

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode kuantitatif berdasarkan hubungan digunakan dalam penyelidikan ini. Metodologi penelitian positivis digunakan dalam penelitian kuantitatif saat meneliti populasi atau sampel tertentu. Instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan data melalui pengambilan sampel acak, dan hipotesis diuji melalui analisis kuantitatif dan statistik (Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, 2019).

Pendekatan asosiatif digunakan dalam penelitian untuk mengkaji keterkaitan antara dua variabel. Studi semacam itu membutuhkan penggunaan setidaknya dua variabel independen. Menurut Sugiyono (Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, 2019). Tujuan penelitian asosiatif adalah untuk mengetahui komponen mana yang memiliki korelasi paling kuat satu sama lain. Hasil penelitian ini dapat menginformasikan prediksi, teori pengendalian, dan penjelasan fenomena yang diamati.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Para peneliti dalam penelitian ini menganalisis data primer untuk mengetahui dampak kualitas promosi, kualitas produk, dan harga terhadap pilihan pembelian. Data yang belum dikompilasi dari sumber lain dikenal sebagai data primer. Dalam penelitian ini, data primer dikumpulkan dari mereka yang mengambil bagian. Konsumen susu UHT Ultramilk adalah yang disurvei. Penelitian akan berlangsung dari paruh pertama hingga paruh kedua tahun 2025.

3.3 Operasional Variabel Penelitian

Segala sesuatu yang dapat ditetapkan untuk tujuan studi oleh peneliti dan digunakan untuk mengumpulkan data untuk menarik kesimpulan dianggap sebagai variabel penelitian (Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, 2019). Untuk menetapkan jenis, indikator, dan besaran variabel yang terkait dengan penelitian, maka perlu dilakukan operasionalisasi. Variabel dependen dan variabel

independen adalah dua jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Masing-masing variabel memiliki definisi operasional sebagai berikut:

3.3.Variabel Terikat

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas; itu adalah produk akhir dari proses. Pilihan untuk membeli adalah variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

Keputusan Pembelian pada konsumen adalah variabel dependen (Y) dari penelitian ini. Salah satu langkah yang mengarah pada perilaku pasca pembelian adalah keputusan pembelian. Pada tahap ini dalam proses pembelian, pelanggan telah mempertimbangkan dan menimbang sejumlah pilihan, dan mereka telah memutuskan untuk melanjutkan pembelian berdasarkan salah satu pilihan tersebut. Perilaku konsumen mencakup kajian tentang bagaimana orang dan organisasi mencari, menemukan, mengevaluasi, dan pada akhirnya berpisah dengan harta benda, konsep-konsep non-materi, dan pengalaman yang tidak berwujud untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka (Haque, 2020).

Skala Likert digunakan untuk menilai variabel penelitian dalam penelitian ini. Variabel penelitian berupa fenomena sosial yang digambarkan oleh peneliti diukur dengan menggunakan skala Likert untuk menangkap pikiran, perasaan, dan perspektif orang tentang topik tersebut. Ketika peringkat diurutkan dari yang paling penting hingga yang paling tidak penting, atau sebaliknya, skala yang dihasilkan disebut skala ordinal (Satiman & Suparmin, 2021). Skala Likert dengan lima alternatif jawaban digunakan untuk menentukan indikator kepatuhan pajak, yaitu

- 1 = sangat tidak setuju,
- 2 = tidak setuju,
- 3 = ragu-ragu,
- 4 = setuju,
- 5 = sangat setuju.

3.3.2 Variabel Bebas

Variabel stimulus, prediktor, atau anteseden adalah istilah-istilah yang menggambarkan variabel ini. Variabel bebas adalah istilah yang sering digunakan dalam bahasa Indonesia. Setiap variabel bebas memiliki potensi untuk mempengaruhi, memodifikasi, atau bahkan menciptakan variabel terikat (Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, 2019). Dalam analisis ini, Peneliti menemukan tiga variabel bebas, yaitu Kualitas Promosi, Kualitas Produk, dan Harga.

Tabel 3. 1 Indikator Pengukuran Variabel Penelitian

No	Nama Variabel	Jenis Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	Keputusan Pembelian (Kotler & Keller, 2016)	Variabel Terikat	Pilihan Produk Pilihan Merek Pilihan Penyalur Jumlah Pembelian Waktu Pembelian	Likert
2	Kualitas Promosi (Kojongian, Tumbel, & Walangitan, 2022)	Variabel Bebas	Periklanan Penjualan Personal Promosi Penjualan Hubungan Masyarakat	Likert
3	Kualitas Produk (Bago, Sutardjo, & Anggraini, 2022)	Variabel Bebas	Kinerja Fitur Ketahanan Keandalan Estetika	Likert
4	Harga (Mulyana, 2021)	Variabel Bebas	Keterjangkauan Harga Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk Daya Saing Harga Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	Likert

Sumber : Jurnal Penelitian terdahulu

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi Penelitian

Populasi penelitian didefinisikan sebagai sekumpulan barang atau orang yang memiliki kesamaan ciri-ciri yang telah diidentifikasi oleh para peneliti sebagai sesuatu yang penting untuk menarik kesimpulan dari penelitian (Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat yang berdomisi atau bertempat tinggal di bekasi.

3.4.2 Sampel Penelitian

Peneliti dapat mengidentifikasi sebagian dari populasi ini untuk diteliti dengan menarik sampel darinya. Sampel adalah bagian yang representatif dari populasi yang lebih besar, sampel memiliki banyak sifat yang sama dengan keseluruhannya (Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, 2019). Pelanggan yang membeli produk susu Ultra UHT menjadi sampel penelitian ini. Jumlah indikator dikalikan 5-10 untuk memperkirakan ukuran sampel ketika ukuran populasi tidak diketahui. Jumlah total indikator adalah 18, dihitung sebagai (18×10) . Penelitian ini menggunakan metode *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu:

1. Konsumen yang berdomisi di Bekasi
2. Konsumen yang berusia 18 – 35 tahun
3. Konsumen yang membeli produk Susu Ultramilk UHT di Retail XYZ

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data (Maxuel & Primastiwi, 2021). Peneliti mengumpulkan data primer dari orang-orang yang membeli Produk Susu Ultra UHT untuk investigasi ini. Data primer datang langsung dari sumbernya dan memberikan informasi kepada orang yang melakukan pengumpulan data. Berikut adalah pendekatan yang dipakai untuk mendapat data untuk penelitian ini:

1. Studi Pustaka

Studi pustaka melibatkan pengumpulan dan analisis teori-teori terkait dari berbagai sumber, termasuk buku, jurnal, dan sumber *online*.

2. Angket atau Kuisisioner

Pengumpulan data primer berupa kuisisioner yang meliputi berbagai instrument secara langsung kepada konsumen yang melakukan pembelian produk susu Ultramilk. Pengumpulan data dilakukan dengan pengisian google Form yang akan dibagikan kepada para konsumen setelah dilakukan pembelian produk yang diteliti. Google form disimpan kedalam email pribadi dan disimpan sebagai bukti pengumpulan data penelitian

3. Studi Dokumenter

Pengumpulan data langsung kepada konsumen yang memenuhi syarat kriteria sampel penelitian. Pada saat responden melakukan pengisian kuisisioner, dokumentasi akan dilakukan dengan foto langsung saat penyebaran kuisisioner dilakukan dan bukti penyebaran google form akan disimpan sebagai bukti penyebaran kuisisioner kepada para konsumen.

3.6 Teknik Analisis Data

Komputasi statistik digunakan sebagai metode analisis data dalam investigasi ini. Untuk melakukan pengujian, langkah-langkah analisis data berikut ini akan dilakukan: (Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, 2019)

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah langkah pertama dalam menganalisis data penelitian. Nilai maksimum, minimum, dan *average* dari setiap variabel penelitian dijelaskan dengan menggunakan analisis deskriptif. Metode kuantitatif seperti standar deviasi digunakan untuk mengkarakterisasi variabel-variabel penelitian (Zaikin, Pagalung, & Rasyid, 2023).

3.6.2 Uji Kualitas Data

Keandalan temuan penelitian berbanding lurus dengan keakuratan alat ukur yang digunakan. Alat ukur apa pun yang dapat mengukur kuantitas target dengan andal dianggap sebagai instrumen. Untuk mengukur kualitas data, ada dua gagasan yang digunakan. Dalam penelitian ini, uji validitas dan reliabilitas

digunakan untuk menilai kualitas data.

3.6.2.1 Uji Validitas

Kuesioner penelitian dievaluasi keabsahannya melalui pengujian validitas. (Ghozali, 2018) menyatakan bahwa agar suatu kuesioner menjadi sah, maka pertanyaan pada kuesioner harus dapat menyatakan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Instrumen yang benar adalah instrumen yang menggunakan alat ukur yang sah untuk mengumpulkan data. Sebuah kuesioner dianggap valid jika dan hanya jika kuesioner tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel yang dinyatakan dalam instruksinya. Tingkat dimana suatu instrumen memiliki kevalidan yang tinggi ditunjukkan oleh tingkat validitasnya. Menurut Sugiyono (2018), Validitas kuesioner diuji menggunakan korelasi product moment Pearson untuk memastikan setiap pertanyaan valid dan dapat diandalkan. Uji validitas penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 5% dan nilai r tabel dengan derajat bebas ($df = n-2$). Berikut adalah alasan yang mendasari keputusan ini:

1. apabila $r \text{ tabel} > r \text{ hitung}$ maka dapat dinyatakan tidak valid, dan
2. apabila $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka dapat dinyatakan valid.

3.6.2.2 Uji Reabilitas

Melakukan uji reliabilitas merupakan langkah logis selanjutnya setelah melakukan validasi instrumen penelitian, yang dalam hal ini adalah kuesioner. Dengan mengulangi pengukuran yang sama terhadap fenomena yang sama dengan alat pengukur yang sama, maka uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui seberapa konsisten hasil temuan (Siregar, 2014). Dengan menggunakan SPSS versi 25, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menjalani uji reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Untuk survei ini, nilai reliabilitas sebesar 0,6 dianggap memadai. Dengan demikian, suatu kuesioner dianggap dapat dipercaya dan layak digunakan untuk tujuan pengukuran data jika koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6 (Ghozali, 2019).

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, hipotesis diuji dengan menggunakan model regresi utama terlebih dahulu, diikuti dengan pengujian asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik merupakan tulang punggung analisis regresi. Mencegah heteroskedastisitas dan multikolinearitas adalah tujuannya. Asumsi tradisional regresi terpenuhi jika keduanya lolos uji. Penelitian ini melakukan sejumlah uji asumsi konvensional, termasuk:

3.6.3.1 Uji Normalitas

Data dapat memeriksa apakah data tersebut mengikuti distribusi normal dengan menggunakan uji normalitas. Tidak terlalu penting untuk menggunakan uji-t untuk mengevaluasi koefisien regresi jika residual model tidak mengikuti distribusi normal. Ada berbagai teknik untuk melakukan uji normalitas, termasuk histogram residual, Kolmogorov-Smirnov, skewness kurtosis, dan uji Jarque-Bera. Uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat digunakan untuk memeriksa normalitas nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 mengindikasikan bahwa residual mengikuti distribusi normal. Di mana uji *Kolmogorov-Smirnov* berperan adalah:

1. Nilai probabilitas K-S $> 0,05$, maka data terdistribusi secara normal.
2. Nilai probabilitas K-S $< 0,05$, maka data terdistribusi secara tidak normal

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Tujuan dari pengujian multikolinearitas adalah untuk mengidentifikasi variabel bebas atau variabel independen yang terdeteksi oleh model regresi berkorelasi (Ghozali, 2019). Banyaknya variabel dalam sampel dan tidak adanya hubungan linear antara variabel independen dan dependen merupakan akibat dari adanya multikolinieritas. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) harus kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* harus lebih dari 0,10.

3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Untuk menentukan apakah residual dari model memiliki varians yang konstan, digunakan uji heteroskedastisitas. Menjalankan model melalui uji heteroskedastisitas sangat penting. Uji-t dan uji-F memberikan temuan yang keliru ketika ada heteroskedastisitas. Uji Glesjer adalah metode alternatif untuk

memeriksa apakah suatu model bersifat heteroskedastis. Berikut ini adalah hasil dari uji Glesjer:

1. Nilai probabilitas dari setiap variabel $< 0,05$ maka terdapat heterokedastisitas.
2. Nilai probabilitas dari setiap variabel $> 0,05$ maka tidak terdapat heterokedastisitas.

3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda

3.6.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel terikat dan bebas akan diuji dengan memakai analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini. Tujuan dari analisis regresi linier berganda adalah untuk meramalkan nilai variabel dependen dengan menggunakan variabel independen yang telah diketahui (Ghozali, 2019). Untuk menguji hipotesis, digunakan model regresi berikut ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

α = Konstanta

β_1 - β_3 = Koefisien regresi

X1 = Kualitas Promosi

X2 = Kualitas Produk

X3 = Harga

e = Error

3.6.4.2 Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, para ahli statistik menggunakan koefisien determinasi (Ghozali, 2019). Nilai R yang rendah berarti bahwa variabel independen hanya dapat menjelaskan sebagian varians dalam variabel dependen. Jika mendekati 1, ini menunjukkan bahwa kita dapat mengantisipasi fluktuasi variabel dependen hampir seluruhnya dari faktor independen. Dengan menggunakan koefisien determinasi (KD) dalam hubungannya dengan rumus berikut, kita dapat mengetahui sejauh mana faktor-

faktor independen mempengaruhi variabel dependen, baik secara sendiri-sendiri maupun secara kombinasi:

$$\text{Koefisien Determinasi} = r^2 \times 100\%$$

Ket:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

3.6.4.3 Uji Simultan (Uji F)

Singkatnya, F-statistik mengungkapkan apakah variabel dependen dipengaruhi oleh seluruh variabel independen atau variabel bebas dalam model atau tidak (Ghozali, 2019). Dengan menerapkan faktor-faktor pengambilan keputusan ini, dapat menguji hipotesis ini:

A) $H_0: \beta_1 = 0 \rightarrow$ Variabel independen X_1 tidak berpengaruh signifikan terhadap Y

B) $H_1: \beta_1 \neq 0 \rightarrow$ Variabel independen X_1 berpengaruh signifikan terhadap Y.

3.6.4.4 Uji Parsial (Uji t)

Untuk menunjukkan kontribusi relatif dari setiap variabel independen terhadap varians total dalam variabel dependen, uji-t digunakan (Ghozali, 2019). Ketika mencari korelasi dalam regresi parsial, uji-t adalah pilihan terbaik. Dengan menganalisis data dalam uji-t, kita dapat melihat seberapa besar kontribusi masing-masing variabel penjelas dalam menjelaskan varians variabel dependen. Berikut adalah kriteria keputusan yang digunakan untuk menguji hipotesis ini:

a. Pengaruh X_1 (Kualitas Promosi) Terhadap Y (Keputusan Pembelian)

$H_0: \beta_1 = 0$, maka hipotesis diterima (signifikan). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan parsial yang signifikan secara statistik antara variabel Kualitas Promosi dan Keputusan Pembelian, atau

$H_a: \beta_1 \neq 0$, maka hipotesis ditolak (tidak signifikan). Hal ini menunjukkan bahwa hanya ada hubungan yang terbatas antara variabel Kualitas Promosi dan Keputusan Pembelian.

b. Pengaruh X_2 (Kualitas Produk) Terhadap Y (Keputusan Pembelian)

$H_0: \beta_2 = 0$, maka hipotesis diterima (signifikan). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang substansial antara variabel Kualitas Produk dan variabel Keputusan Pembelian, baik sebagian maupun seluruhnya.

$H_a: \beta_2 \neq 0$, maka hipotesis ditolak (tidak signifikan). Dari sini dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk hanya sedikit mempengaruhi Keputusan Pembelian.

c. Pengaruh X_3 (Harga) Terhadap Y (Keputusan Pembelian)

$H_0: \beta_3 = 0$, maka hipotesis diterima (signifikan). Melihat hubungan ini, dapat dikatakan bahwa Harga secara signifikan mempengaruhi Keputusan Pembelian.

$H_a: \beta_3 \neq 0$, maka hipotesis ditolak (tidak signifikan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh secara parsial namun tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

