ketersediaan barang ¹⁴	
--	--	---	---	--

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi dari responden dalam suatu penelitian. Kuesioner biasanya berbentuk daftar pertanyaan yang dirancang untuk mengumpulkan jawaban tertulis atau tanggapan dari responden terkait dengan topik atau variabel penelitian yang diteliti. Kuesioner biasanya dirancang dengan tujuan untuk mengumpulkan data secara sistematis dan konsisten dari sejumlah responden yang mewakili populasi tertentu. Kuesioner harus dirancang dengan cermat dan sesuai dengan tujuan penelitian, agar dapat memperoleh informasi yang relevan dan akurat.¹⁵ Metode ini digunakan untuk memperoleh data konsumen yang mengonsumsi rokok Djarum. Kuesioner disusun menggunakan skala likert (likert scale), dimana masing-masing menggunakan opsi untuk memperoleh informasi subjektif dan diberi skor sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skor Penelitian

No.	Jawaban
1.	Sangat Setuju (SS)
2.	Setuju (S)
3.	Netral (N)
4.	Tidak Setuju (TS)
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)

F. Teknik Analisis Data

¹³ G Kotler, P., & Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (2012), 13th ed. (Jakarta: Erlangga).

¹⁴ Sjahruddin, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang."

¹⁵ Ujang Sumarwan, "Riset Pemasaran Dan Konsumen: Panduan Riset Dan Kajian: Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas, Dan Persepsi Risiko," in *PT Penerbit IPB Press* (Bogor, 2011), 66.

Penelitian ini menggunakan metode analisis adalah metode analisis kuantitatif. Dengan menggunakan metode analisis tersebut diharapkan bisa mencapai tujuan dari penelitian yang akan dilakukan yaitu pengaruh desain kemasan, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada rokok Djarum. Berikut merupakan urutan analisis data yang dilakukan dalam penelitian:

1. Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu proses untuk mengevaluasi sejauh mana suatu instrumen pengukuran atau alat tes benar-benar mengukur apa yang dimaksudkan atau diinginkan untuk diukur. Validitas adalah salah satu kriteria penting dalam mengukur kehandalan atau keakuratan suatu instrumen dalam mengumpulkan data atau informasi, dengan tujuan mengukur seberapa valid atau tidaknya kuesioner. Kriteria uji validitas yaitu membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Nilai r_{hitung} selanjutnya digunakan sebagai acuan yang menunjukkan valid tidaknya item pertanyaan yang digunakan untuk mendukung penelitian, maka akan dicari dengan membandingkan nilai r_{hitung} terhadap nilai r_{tabel} nya.

Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,10. Kriteria pengujian yaitu sebagai berikut:¹⁶

- 1) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikan 0,10) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika instrumen $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan signifikan 0,10) maka instrumen signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan proses untuk mengevaluasi seberapa konsisten dan tabel suatu instrumen pengukuran atau tes dalam menghasilkan hasil yang serupa jika diulang pada waktu yang berbeda atau di antara berbagai pengamat. dalam konteks

¹⁶ Budi Darma, "Statistika Penelitian Menggunakan SPSS," in *Guepedia* (Jakarta, 2021), 7–8.

penelitian, reliabilitas merupakan ukuran sejauh mana instrumen pengukuran dapat diandalkan dalam mengukur variabel atau konstruk yang sama secara konsisten. Dalam menguji reliabilitas melalui penyebaran kuesioner kepada responden akan dikalkulasikan korelasi antar skor jawaban pertanyaan yang sama melalui SPSS, variabel yang dinyatakan reliabel apabila perhitungan *Crobach Alpha* $> 0,60$.¹⁷

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji normal atau tidaknya model regresi variabel bebas independen dengan variabel dependen. Distribusi data yang normal atau mendekati normal merupakan model regresi yang baik. Untuk mengetahui apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara:

- 1) Melihat grafik yang membandingkan antara data observasi dengan data distribusi yang mendekati normal.
- 2) Dengan melihat grafik probabilitas normal yang membandingkan distribusi kumulatif dari kata-kata yang benar dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusinya normal, garis yang mewakili data aktual akan mengikuti garis diagonalnya.¹⁸

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas merupakan adanya hubungan linier yang pasti dengan variabel bebas. Uji multikolonieritas digunakan untuk menguji hubungan antar variabel bebas dalam model regresi. Untuk mengetahui apakah dapat masalah multikolonieritas dapat menggunakan nilai *Variance Infation Factory* (VIF) dan nilai *tolerance*. Jika nilai VIF < 10 dan nilai toleransi $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolonieritas.¹⁹

c. Uji Heterokedastistas

¹⁷ Husein Umar, "Metode Riset Bisnis," in *Gramedia Pustaka Utama* (Jakarta, 2002), 141.

¹⁸ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS," in *Badan Penerbit Undip* (Bandung, 2011), 74.

¹⁹ Agus Purwoto, "Panduan Laboratorium Statistik Inferensial," in *Grasindo* (Jakarta, 2007), 97.

Uji heterokedastistas merupakan suatu keadaan dimana terdapat ketidaksamaan sebaran residual untuk semua pengamatan dalam model regresi. Tujuannya yaitu untuk mengetahui apakah residual model regresi memiliki varian atau tidak. Jika terdapat varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya disebut homokedastistas, jika berbedadisebut heterokedastistas. Untuk mengetahui ada dan tidaknya heterokedastistas dapat dilihat pada grafik *scatterplot*. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki homokedastistas atau tidak ada perubahan variasi. Dalam pengambilan keputusan untuk uji ini yaitu:

- 1) Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu secara teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), hal ini menunjukkan telah terjadi heterokedastistas.
- 2) Apabila tidak ada pola yang jelas dan titik-titik membentang diatas dan di bawah 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastistas.²⁰

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen maka diperlukan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih dengan variabel dependen. Dengan variabel-variabel tersebut disusun dengan persamaan sebagai berikut:²¹

$$Y = e + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

Keterangan:

- Y : Keputusan Pembelian
 E : Konstan
 b1 : Koefisien Regresi
 X1 : Desain Kemasan
 X2 : Harga
 X3 : Kualitas Produk

²⁰ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19," in *Badan Penerbit Undip* (Semarang, 2011), 44–45.

²¹ Sugiyono, "Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D," in *Alfabeta* (Bandung, 1999), 277.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah suatu ukuran yang dipakai untuk melihat persentase pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi R^2 di antara nol dan satu. Koefisien determinasi R^2 memiliki kegunaan untuk:

- 1) Sebagai tolak ukur untuk menentukan atau menyesuaikan garis regresi yang terbentuk dari hasil evaluasi kelompok data yang dipertimbangkan. Semakin tinggi nilai R , semakin baik garis regresinya. Sebaliknya, semakin kecil R maka semakin kecil garis regresi pada data yang diamati.
- 2) Mengukur besar proporsi (presentase) jumlah varian Y yang dijelaskan oleh model regresi atau untuk mengukur kontribusi variabel C terhadap keragaman variabel respon Y .²²

c. Uji F

Uji signifikansi simultan (uji F) dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji F diperoleh dengan membandingkan nilai F_{hitung} terhadap F_{tabel} dan membandingkan probabilitas dengan nilai signifikan (0,10). Dalam hal ini untuk mengetahui apakah variabel desain kemasan, harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan atau tidak terhadap keputusan pembelian. Dasar pengambilan keputusan Uji F dilakukan dengan cara:²³

- 1) Dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel}
 - a) H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 10\%$.
 - b) H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 10\%$.
- 2) Dengan berdasarkan angka signifikansi
 - a) H_0 diterima jika signifikansi $> 0,10$.
 - b) H_0 ditolak jika angka signifikansi $< 0,10$.

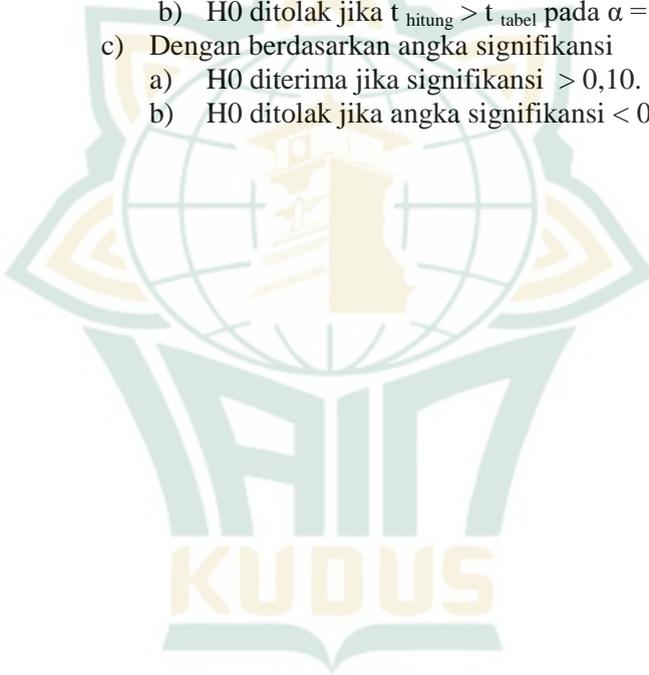
²² Dergibson Siagian dan Sugiarto, "Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi," in *PT Gramedia Pustaka Utama* (Jakarta, 2000), 259.

²³ Ana Sopanah, "Isu Kontemporer Akuntansi Publik," in *Scorpendo Media Pustaka* (Surabaya, 2020), 68.

d. Uji t

Uji signifikansi parsial (Uji T) dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen. Hasil uji t ditentukan dengan membandingkan probabilitas variabel independen dengan tingkat signifikansi (0,10).²⁴ Dasar pengambilan keputusan Uji T dilakukan dengan cara:

- 1) Dengan membandingkan F hitung dan F tabel
 - a) H₀ diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 10\%$.
 - b) H₀ ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 10\%$.
- c) Dengan berdasarkan angka signifikansi
 - a) H₀ diterima jika signifikansi $> 0,10$.
 - b) H₀ ditolak jika angka signifikansi $< 0,10$.



²⁴ Amrie Firmansyah dan Gitty Ajeng Triastie, “Bagaimana Peran Tata Kelola Perusahaan Dalam Penghindaran Pajak, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Pengungkapan Risiko, Efisiensi Investasi,” in *CV. Adanu Abimata* (Indramayu, 2021), 70.