REPOSITORI STAIN KUDUS

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Adapun jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) yang dilakukan didalam masyarakat yang sebenarnya untuk menemukan realitas apa yang tengah terjadi mengenai masalah tertentu.[1] Dalam penelitian ini yang akan diamati adalah pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan *word of mouth* terhadap minat beli..

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif pada hakekatnya adalah menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik.[2] Dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif maka data-data yang diperoleh dari lapangan diolah menjadi angka-angka. Kemudian angka-angka tersebut diolah menggunakan metode statistik untuk mengetahui hasil olah data yang diinginkan.

B. Sumber Data

Yang di maksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh dari jawaban para responden terhadap rangkaian pertanyaan yang digunakan oleh peneliti. Sedangkan responden yang menjawab daftar kuesioner (*instrument)* tersebut adalah konsumen yang membeli produk yang di hasilkan oleh Zahra Jasa Boga.

---

[1] Marzuki, *Metodologi Riset*, Ekonisia, Yogyakarta, 2005, hal. 14.
[2] Syaifuddin Azwar, *Metode Penelitian,* Pustaka Belajar, Yogyakarta, 2001, hal. 5.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pihak lain, tidak diperoleh secara langsung dari responden. Data sekunder biasanya berwujud dokumentasi atau data laporan yang sudah tersedia.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[3]

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila poulasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili).[4]

Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang membeli produk di Zahra Jasa Boga kurang lebih 200 pelanggan. Karena jumlah data yang akan diteliti terlalu banyak, maka dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan metode *convenience sampling* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan berdasarkan kemudahan.[5]

D. Tata Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain maka macam-macam variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi:

1. Variabel independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel bebas.

---

[3]Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis,* Alfabeta, Bandung, Cet. XI, 2008, hal. 115.
[4]*Ibid.*,hal. 116.
[5]Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis,* Salemba Empat, Jakarta, 2011, hal. 94

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat).

2. Variabel dependen

Variabel ini sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.[6]

E. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dan memperjelas apa yang dimaksud dengan variable-variabel dalam penelitian ini maka perlu diberikan definisi operasional. Definisi operasional adalah alat untuk mengukur suatu variabel atau dapat dikatakan petunjuk pelaksanaan bagaimana mengukur variabel.

Dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Refrensi
1	Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan.[7]	a) Kadar Produk b) Desain Produk c) Daya tahan produk	Ahmad Ubaidillah dan Nuraeni
2	Persepsi	Persepsi Harga	a) Keterjangkauan	Fifyanita

[6] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D,* Alfabeta, Bandung, 2013, hal. 39

[7] Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajmene Pemasaran Jasa,* Salemba Empat, Jakarta, 2009, hal. 175

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

	Harga (X2)	adalah Sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa.[8]	harga b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk c) Persaingan harga d) Kesesuaian antara harga dengan kuantitas	Ghanimata dan Mustafa Kamal (2012)
3	*Word Of Mouth* (X3)	*Word Of Mouth* adalah Satu aktivitas yang dapat menghasilkan publisitas, kegembiraan, dan informasi kepada konsumen.[9]	a) Membicarakan b) Mempromosikan c) Menjual	Ahmad Ubaidillah dan Nuraeni
4	Minat Beli (Y)	Minat Beli adalah seberapa besar kemungkinan konsumen yang melekat pada minat beli tersebut.[10]	*a) Attention* *b) Interest* *c) Desire* d) *Action*	Muhamad Fakhru Rizky NST dan Hanifa Yasin

[8] Fifyanita Ghanimata dan Mustafa Kamal, *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pembeli produk bandeng Juwana Erlina Semarang)*, Jurnal Ekonomika dan Bisnis, Vol. 1 No. 2, 2012.

[9] Ahmad Ubaidillah dan Nuraeni, *Pengaruh Word Of Mouth Comminication terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Emas Ari Jaya)*, Jurnal Ilmu Sosial dan Politi, hal. 17.

[10]Muhamad Fakhru Rizky NST dan Hanifa Yasin, *Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan*, Jurnal, hal. 140

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

F. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *survey* yaitu dengan cara menyebar kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila diketahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan Metode Angket.[11]

Angket didesain dengan pertanyaan terbuka, yaitu yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui identitas responden seperti jenis kelamin, usia, pendidikan dan sebagainya. Pertanyaan ini digunakan untuk menganalisis jawaban yang diberikan responden pada pertanyaan tertutup karena tarif kognisi menjadi faktor penting dalam menjawab pertanyaan tertutup.

Dalam metode *survey* didesain dengan menggunakan pada skala*likert*, di mana skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif dan diberikan skor sebagai berikut: sangat setuju (skor 5), setuju (skor 4), netral (skor 3), tidak setuju (skor 2), sangat tidak setuju (skor 1).[12]

G. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner *valid* dan *reliabel*. Maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelakasi antar skor atau butir pertanyaan

[11]Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* Alfabeta, Bandung, 2014, hal. 199.

[12]Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D,* Alfabeta, Bandung, 2013, hal. 134-135.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree orfreedom* (df) = n–k. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item item pada kuisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur.[13]

Untuk menguji validitas dan reabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis SPSS. Berikut ini hasil pengujian validitas dan reabilitas berdasarkan uji non responden sebanyak 30 orang. Dengan menggunakan bantuan alat olah statistik SPSS 16. diperoleh hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 3.2

Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Corrected item-total Correlation (r_{hitung})	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	K1	0,688	0,3673	Valid
	K2	0,713	0,3673	Valid
	K3	0,528	0,3673	Valid
	K4	0,688	0,3673	Valid
	K5	0,595	0,3673	Valid
	K6	0,771	0,3673	Valid
Persepsi Harga (X2)	P1	0,881	0,3673	Valid
	P2	0,595	0,3673	Valid
	P3	0,572	0,3673	Valid
	P4	0,755	0,3673	Valid
	P5	0,760	0,3673	Valid
	P6	0,549	0,3673	Valid

[13]Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS,* Media Kom, Yogyakarta, 2010, hal. 90.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

	P7	0,881	0,3673	Valid
	P8	0,546	0,3673	Valid
Word Of Mouth (X3)	**W1**	0,378	0,3673	Valid
	W2	0,758	0,3673	Valid
	W3	0,804	0,3673	Valid
	W4	0,480	0,3673	Valid
	W5	0,641	0,3673	Valid
	W6	0,851	0,3673	Valid
Minat Beli (Y)	**M1**	0,421	0,3673	Valid
	M2	0,474	0,3673	Valid
	M3	0,818	0,3673	Valid
	M4	0,426	0,3673	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi internal instrumen pengukuran dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0.60.

Jika alat ukur telah dinyatakan *valid*, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur harusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten.[14]

Di dalam penelitian ini digunakan skala *likert* untuk memberi arti bagi jawaban responden yang dinyatakan dengan nilai 1-5. Agar data yang diperoleh dengan cara penyebaran kuesioner tersebut *valid* dan *reliabel*, maka dilakukan uji validitas membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} dan reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha* lebih besar 0,60. Dan jika *Cronbach Alpha* diketemukan angka koefisien < 0,60 maka

[14]Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002, hal.113.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

dikatakan tidak reliabel.[15] Untuk menguji reabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis statistik SPSS 16. berikut ini hasil pengujian reabilitas

Tabel 3.3

Hasli uji Reabilitas Instrumen

Variabel	**Reability Coefficients**	**Alpha**	**Keterangan**
Kualitas Produk (X.1)	6 item	0,865	Reliabel
Persepsi Harga (X.2)	8 item	0,897	Reliabel
Word Of Mouth (X3)	6 item	0,853	Reliabel
Minat Beli (Y)	4 item	0,738	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Dari tabel di atas diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60 (α > 0,60), yang artinya bahwa semua variabel X_1, X_2, X_3 dan Y dapat dikatakan reliabel.

H. UjiAsumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian dengan menggunakan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan penguji asumsi klasik yang meliputi uji autokorelasi, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas. Pengujian keempat jenis asumsi klasik ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji validitas, presisi, dan konsistensi data.

1. Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk menguji suatu model apakah variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi, untuk mengetahui apakah model regresi mengandung autokorelasi dapat digunakan pendekatan Durbin Watson.

[15] Masrukin, *Statistik Inferensial Aplikasi Program SPSS*, Media Ilmu Press, Kudus, 2008, Hal. 15.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

Tabel 3.4

Kaidah Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Syarat
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	0<d<dl
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	dl<d<du
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	4-dl<d<4
Tidak ada autokorelasi negatif	Tidak ada keputusan	4-du<d<4-dl
Tidak ada autokorelasi positif/negative	Terima	Du<d<4-du

Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas autokorelasi.[16]

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen.Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variable independen.Jika variabel independen saling berkorelsi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antara sesama variabel independen sama dengan nol.[17] Uji multikolinieritas menunjukan variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *varience inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *cuttof* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0.10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10 sehingga data yang tidak terkena multikolinieritas nilai toleransinya harus kurang dari 0.10 atau nilai FIV lebih dari 10.

[16]Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, STAIN Kudus, Kudus, 2009, hal. 183.
[17]*Ibid*., hal. 105

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

3. Heterokedastisitas

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 homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya *heteroskedastisitas* dapat dilihat pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-studentized. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas* dalam suatu model regresi.[18]

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model data regresi, variabel terikat dan variable bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah ingin mengetahui apakah distribusi data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data yang berbentuk lonceng (*bell shaped).* Distribusi data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak mempunyai julung ke kiri atau kekanan dari keruncingan ke kiri dan ke kanan.

Untuk menguji apakah distribusi data normal atau tidak dapat dilakukan dengan cara melihat *normal probability plot* dimana jika garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.[19]

[18] *Ib.id,* Hal. 139
[19] Masrukin, *Op.Cit,* Hal.187

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

I. Teknik Analisis Data

1. Uji Statistik

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X1,X2,X3) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.[20]

Dalam penelitian ini menggunakan rumus persamaan regresi linier berganda untuk menganalisa data. Bentuk persamaan garis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$Y = a + b1\ X1 + b2\ X2 + b3X3 + e$

Dimana:

X1 : Kualitas Produk

X2 : Persepsi Harga

X3 : *Word Of Mouth*

Y : Minat Beli

a : Konstanta

e : Standar eror.[21]

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu.

Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel dependen. R^2 sama dengan 0 (nol), maka variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka variasi

[20]Duwi Priyatno, *Loc.Cit*

[21]Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik*, Edisi 2, Bumi Aksara, Jakarta, 2003, hal.269-270

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.[22]

c. Uji-t (Signifikansi Parameter Parsial)

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung, menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat.

Untuk mengetahui apakah hipotesa yang diajukan signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara T_{hitung} dan T_{tabel} dengan ketentuan:

$T_{hitung} > T_{tabel}$ = Ho ditolak (ada pengaruh)

$T_{hitung} < T_{tabel}$ = Ho diterima (tidak ada pengaruh)

[22] *Ibid.*, hal.66.

http://eprints.stainkudus.ac.id