

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Menurut sumber data atau informasi yang diperoleh dalam kegiatan penelitian, maka jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah *field research*.¹ Dalam penelitian ini yang akan diamati ialah “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Fadhilah Rebana Jepara. Lokasi penelitian ini adalah di Fadhilah Rebana Jepara”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang bekerja dengan angka, yang datanya berwujud bilangan yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain.²

B. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian perorangan, kelompok, dan organisasi.³ Data primer dari penelitian ini berasal dari kuesioner yang diisi oleh responden konsumen atau pembeli Fadhilah Rebana Jepara meliputi identitas dan tanggapan responden.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi atau

¹ Toto Syatori dan Nanang Ghozali, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), 55.

² Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Kudus: Media Ilmu Press & Mibarda Publishing, 2015), 7.

³ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), 29.

perusahaan.⁴ Data sekunder dalam penelitian ini di peroleh dari data gambaran umum Fadhilah Rebana Jepara.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Fadhilah Rebana Jeparayang membeli produk-produk Fadhilah Rebana Jepara. Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa populasi konsumen diperoleh jumlah pembeli sebanyak 300 konsumen. Jadi jumlah populasi adalah 300.
2. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang dapat diambil dari populasi itu⁶

Ukuran atau jumlah sampel merupakan hal yang penting jika melakukan penelitian menggunakan analisis kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* yaitu teknik yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.⁷ Jenis *non probability sampling* yang digunakan adalah *sampling aksidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai

⁴Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*,30.

⁵Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 115.

⁶Sugiono,*Metode Penelitian Bisnis(Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, 116.

⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013),124.

sebagai sumber data.⁸ Ukuran sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin sebagaimana dikutip oleh Muhammad sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan

sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan : 10%⁹

Oleh karena itu untuk menentukan sampel dalam penelitian ini yaitu: jumlah sampel untuk penelitian ini dengan menggunakan e sebesar 10% adalah, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} = \frac{300}{1+300.(0,1)^2} = \frac{300}{1+3} = \frac{300}{4} = 75$$

n = 75 responden.

D. Tata Variabel Penelitian

Variabel Penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.¹⁰ Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat),¹¹ Dalam penelitian ini variabel independen (X) yaitu terdiri dari X1, X2 dan X3 dengan rincian X1 adalah *Kualitas Produk*, X2 adalah *Promosi*, X3 adalah *Harga*.
2. Variabel dependen sering disebut variabel terikat yang merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013),121.

⁹Sofyan Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*(Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), 61.

¹⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 59.

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 59.

akibat, karena adanya variabel bebas.¹² Dalam penelitian ini variabel dependennya (Y) adalah Keputusan Pembelian.

E. Definisi Operasional

Untuk mempermudah dan memperjelas apa yang dimaksud dengan variabel-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.

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya meliputi keawetan, keandalan, kemudahan penggunaan dan perbaikannya, dan sifat lainnya. ¹³	1. Kinerja 2. Fitur 3. Kehandalan 4. Kesesuaian 5. Daya tahan	Likert
Promosi (X2)	Promosi adalah berbagai kumpulan alat-alat insentif yang sebagian besar berjangka pendek, ang dirancang	1. Jangkauan Promosi 2. Kuantitas Penaangan Iklan di Media Promosi 3. Kualitas	Likert

¹²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 59.

¹³ Stephanus Felix Aristo, "Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Woles Chips", *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1, No.4, (2016), 2.

	untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang ¹⁴	Penampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi	
Harga (X3)	Menurut Kotler, harga adalah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk suatu manfaat atau jasa. Jadi harga tidak selalu berbentuk uang karena harga bisa berbentuk barang, tenaga, dan waktu. ¹⁵	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian Harga dengan kualitas Produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan Manfaat 	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	keputusan pembelian menurut Sutisna adalah pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 	Likert

¹⁴Stephanus Felix Aristo, "Pengaruh Produk, Harga, dan Promosi terhadap keputusan pembelian konsumen woles chips", *Jurnal Manajemen*, Vol.1, No.4, (2016), 442.

¹⁵Pinta Gustina Masda, "Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Galamai Di Kota Payakumbuh", *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*, 3.

	oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan ¹⁶	4. Melakukan pembelian ulang	
--	--	------------------------------	--

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Metode Kuesioner (Angket)

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 peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, internet¹⁷ Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah konsumen atau pembeli Fadila Rebana Jepara.

Dalam metode angket/kuesioner di susun dengan skala likert (*likert scale*), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan pilihan agar mendapatkan data yang bersifat subyektif dan diberikan skor sebagai berikut:

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

2. Metode Observasi

Metode observasi adalah teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan

¹⁶Harun Al-Rasyid, Agus Tri Indah, "Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan", Vol.XVI, No.1, (2018): 2.

¹⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 199.

orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek-obyek alam yang lain.¹⁸

3. Metode Dokumentasi

Dokumentasi ialah teknik pengumpulan data dan informasi melalui pencarian dan penemuan bukti-bukti. Selain itu foto juga bermanfaat sebagai sumber informasi karena mampu membekukan dan menggambarkan peristiwa yang terjadi. Akan tetapi peneliti tidak boleh menggunakan kamera sebagai alat pencari data secara sembarangan. Sebab, orang akan menjadi curiga. Dokumen-dokumen yang dikumpulkan akan membantu peneliti dalam memahami fenomena yang terjadi dilokasi penelitian dan membantu dalam membuat interpretasi data.¹⁹ Metode dokumentasi diambil dari data yang ada pada konsumen atau pembeli Fadhila Rebana Jepara.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Untuk mencapai tujuan penelitian yaitu menganalisis Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Adapun urutan analisis data yang akan dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala. Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total (skor total), perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor item total. Dari hasil perhitungan korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak.²⁰

¹⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 203.

¹⁹Afifuddin dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV Pustaka Setia, , 2009), 141.

²⁰Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 90.

Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05.²¹ Artinya suatu item dianggap valid jika skor total lebih besar dari 0,05.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten dari waktu-kewaktu.

Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik Cronbach *Alpha*. Adapun kriteria bahwa instrument itu dikatakan reliabel, apabila nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik *Cronbach alpha* > 0,60. Dan jika *Cronbach Alpha* diketemukan angka koefisien < 0,60 maka dikatakan tidak reliabel.²²

H. Uji prasyarat

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak membentuk variabel ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang antar nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan

²¹Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistika Data dengan SPSS*, 90.

²²Masrukin, *Statistika Deskriptif Berbasis Komputer*, (Kudus: Media Ilmu Press, 2014), 139.

adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .²³

2. Uji Autokolerasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka terdapat problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.²⁴

Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya auto korelasi yaitu dengan Uji Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi:

Tabel 3.2
Kriteria Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negatif	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada korelasi negatif	No decision	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi, positif atau negative	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

3. 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 homoskedastisitas

²³ Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23, (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2011), 103-104.

²⁴ Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23, 107.

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 ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) 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.²⁵

4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengansumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik yaitu dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data obsevasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.²⁶

I. Uji Hopotesis

1. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui sejauhmana variabel independen mempunyai pengaruh variabel dependen. Dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam persamaan sebagai berikut:²⁷

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

Keterangan :

²⁵Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23, 134.

²⁶Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23, 154.

²⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), 277.

- Y : Keputusan Pembelian
 a : Konstanta
 b_1 : koefisien regresi
 X_1 : Kualitas Produk
 X_2 : Promosi
 X_2 : Harga
 e : Error

2. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen 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.²⁸

3. Uji Signifikan Parameter Simultan (Uji Statistik F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Dengan menggunakan $df = n - k - 1$

Langkah-Langkah melakukan uji F:

a. Merumuskan hipotesis

Ho : Tidak Ada pengaruh antara variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y)

Ha : Ada pengaruh antara variabel independen (X) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y)

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat Signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$)

c. Kriteria Pengujian

- Ho diterima bila $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$
- Ho ditolak bila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ²⁹

²⁸ Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23, 95

²⁹ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statustik Data dengan SPSS*, 67.

4. Uji-t (parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Langkah – langkah pengujian :³⁰

1) Menentukan hipotesis:

Ho : Secara parsial tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

Ha : Secara parsial ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen.

2) Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan 0,05 ($\alpha = 5\%$)

3) Kriteria pengujian:

- Ho diterima jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$
- Ho ditolak jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

³⁰ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 68.