

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Adapun tujuan pada jenis penelitian ini yaitu agar bisa menguji hipotesis penelitian dan memperoleh serta mengetahui hasil terkait pengaruh pada setiap variabel yang digunakan dalam penelitian dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian jenis kuantitatif ini lebih menekankan pengujian teori yang bisa dilakukan dengan cara mengukur data dengan proses statistik pada semua variabel penelitian.

Dengan begitu, bisa disimpulkan bahwa penelitian dengan pendekatan kuantitatif ini pasti akan ada proses untuk melakukan pengumpulan data numerik untuk menjelaskan fenomena yang akan dilakukan oleh peneliti (Darmawan, 2016). Penelitian jenis ini bertujuan agar bisa melihat dunia sosial masyarakat yang dijadikan menjadi komponen yang empiris. Komponen-komponen itulah yang disebut sebagai variabel.

3.2 Objek Penelitian

Penelitian ini memiliki objek penelitian berdasarkan tujuan penelitian yang sudah ditetapkan. Terdapat beberapa variabel diantaranya yaitu Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) sebagai variabel bebas atau independen pada penelitian ini. Lalu, Keputusan Pembelian (Y) dijadikan variabel terikat atau dependen. Objek penelitian ini yakni berupa minat keputusan pembelian pelanggan pada produk Mixue. Sedangkan pelanggan yang sudah membeli produk Mixue dijadikan subyek. Mixue dipilih oleh penulis dalam penelitian ini karena produk Mixue memiliki peminat yang cukup banyak sehingga membuat produk Mixue berkembang cukup pesat di Indonesia. Dengan begitu, penulis tertarik mengenai variabel apa yang sebenarnya bisa mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk Mixue.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sugiyono (2017), mengungkapkan bahwa populasi adalah hal yang dapat terdiri dari subjek maupun objek berkualitas, memiliki sifat serta ciri. Hal tersebut pada akhirnya bisa dipelajari dan bisa menghasilkan sebuah kesimpulan. Di dalam penelitian ini, Penulis menetapkan populasi yaitu seluruh masyarakat, baik yang berusia muda maupun dewasa yang pernah membeli produk Mixue yang ada di Tangerang Selatan yang tidak diketahui populasinya.

3.3.2 Sampel

Pendapat Sugiyono (2017), mengenai sampel yaitu sebagian kecil jumlah yang terdapat pada sebuah populasi dengan karakteristik tertentu. Dengan begitu, sampel yang dipilih dari sebuah populasi harus benar-benar diseleksi secara representatif agar bisa dijadikan perwakilan pada suatu populasi. Teknik *non probability* digunakan Penulis pada penelitian ini agar bisa menentukan besarnya sampel yang akan digunakan. Pengambilan sampel non probability tersebut yaitu pengambilan probabilitas elemen populasi yang dipilih tidak diketahui besarnya.

Dalam menentukan besarnya ukuran dalam sampel, di penelitian ini Penulis menggunakan *purposive sampling*. Teknik tersebut bertujuan untuk bisa menentukan jumlah sampel berdasarkan beberapa kriteria yang telah ditentukan. Adapun kriteria responden yang digunakan pada penelitian yang dilakukan oleh Penulis yaitu orang yang membeli produk Mixue yang ada di Tangerang Selatan, berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan, serta memiliki usia 15 tahun sampai 45 tahun.

Hair, et al (2018), menjelaskan sampel bisa dihitung dengan rasio perhitungan 10:1. Yakni jumlah indikator penelitian bisa dikali dengan 5-10. Oleh karena itu, perhitungan sampel pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Sampel = Jumlah Indikator x 5

$$= 30 \times 5$$

$$= 150$$

Dari rumus diatas bisa ditentukan bahwa jumlah responden atau sampel yang digunakan berjumlah 150 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penulis dalam penelitian ini mengumpulkan data primer yang Penulis peroleh dari hasil penyebaran kuesioner. Kuesioner tersebut berisi beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan hal yang Penulis teliti. Lalu, kuesioner tersebut disebarakan ke responden dengan cara online yaitu disebarakan melalui Whatsapp ataupun media sosial.

Pengertian mengenai data primer yaitu sebuah data yang bersumber atau dapat diperoleh dari responden secara langsung (Sugiyono, 2013). Skala Likert bisa digunakan untuk mengukur skor sehingga Penulis menggunakan Skala Likert tersebut. Adapun skor yang dapat digunakan pada skala Likert yaitu dari 1 sampai 5 yang dapat berarti sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Inilah skala jawaban yang bisa dipilih responden dari pertanyaan yang diberikan oleh Penulis.

Tabel 3.1 Skala Kategori Jawaban

JAWABAN	SKALA NILAI
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

3.5 Definisi Operasional

Penelitian ini terdiri dari 3 variabel diantaranya dua variabel independen yaitu Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) serta satu variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Untuk membenarkan dan menghindarkan kekeliruan terhadap suatu hal operasional dari masing-masing variabel maka penulis

menuliskan definisi operasional untuk setiap variabel. pengukuran variabel yakni dengan menggunakan konsep indikator. Dengan begitu, setiap variabel yang diteliti penulis mempunyai konsep indikator nya secara operasional. Adapun indikator berdasarkan definisi operasional tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
Kualitas Produk (X ₁)	1. Pelayanan Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk memiliki porsi sesuai dengan standar. 2. Produk memiliki rasa yang enak. 3. Pembelian produk tidak membutuhkan waktu pelayanan yang lama.
	2. Estetika Produk	<ol style="list-style-type: none"> 4. Penampilan produk unik dan menarik. 5. Warna produk yang menarik. 6. Tekstur produk yang baik.

Variabel	Dimensi	Indikator
	3. Fitur Produk	7. Produk memiliki desain media yang menarik. 8. Produk memiliki kemasan yang bervariasi. 9. Produk memiliki bentuk yang unik dan menarik.
	4. Fungsi Produk	10. Produk memiliki kesesuaian dengan manfaat yang dirasakan. 11. Produk memiliki karakteristik yang unik dan menarik. 12. Produk memiliki kesesuaian produk yang ditawarkan.

Variabel	Dimensi	Indikator
Harga (X ₂)	5. Daftar Harga	<p>13. Harga produk memiliki keterjangkauan harga.</p> <p>14. Kesesuaian harga produk dengan kualitas produk.</p> <p>15. Manfaat produk sesuai dengan harga yang diberikan.</p>
	6. Diskon	<p>16. Harga pada produk terdapat diskon yang menarik.</p> <p>17. Harga pada produk terdapat potongan harga.</p> <p>18. Terdapat beberapa jenis diskon yang ditawarkan.</p>
	7. Pembayaran	<p>19. Pembayaran produk bisa dilakukan secara tunai.</p> <p>20. Pembayaran produk bisa dilakukan secara debit.</p> <p>21. Pembayaran produk bisa menggunakan dompet digital.</p>

Variabel	Dimensi	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	8. Pencarian Informasi	<p>22. Keputusan Pembelian dilakukan karena pengaruh sosial media.</p> <p>23. Keputusan pembelian dilakukan karena sudah mengenali produk.</p> <p>24. Keputusan pembelian dilakukan karena hasil rekomendasi orang lain.</p>
	9. Evaluasi Alternatif	<p>25. Melakukan pembelian produk karena adanya kemudahan pembayaran.</p> <p>26. Melakukan pembelian produk karena waktu pembelian yang cepat.</p> <p>27. Melakukan pembelian produk karena tersedia di banyak tempat.</p>
	10. Keputusan Pembelian	<p>28. Melakukan pembelian karena produk memiliki banyak varian.</p> <p>29. Melakukan pembelian karena produk berkualitas baik.</p>

		30. Melakukan pembelian karena ketersediaan produk.
--	--	---

(Sumber: Berdasarkan Beberapa Penelitian Terdahulu)

3.6 Uji Validitas Reliabilitas

3.6.1 Uji Validitas

Pengujian validitas sangat penting untuk dilakukan agar peneliti bisa mengetahui apakah data yang telah diambil dapat dikatakan valid atau tidak valid. Hal itu bisa dianalisis dengan melihat apakah terdapat kesamaan pada data yang diperoleh dengan data pada objek penelitian yang sesungguhnya. Bisa dikatakan valid jika item pertanyaan sesuai sehingga bisa mengukur hal yang harus diukur. Adapun cara agar bisa menentukan bahwa instrumen tersebut bisa dikatakan valid atau tidak yaitu dengan melihat r hitung $>$ r tabel. Jika hal itu terjadi maka item tersebut dapat dikatakan valid. Jika sebaliknya maka item tersebut tidak valid. Tujuan dari pengujian ini yaitu untuk mengetahui kelayakan item-item dari pernyataan pada suatu angket atau kuesioner.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas memiliki tujuan pengujian agar indeks suatu variabel dalam suatu kuesione dapat diukur. Dapat dikatakan kredibel jika item pertanyaan diberikan tanggapan yang stabil dari setiap pengujian satu ke pengujian berikutnya oleh para responden. Pengujian ini berfokus pada konsistensi sehingga berbeda dengan pengujian validitas yang lebih berfokus pada ketepatan (Ghozali, 2018). Penulis dalam pengujian reliabilitas menggunakan nilai pada *Cronbach's Alpha*. Apabila *Cronbach's Alpha* $<$ 0,7 maka reliabilitas rendah, tetapi jika nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,07 maka reliabilitas tinggi.

3.7 Teknik Analisis Data

Penulis melakukan teknik analisis data kuantitatif dengan menggunakan *software* SPSS untuk mengelola data yang sudah dikumpulkan sebelumnya oleh Penulis. *Software* SPSS ini dapat membantu peneliti untuk dapat melakukan

pengelolaan, perhitungan, dan juga analisis yang bersifat statistik. Di bawah ini adalah pengertian dari masing-masing pengujian yang dilakukan Penulis.

3.7.1 Uji Asumsi Klasik

Pada uji ini dilakukan suatu analisis sehingga bisa melihat bahwa model regresi dapat dijadikan perwakilan pada kenyataan yang ada. Pengujian ini umumnya bisa dilakukan dengan bantuan software IBM SPSS. Menurut Ghozali (2018), terdapat beberapa pengujian dalam uji asumsi klasik ini yaitu pengujian normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

3.7.1.1 Uji Normalitas

Setelah data telah didapatkan oleh penulis untuk sebuah penelitian, selanjutnya data yang telah dikumpulkan tersebut akan dilakukan pengujian secara validitas dan reliabilitas. Setelah dilakukan pengujian tersebut maka tahapan berikutnya yaitu melakukan pengujian normalitas data. Tahapan pengujian normalitas data ini perlu untuk dilakukan agar data yang dimiliki peneliti dapat dilakukan sebuah pengujian statistik parametrik yang salah satu syaratnya data harus normal (Sugiyono, 2017).

Pengujian ini memiliki tujuan untuk menguji kenormalan suatu data penelitian. Pengujian ini juga bertujuan agar bisa mengetahui berkontribusi normal atau tidak pada sebuah model regresi variabel dependen, independen, ataupun keduanya. Hal tersebut bisa dilihat dengan melakukan pengujian pada uji Kolmogorov-smirnov. Jika data setiap variabel mempunyai tingkat signifikan $> 0,050$ maka data tersebut terbilang normal. Tetapi data bisa terbilang tidak normal apabila tingkat signifikan $< 0,050$.

3.7.1.2 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2018), untuk mengetahui korelasi pada variabel bebas (independen) didalam suatu model regresi maka perlu dilakukan uji multikolinieritas. Model regresi bisa dikatakan baik apabila adanya korelasi pada variabel bebas (independen) nya. Dengan begitu, sifat variabel tidak orthogonal yaitu antar sesama variabel independen nilai korelasinya sama dengan nol. Penilaian dalam pengujian ini bisa dilihat dari besarnya nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Adapun dasar pada pengujian ini yaitu :

1. Apabila $VIF < 10$ atau nilai Tolerance $> 0,01$ maka tidak terjadi multikolinieritas.
2. Apabila $VIF > 10$ atau nilai Tolerance $< 0,01$ maka terjadi multikolinieritas.

3.7.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Untuk bisa melihat terdapat varian yang tidak sama antara residual pengamatan satu ke yang lain maka perlu dilakukan pengujian ini. bisa dikatakan baik ketika tidak ada suatu gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Hal tersebut perlu dilakukan karena data harus menghimpun dan berbagai jenis ukuran dapat terwakili (Ghozali, 2018). Uji heteroskedastisitas bisa diamati pada scatter plot. Apabila titik-titik pada scatterplot memiliki bentuk yang acak dan berada pada posisi diatas ataupun dibawah angka nol pada sumbu Y maka hal tersebut mengindikasikan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

3.8 Pengujian Hipotesis

3.8.1 Uji T (Parsial)

Uji t digunakan agar bisa memperoleh informasi mengenai sejauh apa hubungan antar variabel. Pengujian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel tersebut saling berpengaruh atau tidak saling berpengaruh satu sama lain. Oleh karena itu, untuk menguji signifikansi hubungan antar variabel harus menggunakan Uji t ini. Uji t ini didasarkan pada ketentuan berikut:

1. Bisa dikatakan terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y apabila nilai $sig < 0,05$.
2. Bisa dikatakan tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y apabila nilai $sig > 0,05$.

3.8.2 Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan) ini merupakan pengujian untuk melihat adanya pengaruh simultan diantara variabel independen dengan variabel dependen. Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) di analisis pada penelitian ini agar bisa mengetahui pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara simultan. Adapun dasar pengambilan Uji F ini yaitu :

1. Secara simultan terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y apabila nilai sig < 0,05.
2. Secara simultan tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y apabila nilai sig > 0,05.

