

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *Dona Home Industry Food and Snack* di Baturaja, jalan. Garuda, No.662, Jalan Lintas,SPk, Kec, Baturaja Timur, Kabupaten Ogan Komering Ulu, Sumatera Selatan. Adapun variabel yang di teliti meliputi kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk keripik singkong pedas.

3.2 Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2018). Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan cara observasi, wawancara, atau kuesioner. Data ini mencerminkan informasi yang relevan dan spesifik untuk tujuan penelitian. Data primer pada penelitian ini adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung melalui peneliti lapangan dengan menggunakan daftar pertanyaan, juga dikenal sebagai kuisisioner, yang diberikan secara langsung kepada responden yang dijadikan sampel sampel.

3.2.2. Data Sekunder

Data sekunder menurut (Sujarweni, 2022:74) adalah data dapat berasal dari catatan, buku, majalah, laporan keuangan, laporan pemerintah, artikel, buku teori, majalah, dan sumber lainnya. Sumber-sumber ini tidak perlu diolah lagi untuk memberikan data kepada peneliti. Data ini diperoleh secara tidak langsung dan

digunakan oleh peneliti untuk melengkapi data primer. Data sekunder berasal dari *Dona Home Industry* di Baturaja.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, metode pengumpulan data adalah kuesioner atau angket yang diberikan kepada responden, yang merupakan konsumen *Dona home industry food and snack* di Baturaja. Menurut (Sujarweni, 2022:74) teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan atau mendapatkan informasi kuantitatif dari responden untuk tujuan penelitian. Penelitian ini akan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden untuk mengumpulkan informasi tentang hal-hal yang mereka ketahui atau pribadi.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut (Sujarweni, 2022:65) populasi adalah total jumlah objek atau subyek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian dibuat kesimpulan. Adapun populasi dalam penelitian adalah konsumen yang mendatangi langsung Store *Dona home industry food and snack* di Baturaja yaitu sebanyak 114 responden.

3.4.2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018:131) sampel merupakan 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 diambil dari populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *probability sampling* yaitu *simple random sampling* dimana pengambilan sampel dan populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sujarweni, 2022:69).

Untuk menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan Rumus Slovin sebagai berikut :

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

Dimana:

n = Ukuran sampel

N = Populasi

e = Prosentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan

$$\begin{aligned} n &= \frac{114}{1 + (114 \times 0,05^2)} \\ &= 88 \text{ orang} \end{aligned}$$

Maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 88 responden

3.5 Metodologi Analisis

3.5.1. Analisis Kuantitatif

Menurut (Sekaran, U., & Bougie, 2016) analisis kuantitatif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan dan menginterpretasikan fenomena sosial dengan menggunakan data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan penelitian. Analisis kuantitatif terdiri dari sejumlah proses: pengumpulan data, pemrosesan data, analisis statistik, dan penarikan kesimpulan. Metode ini sering digunakan dalam penelitian psikologi, pemasaran, dan ilmu sosial untuk mengetahui bagaimana variabel berhubungan satu sama lain dan membuat prediksi berdasarkan data saat ini.

3.5.2. Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel adalah proses untuk menentukan nilai atau kategori dari suatu variabel dalam penelitian. Variabel sendiri adalah karakteristik atau atribut yang dapat diukur dan bervariasi, seperti pendapatan, tingkat kepuasan, atau perilaku konsumen. Menurut McDaniel dan Gates (2018), pengukuran variabel adalah proses menggambarkan atribut atau karakteristik yang dapat diobservasi dengan menggunakan skala yang terstandarisasi. Tujuan dari pengukuran ini adalah untuk memberikan data yang dapat dianalisis secara statistik guna menjawab pertanyaan penelitian. Agar data yang dikumpulkan akurat dan dapat diandalkan, pengukuran variabel mencakup beberapa langkah, seperti penentuan definisi operasional, pemilihan instrumen pengukuran, serta pengumpulan dan analisis data.

Menurut (Sugiono, 2016) skala likert adalah alat pengukuran yang digunakan dalam survei untuk mengevaluasi sikap, pendapat, atau perilaku responden terhadap

pernyataan tertentu. Skala ini memberikan pilihan jawaban yang mencakup tingkat setuju atau tidak setuju, biasanya dalam bentuk 5 atau 7 poin, sehingga memungkinkan analisis data kuantitatif. Dengan menggunakan skala Likert, peneliti dapat mengukur intensitas sikap secara lebih akurat, yang juga memberikan data yang lebih variatif untuk analisis statistik. Responden dapat menunjukkan seberapa kuat mereka setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan.

Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative, yang dapat berupa kata-kata untuk keperluan analisis kuantitatif, jawaban akan diberi skor sebagai berikut:

- a. SS : sangat setuju diberi skor : 5
- b. S : setuju diberi skor : 4
- c. N : netral diberi skor : 3
- d. TS : tidak setuju diberi skor : 2
- e. STS : sangat tidak setuju diberi skor : 1

3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.6.1. Uji Validitas

Menurut (Priyatno, 2016:143) uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu sistem dalam mengukur apa yang ingin diukur, item dikatakan valid jika adanya korelasi antar skor totalnya. Item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan menggunakan bentuk kuesioner dengan tujuan untuk mengungkapkan sesuatu. Hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang mencerminkan secara tepat fakta atau keadaan sesungguhnya dari apa yang diukur.

Dalam SPSS alat uji validitas yang banyak digunakan yaitu metode korelasi pearson dan metode *corrected item total correlation*. Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka angket tersebut valid
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka angket tersebut adalah tidak valid

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Priyatno, 2016:154) uji reliabel digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentang (seperti skala 1-5) adalah metode *Cronbach Alpha*.

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, item-item yang dimasukkan ke uji reliabilitas adalah semua item yang valid saja, jadi item yang tidak valid tidak diikutkan dalam analisis dan juga skor total tidak dimasukkan. Metode pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas menggunakan batasan 0,6 menurut Sekaran dalam (Priyatno, 2016:158) Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

3.7 Transformasi Data

Data dari jawaban responden adalah bersifat ordinal, syarat untuk menggunakan analisis regresi adalah paling minimal skala dari data tersebut harus dinaikkan menjadi skala interval, melalui *methode of successive interval* (MSI). Skala interval menentukan perbedaan, urutan dan kesamaan besaran perbedaan

dalam variable, karena itu skala interval lebih kuat dibandingkan skala nominal dan ordinal.

Transformasi data dari skala ordinal dan skala interval dilakukan dengan Langkah sebagai berikut:

- a. Perhatikan item pertanyaan dalam kuesioner
- b. Untuk setiap item tersebut, tentukan beberapa orang responden yang mendapatkan skor 1,2,3,4,5 yang disebut dengan frekuensi.
- c. Setiap frekuensi dibagi dengan banyaknya responden yang disebut dengan proporsi
- d. Hitung proporsi kumulatif (p_k)
- e. Gunakan tabel normal, hitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif
- f. Nilai densitas normal (f_d) yang sesuai dengan nilai Z yang diperoleh
- g. Tentukan nilai interval (*skala value*) untuk setiap skor jawaban sebagai berikut:

$$\text{Nilai interval} = \frac{(\text{Density at lower limit}) - (\text{Density at upper limit})}{(\text{Area at lower limit}) - (\text{Area at upper limit})}$$

Dimana:

- *Area under upper limit* : kepadatan batas bawah
- *Density at upper limit* : kepadatan batas atas
- *Density at lower limit* : daerah di bawah batas atas
- *Area under lower limit* : daerah di bawah batas bawah

- h. Sesuai dengan nilai skala ordinal ke interval, yaitu *skala value(sv)* yang nilainya terkecil (harga negative yang terbesar) diubah menjadi sama dengan satu (1).

3.8 Uji Asumsi Klasik

Analisis regresi yang tidak berbasis OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik seperti regresi logistic atau regresi ordinal. Untuk memastikan apakah data yang digunakan memenuhi persyaratan model regresi, peneliti melakukan pengujian asumsi klasik untuk mendapatkan hasil analisis regresi berganda yang akurat. Uji asumsi klasik, menurut Ghozali (2018) dalam (Hidayatullah dkk., 2019:101), termasuk uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Penelitian ini, tidak menggunakan uji autokorelasi karena dalam penelitian ini tidak menggunakan data time series (runtun waktu).

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas, Menurut (Syafriada, 2021:69) uji normalitas adalah menentukan apakah distribusi variabel independen dan dependen normal. Untuk model regresi yang efektif, analisis grafik dan uji statistik harus dilakukan, sesuai dengan persyaratan berikut:

- a. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$, hipotesis diterima karena data terdistribusi normal.
- b. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$, hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi normal.

3.8.2 Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas ini adalah untuk mengetahui apakah persamaan regresi menunjukkan bahwa ada korelasi di antara variabel bebas. Menurut Ghozali (2018) dalam (Hidayatullah dkk., 2019:101), model regresi yang baik tidak akan menemukan korelasi di antara variabel bebas.

Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas yakni:

- a. Jika nilai toleransi $> 0,10$ berarti tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji. Sebaliknya, jika nilai toleransi $< 0,10$ maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji
- b. Jika nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*) < 10.00 berarti tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji. Sebaliknya jika VIF > 10.00 artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji Duli, (2019).

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Hidayatullah dkk., 2019:102) uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi dengan varians dan residual satu ke pengamatan lainnya tidak sama. Regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas disebut regresi yang baik. Untuk menentukan heteroskedastisitas, perhatikan hal-hal berikut:

- a. Apabila $\text{sig} < 0.05$ maka terdapat masalah heteroskedastisitas, dimana variabel bebas dapat dinyatakan mengalami heteroskedastisitas.

- b. Apabila $\text{sig} > 0.05$ maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, dimana variabel bebas dapat dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas

3.9 Analisis Linier Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2017:275) dalam (Sari, 2021:33) analisis regresi linier berganda digunakan oleh para peneliti untuk meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen naik turun (kriterium), atau jika ada dua atau lebih variabel independen yang berfungsi sebagai faktor prediktor untuk meningkatkan atau mengubah nilainya. Jika jumlah variabel independen minimal 2, analisis regresi berganda akan dilakukan.

Secara umum, persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi dengan variable X_1, X_2

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

e = kesalahan (*error term*)

3.10 Pengujian Hipotesis

Setelah koefisien regresi diperoleh, langkah selanjutnya adalah menguji koefisien tersebut. Pengujian ini harus dilakukan dalam dua tahap, yaitu:

3.10.1. Uji T (Pengujian Secara Individu/Parsial)

Uji parsial, juga dikenal sebagai uji t, memanfaatkan koefisien regresi secara parsial untuk menentukan signifikansi parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat menurut (Sahir, 2021:53) Hipotesis nol (H_0) penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

$H_0, b_1=0$, artinya Kualitas Produk tidak ada pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Singkong Pedas (studi kasus Pada *Dona home industry food and snack* di Baturaja).

$H_a, b_1 \neq 0$, artinya Kualitas Produk ada pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Produk Keripik Singkong Pedas (studi kasus pada *Dona home industry food and snack* di Baturaja).

2. Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

$H_0, b_2=0$, artinya Harga tidak ada pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Produk Keripik Singkong Pedas (studi kasus pada *Dona home industry food and snack* di Baturaja).

$H_b, b_2 \neq 0$, artinya Harga ada pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Produk Keripik Singkong Pedas (studi kasus pada Dona *home industry food and snack* di Baturaja).

Menurut Sugiono (2017:240) dalam (Sari Marlia, 2021:34) Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan uji t adalah sebagai berikut:

- H_0 diterima dan H_a ditolak jika $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak signifikan.
- H_0 ditolak dan H_a diterima jika $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya signifikan.

Hasil t_{hitung} dibandingkan dengan t_{tabel} pada tingkat kepercayaan 95% dan taraf signifikan 5% dengan menggunakan $t_{tabel} = a/2$, df (n-k-1) yang dapat digambarkan sebagai berikut:

$H_0, b_1 b_2 = 0$, Artinya tidak ada pengaruh secara signifikan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Produk Keripik Singkong Pedas (studi kasus pada Dona *home industry food and snack* di Baturaja).

$H_b, b_1 b_2 \neq 0$, Artinya ada pengaruh secara signifikan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Produk Keripik Singkong Pedas (studi kasus pada Dona *home industry food and snack* di Baturaja).

a. Menentukan taraf nyata (α) dengan F_{tabel}

Taraf nyata dari F_{tabel} ditentukan dengan derajat bebas $N_1 = k - 1$ dan $N_2 = n - k$. Dimana: N_1 = pembilang atau df 1, N_2 = penyebut atau df 2, n = jumlah responden, k = jumlah variabel independen + dependen.

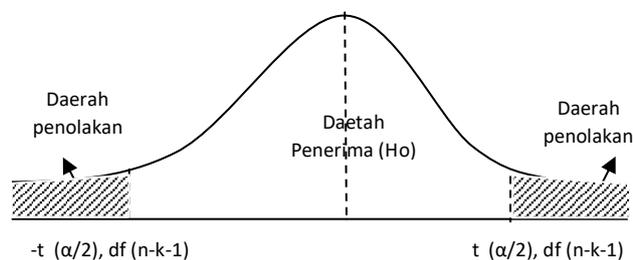
b. Menentukan kriteria pengujian

H_0 diterima apabila $T_{hitung} \leq T_{tabel}$

H_0 ditolak apabila $T_{hitung} \geq T_{tabel}$

c. Membuat kesimpulan

Menyimpulkan apakah H_0 diterima atau ditolak



Gambar 3.1

Interval keyakinan 95% untuk uji dua sisi

3.10.2 Uji F (Pengujian Secara Bersama-sama/Simultan)

Menurut Ghozali (2016:96) dalam (Sari, 2021:35), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dan menemukan nilai signifikansi 0,05 dengan cara berikut:

1. Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau probabilitas < nilai signifikan (Sig < 0,05), maka model penelitian dapat digunakan.
2. Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau probabilitas > nilai signifikan (Sig > 0,05), maka model penelitian tidak dapat digunakan.

Penelitian ini menggunakan hipotesis:

- a. Menentukan formulasi hipotesis

$H_0, b_1, b_2=0$, Artinya tidak ada pengaruh secara signifikan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Singkong Pedas (studi kasus pada Dona *home industry food and snack* di Baturaja).

$H_b, b_1, b_2 \neq 0$, Artinya ada pengaruh secara signifikan antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Singkong Pedas studi kasus pada Dona *home industry food and snack* di Baturaja).

Menentukan taraf nyata (α) dengan F_{tabel}

Taraf nyata dari F_{tabel} ditentukan dengan derajat bebas $N1=k - 1$ dan $N2 = n-k$.

Dimana: $N1 =$ pembilang atau df 1, $N2 =$ penyebut atau df 2, $n =$ jumlah responden, $k =$ jumlah variabel independen + dependen.

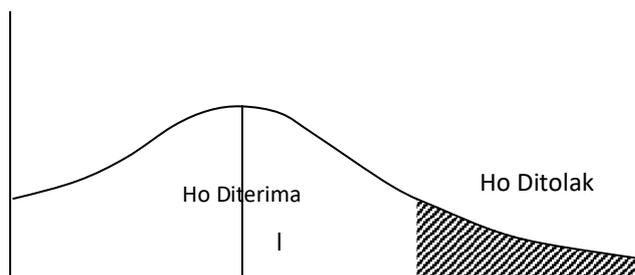
b. Menentukan kriteria pengujian

H_0 diterima apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$

c. Membuat kesimpulan

Menyimpulkan apakah H_0 diterima atau ditolak



Gambar 3.2

Uji F Tingkat Keyakinan 95%

3.11 Analisis Koefisien Determinasi (Rr)

(Sahir, 2021:54) menyatakan seberapa besar pengaruh variable bebas terhadap variable terikat melalui koefisien determinasi, yang biasanya diwakili dengan nilai R² pada prinsipnya. Semakin kecil angka koefisien determinasi dalam model regresi, semakin besar pengaruh semua variable bebas terhadap variable terikat, dan nilai R² semakin mendekati 100%.

Adapun rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KP = nilai koefisien determinasi

R = nilai koefisien kolerasi

3.12 Batasan Operasional Variabel

Tabel 3.1
Batasan Operasional Variabel

Nama Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas Produk (X1)	“Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan,” (Kotler dan Amstrong (2014 : 253). Dalam (Arianto et al., 2022:197)	1. <i>Perfomance</i> (Kinerja) 2. <i>Range and type of features</i> (Rentang dan jenis fitur) 3. <i>Reability atau durability</i> (Keandalan atau daya tahan) 4. <i>Sensory characteristic</i> (Ciri sensorik) 5. <i>Ethical profil and image</i> (Kesan pelanggan) (Harjadi & Arraniri, 2021: 36)

<p>Harga (X2)</p>	<p>Harga adalah jumlah nilai yang dapat ditukarkan oleh pelanggan dengan keuntungan memiliki atau menggunakan produk. Nilai produk dapat ditentukan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau penjual dapat menetapkan harga untuk semua pembeli pada harga yang sama.</p> <p>(Fakhrudin, 2022:2).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat produk 5. Harga membengaruhi daya beli konsumen 6. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan <p>Kotler (2008:345) dalam (Indasari, 2019: 42-43)</p>
<p>Keputusan Pembelian (Y)</p>	<p>pengambilan keputusan adalah proses memilih dan menentukan beberapa alternatif berdasarkan kepentingan seseorang kelompok yang dianggap memiliki tingkat keuntungan paling besar dari alternatif-alternatif lainnya.</p> <p>(Idrus, 2019:59)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian <p>Tjiptono(2012:184) dalam (Indasari, 2019:74-75)</p>

