

### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian penjelasan (*eksplanatory research*) yaitu menjelaskan suatu hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.<sup>1</sup> Dalam penelitian ini yang akan diamati adalah pengaruh desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada batik Tjokro Bakaran Juwana yang ada di Kabupaten Pati.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif karena pengolahannya melalui statistik. Pendekatan Kuantitatif yaitu pendekatan yang menekankan analisis pada data *numerical* yang diolah dengan metode statistik.<sup>2</sup> 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. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian.<sup>3</sup> Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang melakukan pembelian batik di Tjokro Bakaran Juwana Pati. Jumlah konsumen Batik Tjokro tidak terhingga karena faktor keterbatasan, penelitian ini dilakukan secara sampling.

Sedangkan sampel adalah sebagian anggota dari populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat

---

<sup>1</sup> Riduwan, *Belajar Mudah Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2012, hal. 50.

<sup>2</sup> Syaifudin Azwar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1997, hal. 5.

<sup>3</sup> Riduwan, *Op. Cit.*, hal. 54.

mewakili populasinya.<sup>4</sup> Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui sehingga untuk menentukan sampel penelitian digunakan rumus sebagai berikut:<sup>5</sup>

$$n = \frac{z^2}{4(\text{moe})^2}$$

Dimana:

n : Jumlah Sampel

Z : Z tabel dengan tingkat signifikansi tertentu

moe : *margin of error*

Dalam penelitian ini tingkat kesalahan ditetapkan sebesar 10% dan nilai Z sebesar 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%, maka jumlah sampel adalah:

$$n = \frac{z^2}{4(\text{moe})^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 96,04$$

Jadi, sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non-Probability Sampling* yang mana teknik *sampling* ini tidak memberikan kesempatan (peluang) pada setiap anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel. Jenis yang digunakan adalah *Accidental Sampling (Convenience Sampling)* yaitu prosedur *sampling* yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses.<sup>6</sup> Alasan peneliti menggunakan teknik *sampling* tersebut adalah peneliti hanya akan meneliti dan mengambil data berdasarkan responden yang

<sup>4</sup> Sugiarto, *et.al.*, *Teknik Sampling*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2003, hal. 2.

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2004, hal. 43.

<sup>6</sup> Riduwan, *Op. Cit.*, hal. 63.

datang pada saat dilakukan kegiatan penelitian secara langsung, sehingga apabila mempergunakan teknik sampling yang lain dikhawatirkan tidak akan pas karena berdasarkan keterangan yang peneliti himpun sementara dari pemilik Industri Batik Tjokro, tidak diketahui jumlah yang pasti berapa konsumen yang datang.

### C. 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 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.<sup>7</sup> Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah keputusan pembelian (Y).
2. Variabel Independen = Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel independennya adalah desain produk (X1), kualitas produk (X2), harga (X3).

### D. Definisi Operasional Variabel

Definisi masing-masing variabel yang disusun berdasarkan hasil penelitian sebelumnya untuk menjadi dasar pembuatan angket adalah sebagai berikut:

---

<sup>7</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung, 2005, hal. 60-61.

**Tabel. 3.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
1.	Desain Produk	Desain produk adalah totalitas keistimewaan yang memengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan. <sup>8</sup>	1. Keistimewaan produk  2. Ciri khas yang dimiliki	1. Model terbaru  1. Variasi corak batik 2. Warna	<i>Likert</i>
2.	Kualitas Produk	Kualitas merupakan seberapa baik sebuah produk sesuai dengan kebutuhan spesifik dari pelanggan. <sup>9</sup>	1. Kualitas kinerja  2. Kualitas kesesuaian  3. Daya tahan	1. Tingkat di mana karakteristik produk itu beroperasi  1. Tingkat di mana semua proses yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi sasaran yang Dijanjikan  1. Suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal dan/atau	<i>Likert</i>

<sup>8</sup> Agus Irwanto, dkk, *Op. Cit.*, hal. 49-50.

<sup>9</sup> M. Suyanto, *Op. Cit.*, hal. 111.

				berat	
			4. Keandalan	1. Ukuran suatu produk tidak akan rusak atau gagal dalam suatu periode waktu tertentu	
3.	Harga	Harga adalah sejumlah uang yang dikorbankan untuk mendapatkan suatu barang. <sup>10</sup>	1. <i>Value for money</i>	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Harga bersaing	<i>Likert</i>
4.	Keputusan pembelian	Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. <sup>11</sup>	1. Pengenalan masalah	1. memahami kebutuhan penggunaan produk	<i>Likert</i>
			2. Pencarian informasi	1. Mencari informasi melalui sumber pribadi 2. Mencari informasi melalui Pengalaman	
			3. Evaluasi alternatif	1. Memilih produk berdasarkan kualitas 2. Memilih produk berdasarkan tingkat harga	
			4. Keputusan pembelian	1. pembelian diputuskan berdasarkan produk dan merek	
			5. Perilaku pasca	1. kepuasan pasca	

<sup>10</sup> Agus Irwanto, dkk, *Op. Cit.*, hal. 49-50.

<sup>11</sup> Philip Kotler, 2004, *Op. Cit.*, hal. 202.

			pembelian	pembelian 2. tindakan pasca pembelian	
--	--	--	-----------	------------------------------------------	--

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

Dalam metode survei 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).<sup>12</sup>

### E. Teknik Pengumpulan Data

Data-data penelitian ini diperoleh dari :

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh dari hasil angket di lapangan berkaitan dengan penelitian dengan responden yang digunakan.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh langsung dari catatan-catatan dan laporan-laporan yang dibuat oleh batik Tjokro.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Pengamatan/*observasi*, yaitu cara memperoleh data dengan cara mengamati secara langsung.
2. Dokumentasi yaitu cara memperoleh data-data dengan cara mencatat data yang ada di batik Tjokro.

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2013, hal. 135.

3. Angket/*questionnaire*, yaitu daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna.

## F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan alat ukur yang akurat dan dapat dipercaya, maka digunakan dua macam pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur.<sup>13</sup> Jika instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid sehingga valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur sebagaimana yang telah dikatakan oleh Sugiyono yang telah dikutip oleh Riduwan.

Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor atau butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membangun  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree or freedom* ( $df$ ) =  $n - k$ . Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah konstruk. Apabila  $r_{hitung}$  untuk  $r$  tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total Correlation* lebih dapat dikatakan valid.

### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran terhadap aspek yang sama pada alat ukur yang sama. Pada penelitian ini, uji reliabilitas alat ukur yang digunakan adalah dengan menggunakan *Cronbach Alpha* aplikasi SPSS (*Statistic Product and Service Solution*). Pengujian ini berguna untuk mengetahui apakah pengukuran yang dibuat reliabel atau tidaknya butir-butir pertanyaan. Pengujian reliabilitas dengan menggunakan formula *Cronbach*

---

<sup>13</sup> Riduwan, *Op. Cit.*, hal. 97.

$Alpha > 0,60$ . Reliabilitas data diukur dengan menggunakan rhitung dengan  $r_{tabel}$ , jika:

- 1)  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , data reliabel
- 2)  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , data tidak reliabel

### G. Uji Asumsi Klasik

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

#### 1. 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 di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antara sesama variabel independen sama dengan nol.<sup>14</sup> Uji multikolinieritas menunjukkan variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

Multikolinieritas terjadi apabila terdapat hubungan linier antara variabel independen yang dilibatkan dalam model. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas adalah dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas.

Multikolinieritas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai

---

<sup>14</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2002, hal. 105.

*cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance*  $< 0.10$  atau sama dengan nilai *VIF*  $> 10$  sehingga data yang tidak terkena multikolinearitas nilai toleransinya harus kurang dari 0.10 atau nilai *VIF* lebih dari 10.<sup>15</sup>

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Artinya, setiap observasi mempunyai reliabilitas yang berbeda akibat perubahan dalam kondisi yang melatarbelakangi tidak terangkum dalam spesifikasi model.<sup>16</sup> Untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas dalam suatu model regresi adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Adapun dasar pengambilan keputusannya dilakukan dengan kriteria uji sebagai berikut:<sup>17</sup>

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

## 3. Uji Autokorelasi

Merupakan salah satu asumsi dari model regresi linear klasik. Autokorelasi itu sendiri dapat didefinisikan sebagai korelasi antara anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu atau *time series* atau ruang (seperti dalam data lintas sektoral atau *cross section*). Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya) pada persamaan regresi linear. Jika ada korelasi, maka dikatakan ada problem autokorelasi.<sup>18</sup> Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi pada model regresi adalah dengan uji *Run-test*.

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, hal. 106.

<sup>16</sup> Sidik Priadana dan Saludin Muis, *Op. Cit.*, hal. 193.

<sup>17</sup> Imam Ghozali, *Op. Cit.*, hal. 139.

<sup>18</sup> Imam Ghozali, *Op. Cit.*, hal. 110.

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah jika Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05:<sup>19</sup>

#### 4. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas, keduanya mempunyai distribusi data normal atau tidak.<sup>20</sup> Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan grafik normal *Probability Plot*. Persyaratan normalitas terpenuhi jika nilai-nilai sebaran data terletak di sekitar garis lurus. Bila tersebar secara normal, maka sampel mewakili populasi. Uji normalitas bisa dilihat dengan penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik normal plot. Adapun dasar keputusannya berdasarkan kriteria uji sebagai berikut:<sup>21</sup>

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### H. Uji Statistik

#### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ) 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.<sup>22</sup>

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

---

<sup>19</sup> <http://www.portal-statistik.com/2014/05/mendeteksi-autokorelasi-dengan-run-test.html>. diunduh pada tanggal 28-2-2016.

<sup>20</sup> *Ibid.*, hal. 160.

<sup>21</sup> *Ibid.*, hal. 163.

<sup>22</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik dengan data SPSS*, Mediakom, Yogyakarta, 2010, hal. 61.

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

Dimana:

X1 : Desain Produk

X2 : Kualitas Produk

X3 : Harga

Y : Keputusan Pembelian

a : Konstanta

b1 : Koefisien regresi antara desain produk terhadap keputusan pembelian pada batik Tjokro Bakaran Juwana Pati

b2 : koefisien regresi antara Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada batik Tjokro Bakaran Juwana Pati

b3 : koefisien regresi antara harga terhadap keputusan pembelian pada batik Tjokro Bakaran Juwana Pati

e : Standar eror.<sup>23</sup>

## 2. Uji t

Digunakan untuk melihat sejauh mana pengaruh variabel independen (X1, X2, X3) terhadap variabel dependen (Y) atau untuk menguji koefisien secara parsial. Selain itu, uji t bertujuan untuk mengetahui apakah koefisien regresi signifikan atau tidak.

Hipotesis:

- 1) Ho :  $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$ , artinya secara signifikan variabel desain produk (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).
- 2) Ha :  $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_i = 0$ , artinya secara signifikan variabel desain produk (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3), berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

Pegujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai T hitung dengan nilai T tabel, dengan ketentuan sebagai berikut.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup>Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik*, Edisi 2, Bumi Aksara, Jakarta, 2003, hal. 296.

- 1) Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Yang artinya variabel desain produk (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).
- 2) Bila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka, variabel desain produk (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

### 3. Uji f

Digunakan untuk variabel independen bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan, atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen atau tidak.

Hipotesis:

- 1)  $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$ , artinya secara signifikan variabel desain produk (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).
- 2)  $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_i = 0$ , artinya secara signifikan variabel desain produk (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>25</sup>

- 1) Bila  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Yang artinya variabel desain produk (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).
- 2) Bila  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka variabel desain produk (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) tidak berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y).

---

<sup>24</sup> Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hal. 69.

<sup>25</sup> *Ibid.*, hal. 67.

#### 4. 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 presentase 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 variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen.<sup>26</sup>



---

<sup>26</sup> *Ibid.*, hal. 66.