

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) ini nantinya peneliti secara langsung akan terjun ke dalam aktivitas di objek penelitian. Penelitian ini untuk mendapat data empirik, menguji dan menjelaskan pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari melalui teknik penyebaran kuesioner kepada konsumen yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari. Selain itu, peneliti datang langsung ke lapangan agar mendapatkan data yang konkrit.¹

Adapun pendekatan didalam penelitian ini ialah pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah data yang diukur secara langsung yang menggunakan skor mulai dari pengumpulan data interpretasi terhadap data dan penampilan hasilnya serta kesimpulan disertai gambar, grafik, tabel dan lain sebagainya untuk mempermudah pemahaman. Serta teknik pengambilan data memakai instrument penelitian dan analisis data yang bersifat statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah disiapkan.²

B. Setting Penelitian

Pengambilan lokasi dalam penelitian ini adalah Toko Agung Lestari Desa Temulus. Penulis mengambil lokasi penelitian di Toko Agung Lestari dalam pembelian beras lokal karena peneliti ini melihat bahwa toko Agung Lestari adalah toko yang banyak diminati masyarakat untuk membeli beras lokal. Toko Agung Lestari ini selalu mengutamakan kesesuaian kualitas produk dan harga yang terjangkau supaya banyak diminati oleh konsumen. Selain itu lokasi toko Agung Lestari sangat strategis yang berada di pinggir jalan. Penelitian ini nantinya akan dimulai pada awal Desember sampai selesai penelitian. Penelitian di toko Agung Lestari dengan cara responden mengisi kuesioner yang dibuat oleh peneliti.

¹ Suharsimi Ariskunto, *Metodologi Riset* (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), 14.

² Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 14.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Garalka populasi merupakan cakupan keseluruhan daerah yaitu obyek atau subyek yang memiliki syarat tertentu yang dibuat oleh peneliti untuk dianalisis dan mengambil kesimpulannya. Populasi didalam penelitian ini ialah para konsumen muslim yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian tertentu dari jumlah dan karakteristik yang dipunyai populasi tersebut.³ Penelitian ini mengambil sampel pada konsumen muslim yang membeli beras lokal di toko Agung Lestari Desa Temulus yang populasi sebanyak 544 konsumen. Jumlah ini peneliti dapatkan dari rata rata konsumen yang membeli beras lokal setiap tahunnya di toko Agung Lestari. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus *Slovin* yang akan menghasilkan presentase sampel yang akan digunakan.

Rumus tersebut diterangkan sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat jesalahan (ketidakadilan)

Populasi (n) sebanyak 544 konsumen yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari dengan asumsi kemungkinan taraf kesalahan (e) sebesar 10%. Maka jumlah sampel yang digunkan adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+(N \cdot e^2)} \\ &= \frac{544}{1+(544 \times 0,1^2)} \\ &= \frac{544}{6,44} \\ &= 84,47 \text{ dibulatkan menjadi } 84 \end{aligned}$$

Didapatkan hasil sampel 84 kemudian dilanjutkan dengan metode *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan penetapan yang secara kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang bertemu dengan peneliti itu dapat

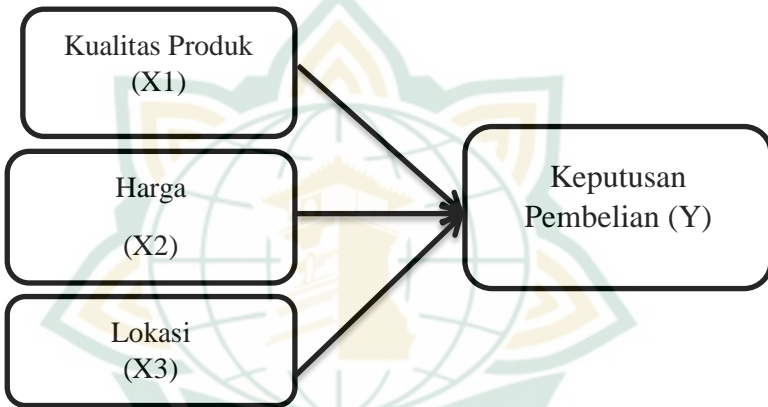
³ Garalka Darmanah, *Metodologi Penelitian* (Lampung Selatan: CV. Hira Tech,2019),34.

digunakan sebagai sampel, apabila dilihat dari konsumen yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data.⁴

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini guna meneliti pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus. Berikut skema desain penelitian:

Gambar 3.1 Desain Operasional Variabel



Selanjutnya dilakukan analisis data yang didapat dari pengisian kuesioner oleh konsumen di toko Agung Lestari. Data kuesioner tersebut kemudian dilakukan analisis menggunakan statistik. Kemudian hasil dari perhitungan tersebut sebagai dasar pengambilan kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah yang disediakan serta menguji hipotesis.

Berikut disajikan tabel definisi operasional variabel untuk memudahkan pemahaman.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Konsep	Indikator
1	Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk merupakan suatu keadaan dimana benda atau jasa bernilai baik sesuai standart yang sudah ditentukan oleh suatu	Indikator kualitas produk antara lain : 1) <i>Performance</i> (Kinerja) 2) <i>Features</i> (Fitur) 3) <i>Reliability</i>

⁴ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta,2004), 67.

		<p>usaha. Jika semakin baik standart yang ditentukan maka semakin berkualitas produk tersebut. Dimana kualitas produk yang baik dan mempunyai manfaat yang banyak manfaat akan banyak yang dicari oleh konsumen walaupun itu harganya tinggi.</p>	<p>(Reabilitas) 4) <i>Conformance</i> (Kesesuaian) 5) <i>Durability</i> (Daya Tahan) 6) <i>Aesthetics</i> (Estetika) 7) <i>Preceived Quality</i> (Kesan Kualitas)</p>
2	Harga (X2)	<p>Harga adalah jumlah nilai yang ditukarkan untuk memperoleh barang atau produk yang diinginkan dan memberikan manfaat pada konsumen. Apabila sebuah produk mempunyai manfaat yang tinggi maka harga barang atau produk juga semakin tinggi pula. Dimana harga ini sangat mempengaruhi minat beli konsmuen, karena konsumen saat membeli suatu produk biasanya yang dilihat terlebih dahulu yaitu harga. Semakin harga bernialai rendah dan berkualitas suatu produk maka akan semakin banyak konsumen yang</p>	<p>Indikator harga antara lain :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Keterjangkauan Harga 2) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk 3) Daya Saing Harga 4) Kesesuain Harga dengan Manfaat

		membeli.	
3	Lokasi (X3)	Lokasi merupakan tempat dimana suatu usaha mendirikan, melakukan produksi, dan menjual suatu produk yang nantinya akan dibeli para konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam pemilihan lokasi suatu usaha yang strategis dapat meningkatkan konsumen yang kemungkinan untuk membeli produk yang diinginkan. Lokasi ini juga mempengaruhi minat beli konsumen, dimana lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen maka banyak konsumen yang berkunjung dilokasi tersebut.	Indikator lokasi antara lain : <ol style="list-style-type: none"> 1) Akses 2) <i>Visibilitas</i> 3) Tempat parkir yang luas 4) Lalu lintas 5) <i>Ekspansi</i> 6) Lingkungan
4	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah emosional yang dapat terbangun	Indikator keputusan pembelian antara lain : <ol style="list-style-type: none"> 1) Pengamatan

		<p>antara pembeli dan penjual, dimana pembeli akan memutuskan penggunaan produk maupun layanan yang sudah ditambahkan nilai lebih dari produk-produk tersebut. Dalam pernyataan tersebut diartikan sebagai keputusan yang telah diambil merupakan keputusan konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa. Dimana keputusan yang telah dipilih tersebut merupakan kunci keberlangsungan silus bisnis.</p>	<p>Masalah 2) Pencarian Informasi 3) Evaluasi Alternatif 4) Keputusan Pembelian 5) Perilaku Pasca Pembelian</p>
--	--	---	---

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji validitas

Uji validitas merupakan pengujian seberapa valid sebuah instrument penelitian yang memiliki tujuan untuk menentukan tingkat kemampuan indikator dalam mengukur variabel. Dalam uji validitas menunjukkan seberapa baik konsep penelitian yang dilihat dari teknik, instrument, serta pengukurannya. Pengujian validitas dilaksanakan guna mengukur validnya sebuah pernyataan yang ada pada lembar kuesioner. Dimana instrument yang valid akan mempunyai validitas yang tinggi sedangkan instrument yang digunakan tidak valid maka akan mempunyai validitas yang rendah. Uji validitas ini dapat diketahui apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$

maka akan dinyatakan valid. Sebaliknya apabila r hitung $<$ dari r tabel maka akan dinyatakan tidak valid.⁵

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari perubahan. Dimana reliabilitas instrument juga merupakan hasil pengukuran yang bisa dipercaya dan dipakai untuk memperoleh data yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Cara pengukuran uji reliabilitas disebut dengan pengukuran sekali. Pada tahap ini pengukurannya hanya dilakukan sekali saja, kemudian hasil dari pengukuran tersebut nantinya akan dibandingkan dengan kuesioner yang lain yang bertujuan untuk mengukur interaksi antar jawaban dan pertanyaan. Adapun metode yang dipakai pada uji reliabilitas ini adalah *Cronbach Alpha* merupakan alat untuk mengukur dan mengetahui reliabilitas. Maka dari itu suatu variabel dikatakan reliabilitas jika *Cronbach Alpha* $>$ 0,60 maka akan dinyatakan reliable, sebaliknya jika *Cronbach Alpha* $<$ 0,60 maka akan dinyatakan tidak reliable pada variabel tersebut.⁶

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menggunakan tiga teknik diantaranya yaitu:

1. Teknik Observasi

Teknik observasi merupakan pengumpulan data dengan cara peneliti terjun langsung ke lapangan terhadap objek yang diteliti tersebut yaitu Toko Agung Lestari.

2. Teknik Kuesioner

Teknik kuesioner ini adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan instrument berisikan soal yang disebarkan kepada responden atau konsumen yang memiliki ketentuan tertentu dengan harapan responden mengisi pertanyaan tersebut.⁷ Kuesioner pada penelitian ini berisi pertanyaan yang nantinya akan dijawab oleh konsumen atau responden dengan jumlah 84 responden atau konsumen. Penelitian ini nantinya akan menggunakan skala likert, dimana setiap butir

⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Proses IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 47.

⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis SPSS Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 47.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: PT Alfabeta, 2019), 199.

pertanyaan memiliki 5 opsi kriteria penilaian yang dikelompokkan menjadi 5 tingkatan penilaian sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

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

Skala likert yang digunakan ini bertujuan untuk menelaah seberapa kuat responden setuju maupun tidak setuju dengan pertanyaan dan pernyataan yang ada dalam kuesioner.⁸

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan sebelum menguji hipotesis yang mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah nilai dari sampel yang digunakan normal atau tidak. Uji normalitas yang dipakai peneliti ini melihat grafik P-Plot (Probability Plot) dan menggunakan *Kolmogorov Smirnov*. Grafik P-Plot itu dikatakan normal jika titik – titik berada didekat atau mengikuti garis diagonal. Sedangkan *Kolmogorov Smirnov* yaitu metode yang digunakan untuk pengukuran uji normalitas di dalam program SPSS yang efektif dan valid serta sampel yang berjumlah rendah atau kecil. Adapun cara pengambilan keputusan yang dilakukan uji normalitas yaitu jika sig. (signifikan) > 0,05 maka dikatakan model regresi berdistribusi normal. Sebaliknya jika sig. (signifikan) < 0,05 maka dikatakan model regresi berdistribusi tidak normal.⁹

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan pengujian dengan asumsi pada analisis linier berganda yang dilihat dari

⁸ Sugiyono, “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,” 93.

⁹ Imam Ghazali, “Aplikasi Analisis SPSS Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23,” 154.

variabel independen yang digunakan peneliti itu tidak berhubungan dengan variabel bebas. Apabila ada variabel independen yang berhubungan kuat dengan variabel lain maka akan terjadi dugaan yang tidak stabil. Uji multikolineritas yang digunakan peneliti ini menggunakan metode *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu model ada atau tidaknya multikolineritas. Adapun pada uji multikolineritas dinilai dari VIF kurang dari 10 (<10) dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 ($>0,1$) maka dikatakan bahwa tidak terjadi gejala pada multikolineritas.¹⁰

c) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokeditas merupakan hasil dari regresi dimana variance dan residual berbeda untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dimana jika variance dan residual dalam suatu pengamatan yang satu ke pengamatan yang lainnya itu sama maka dikatakan bahwa hal tersebut adalah homoskedastisitas, sebaliknya jika variance dan residual dalam suatu pengamatan yang satu ke pengamatan yang lainnya itu ada yang berbeda maka dikatakan bahwa hal tersebut adalah heterokedastisitas. Pada uji heterokedastisitas itu lebih baik menggunakan metode regresi yang hasilnya dalam homoskedastisitas residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya harus tetap. Adapun cara pengambilan keputusan pada uji heterokedastisitas yaitu apabila ada pola yang teratur seperti bergelombang, melebar dan menyempit maka dikatakan bahwa pola tersebut sudah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya apabila tidak ada pola yang jelas serta pola tersebut diatas dan dibawah pada angka 0 sumbu Y, maka dikatakan bahwa pola tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.¹¹

¹⁰ Prubayu Budi Santosa dan Ashari. *Analisis Statistik dengan Microsoft excel dan SPSS* (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 240.

¹¹ Imam Ghazali, "Aplikasi Analisis SPSS Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23," 134.

2. Uji Hipotesis

a) Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda merupakan pengujian dengan persamaan regresi yang memakai dua atau lebih variabel independen dengan bentuk umum. Perhitungan ini nantinya dilakukan menggunakan program SPSS yang efektif dan valid. Adapun bentuk umum uji regresi linier berganda yaitu:

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

Keterangan:

Y = Variabel Minat Beli Konsumen

X₁ = Variabel Kualitas Produk

X₂ = Variabel Harga

X₃ = Variabel Lokasi

b = Koefisiensi Regresi

a = Konstanta

e = Error¹²

b) Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi merupakan ukuran yang membuktikan besarnya variansi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh persamaan (model) yang diperoleh. Didalam persamaan yang sesuai regresi, koefisiensi determinasi (R²) ini menunjukkan presentasi yang mempengaruhi semua variabel independen terdapat didalam persamaan terhadap variabel dependennya. Koefisien determinasi menggunakan rumus sebagai berikut :

$$D = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

D : Determinasi

R² : Nilai Korelasi Berganda

% : Presentase Kontribusi

c) Uji T

Uji T merupakan pengujian koefisiensi regresi yang dilakukan secara parsial untuk mengetahui antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) yang terjadi hubungan yang signifikan dan mengira bahwa variabel independen lainnya konstan atau stabil. Maksudnya bahwa uji T ini untuk menguji masing

¹² Agus Tri Basuki, *Analisis Statistik dengan SPSS* (Yogyakarta: Danisa Media, 2015), 91.

masing variabel independen yaitu kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap variabel dependen yaitu minat beli konsumen. Pada uji T ini apabila H_0 diterima maka dikatakan bahwa dalam hipotesis tersebut tidak ada pengaruh yang signifikan. Sedangkan apabila H_0 ditolak maka dikatakan bahwa dalam hipotesis tersebut ada pengaruh yang signifikan. Adapun cara pengambilan keputusan pada uji T yaitu apabila nilai sig. $< 0,05$ maka dikatakan bahwa terjadi pengaruh yang signifikan. Sebaliknya apabila nilai sig. $> 0,05$ maka dikatakan bahwa tidak terjadi pengaruh yang signifikan.

d) Uji F (Simultan)

Uji F adalah pengujian koefisien regresi dengan metode serempak. Artinya bahwa uji F ini untuk pengujian apakah terdapat pengaruh variabel independen atau variabel X secara bersamaan terhadap variabel dependen atau variabel Y dari suatu persamaan regresi yang memakai hipotesis statistik. Pada uji F ini nantinya hasil yang diperoleh dapat dilihat pada kolom signifikansi hasil output tabel ANOVA. Adapun pada model uji F yang dapat dibilang signifikan jika kolom signifikansi $\alpha < 0,05$, maka dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan sebaliknya pada model uji F yang dapat dibilang tidak signifikan jika kolom signifikansi $\alpha > 0,05$ maka dikatakan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka dari itu apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka bisa diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, harga, dan lokasi secara bersama sama (simultan) terhadap minat beli konsumen.¹³

¹³ Imam Ghazali, "Aplikasi Analisis SPSS Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23," 95-97.