

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Menurut (Siyoto & Sodik, 2018) memberikan penjelasan mengenai penelitian adalah suatu rangkaian kegiatan dalam bentuk penyelidikan, percobaan atau semacamnya yang dilakukan secara alamiah dalam bidang tertentu sehingga dapat mewujudkan pengertian baru yang dapat meningkatkan ilmu dan juga teknologi yang terjadi.

Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan yang dilakukan dalam melakukan penelitian, metode ini berfungsi untuk memeriksa sampel dan populasi tertentu serta suatu instrument penelitian yang disertai analisis data statistic dimana tidak dibuat untuk pengumpulan data saja melainkan untuk melakukan pengujian hipotesis yang ditetapkan (Sugiyono, 2013:14).

3.2. Sifat Penelitian

Sifat dalam penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk memberikan hubungan atau menghubungkan variabel satu dan lainnya untuk mencari peranan atau pengaruh yang menyebabkan sebab akibat antara variabel bebas dan variabel terikat atau independent, maka sifat ini disebut sebagai sifat asosiatif. Adapun variabel yang dihubungkan dalam penelitian ini yaitu variabel inovasi produk (X_1) dan variabel pelayanan (X_2) terhadap minat beli (Y). Penelitian juga merupakan penelitian replikasi dimana penelitian ini yang mana objeknya memiliki kesamaan

dari peneliti terdahulu dan memiliki variabel serta periode yang berbeda. Hal tersebut menjadi sumber penentu kendala yang terjadi.

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1. Lokasi Penelitian

Obyek dari penelitian ini yaitu di sebuah toko roti atau kedai kopi John's Bakery yang berlokasi di Komplek Ciptapuri Blok DD No.4 Tiban Kota Batam.

3.3.2. Periode Penelitian

Pada bulan Oktober 2020 hingga Maret 2021 dijadikan bulan untuk menjalankan penelitian ini, dengan segala pertimbangan baik dari pihak perusahaan maupun peneliti, pengumpulan data melalui observasi dijalankan pada waktu kerja berlangsung. Periode penelitian tercantum pada tabel berikut ini. Jadwal penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1 Periode Penelitian

Kegiatan	Waktu Penelitian													
	Pertemuan													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Pengajuan Judul	■	■												
Pencarian data awal			■	■										
Penyusunan penelitian					■	■								
Pembuatan kuisisioner							■	■						
Penyebaran kuisisioner									■	■				
Pengumpulan kuisisioner										■	■	■		
Pengolahan data										■	■	■		
Penyelesaian skripsi												■	■	■

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2015:61) populasi sebuah kelompok dari benda atau mata pelajaran yang memiliki kualitas tertentu dan karakteristik bagi para peneliti untuk belajar dan menarik kesimpulan.. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan transaksi pembelian John's Bakery di Kota Batam.

3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel

Rumus slovin digunakan sebagai metode untuk melakukan penentuan jumlah sampel yang diuraikan pada rumus dibawah ini:

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

Rumus 3.1 Slovin
Sumber: Sanusi (2011)

Keterangan:

- n = ukuran sampel
- N = ukuran populasi
- 1 = konstanta
- e = persen kelonggaran ketidaktelitian (5%)

Dari rumus diatas maka diperoleh nilai sampel (n) sebagai berikut:

$$n = \frac{151}{(1+(151 \times 0,05^2))} = 109,6189 \text{ responden}$$

Standar untuk penentuan sampel penelitian ialah responden merupakan pelanggan John's Bakery dimana responden tersebut berusia mulai dari 15 tahun, hal tersebut didasarkan asumsi kedewasaan seseorang dalam mengambil keputusan.

Dengan menggunakan rumus slovin peneliti menarik sampel sebesar perbandingan 151 populasi yang melakukan pembelian di John's Bakery dalam kurun waktu 1 tahun terakhir Maret 2020 - Februari 2021 dibagi 1,3775 sehingga menjadi sampel 109,618 dibulatkan menjadi 110 sampel yang diambil dari sampel yang berkualifikasi laki-laki dan perempuan, dan pengunjung usia anak, remaja hingga dewasa dengan tingkat presisi yang ditetapkan sebesar 5%.

3.4.3. Teknik *Sampling*

Penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dimana *nonprobability sampling* merupakan cara atau teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota sampel atau dilakukan secara acak, dimana sampel yang dipilih hanya untuk konsumen yang melakukan transaksi pembelian selama bulan Maret 2020 sampai dengan Februari 2021.

3.5. Sumber Data

Asal muasal data menjadi faktor penting untuk mempertimbangkan penentuan metode untuk mengumpulkan data agar kualitas penelitian lebih terjamin dan tidak asal asalan. Sumber data untuk mengumpulkan penelitian dibagi menjadi dua yaitu:

3.5.1. Data Primer

Menurut (Siyoto & Sodik, 2018) data primer merupakan sebuah data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung, disamping itu data primer juga merupakan data asli yang bersifat *up to date*. Dalam penelitian ini yang menjadi

responden untuk menerima kuisisioner merupakan konsumen John's Bakery Kota Batam.

3.5.2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari lembaga pemerintah yang menjadi objek penelitian. Data yang didapat berupa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan atau membagikan kuisisioner (*angket*). Pada masa pandemic seperti ini maka cara paling efektif dan efisien untuk membagikan kuisisioner adalah dengan membagikannya melalui *google form*. Kuisisioner ini merupakan suatu kumpulan data yang akan diisi oleh beberapa pernyataan dari variabel yang diteliti untuk diisi oleh responden.

Dalam penelitian ini kuisisioner memberikan nilai dengan menggunakan skala *likert*. Adapun pemberian nilai dari setiap jawaban adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala *Likert*

No	Bentuk Pernyataan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Ragu Ragu (RR)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Sumber : Sanusi (2011)

3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian diperlukan adanya analisis yang harus mempertimbangkan variabel yang akan saling berhubungan di dalam penelitian. Variabel ini akan menjadi objek dari penelitian atau dapat disebut sebagai titik perhatian dalam suatu penelitian (Marlena, 2018).

1. Variabel Independen

Variabel Independen diartikan sebagai variabel bebas, dalam penelitian ini variabel independen yaitu variabel inovasi produk (X1) dan pelayanan (X2)

2. Variabel Dependen

Variabel dependen diartikan sebagai variabel terikat, dalam penelitian ini variabel dependennya yaitu minat beli (Y)

3.7.1. Variabel Inovasi Produk

Menurut (Sugiyono, 2009) timbulnya variabel terikat (*dependent*) terpengaruhi oleh variabel bebas (*independent*). Dalam hal ini inovasi produk sebagai variabel bebas (*independent*) dikatakan sebagai X₁. Indikator dari inovasi produk menurut (Yuliana & Hidayat, 2018), diantaranya:

1. Kualitas Produk

- a. John's Bakery selalu memberikan kepuasan terhadap produk yang dijual.
- b. Produk yang dijual John's Bakery memiliki daya tahan yang lebih lama dibanding produk lainnya.
- c. Roti yang dijual di John's Bakery memiliki rasa yang nikmat yang tidak disediakan di café atau kedai kopi lainnya.

2. Varian Produk

- a. Produk yang dijual di John's Bakery memiliki ciri khas yang tidak dimiliki café atau kedai kopi lainnya.
- b. Produk yang dijual di John's Bakery memiliki beraneka ragam varian rasa.
- c. Produk yang dijual di John's Bakery memiliki banyak varian roti dibanding dengan café atau kedai kopi lainnya.

3. Gaya dan Desain Produk

- a. Produk yang dijual di John's Bakery memiliki ukuran yang lebih besar dibanding produk lainnya.
- b. Produk yang dijual di John's Bakery memiliki desain yang menarik.
- c. Produk yang dijual John's Bakery memiliki tampilan yang unik.

3.7.2. Variabel Pelayanan

Dalam penelitian ini variabel pelayanan merupakan variabel bebas (*independent*) dan disebut sebagai X_2 . Indikator dari variabel pelayanan menurut (Artianty, 2016) adalah sebagai berikut:

1. Bukti Fisik (*tangible*)

- a. John's Bakery memiliki tempat yang nyaman untuk bersantai.
- b. John's bakery memiliki fasilitas internet yang cepat dan mudah diakses.
- c. Karyawan John's Bakery memiliki penampilan yang rapi dan bersih saat melayani konsumen

2. Reliabilitas (*reliability*)

- a. Produk yang disajikan sesuai dengan tampilan yang sesungguhnya.
- b. Konsumen tidak terlalu lama menunggu produk yang dipesan.

- c. Karyawan John's Bakery memberikan pelayanan yang sama terhadap para konsumen tanpa memandang status sosial

3. Ketanggapan (*responsiveness*)

- a. Karyawan John's Bakery memiliki kemampuan dalam memberikan informasi yang jelas mengenai pesanan kepada konsumen.
- b. Karyawan John's Bakery memiliki waktu luang untuk membantu anda saat anda membutuhkan sesuatu.
- c. Karyawan John's Bakery cekatan dalam melayani kebutuhan akan pesanan para konsumen

4. Jaminan dan Kepastian (*assurance*)

- a. Karyawan John's Bakery memiliki pengetahuan tentang menu yang dipesan.
- b. Karyawan John's Bakery memiliki sikap yang ramah kepada konsumen.
- c. Karyawan John's Bakery selalu memberikan cita rasa yang sama terhadap menu yang disajikan.

5. Empati (*emphaty*)

- a. Karyawan John's Bakery memberikan perhatian khusus kepada konsumen
- d. Karyawan John's Bakery memiliki kesungguhan dalam merespon permintaan konsumen.
- e. John's Bakery memiliki jam operasional yang sesuai dengan keinginan konsumen.

3.7.3. Variabel Minat Beli

Variabel Minat Beli merupakan variabel terikat (*dependent*) disebut sebagai Y. Indikator dari minat beli menurut (Salimun & Sugiyanto, 2019) adalah sebagai berikut:

1. Minat Transaksional

- a. Saya lebih tertarik membeli produk yang dijual di John's Bakery.
- b. Saya berminat untuk membeli produk di John's Bakery karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan saya.
- c. Saya berminat untuk membeli produk di John's Bakery karena produknya yang berkualitas..

2. Minat Refrensial

- a. Saya akan merekomendasikan produk yang dijual di John's Bakery kepada kerabat dekat.
- b. Saya akan membantu memberikan informasi mengenai produk yang telah saya beli di John's Bakery
- c. John's Bakery menjadi tempat yang disarankan untuk bersantai di waktu luang.

3. Minat Preferensial

- a. John's Bakery menjadi pilihan utama saya saat membeli roti.
- b. John's Bakery menjadi pilihan tempat untuk saya bersantai karena merasa nyaman dengan pelayanannya
- c. Saya memilih John's Bakery sebagai café atau kedai kopi favorit karena lebih menarik perhatian saya.

4. Minat Eksploratif

- a. Saya akan menanyakan informasi produk John's Bakery kepada orang yang telah mengkonsumsi produknya.
- b. Saya tertarik untuk membeli produk John's Bakery setelah mendapat informasi dari teman atau kerabat saya.
- c. Saya akan mencari informasi mengenai produk yang akan saya beli di John's Bakery dari media sosial lainnya.

3.8. Metode Analisis Data

Statistik deskriptif dengan menggambarkan deskripsi atau memberikan ikhtisar data yang dikumpulkan untuk menganalisis data tanpa mengambil kesimpulan yang berlaku untuk generalitas.

3.8.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk pengukuran kuisioner dengan tujuan mengetahui valid atau tidaknya kuisioner tersebut. Jika pertanyaan dalam survei dapat diklarifikasi maka kuisioner dikatakan berlaku atau valid (Ghazali, 2011;52).

Uji ini dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan derajat kebebasan $(df) = n-2$ dan tingkat signifikansi 5% (0,05). Mengenai kasus tersebut, n merupakan jumlah sampel. Jika perhitungan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai positif, dan nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator valid.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran seberapa besar kehandalan suatu instrumen pengumpulan data. Tes ini menentukan konsistensi dan stabilitas instrumen sehingga

jawaban dari responden berbeda tetapi tidak jauh dari responden dalam variabel (Wiyono, 2011:115-116).

Kuisisioner dapat dinyatakan saling reliabel jika respon dari seseorang terhadap pernyataan yang diberikan konsisten dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan handal jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ (Ghozali, 2011;48).

Reabilitas pada variabel harga, pelayanan dan minat beli ini menggunakan pre test data sebanyak 110 sampel. Hasil pengujian menerangkan variabel inovasi produk, pelayanan serta minat beli menghasilkan nilai cronbach alpha $> 0,6$ dan setiap indikator mempunyai nilai yang tidak melebihi nilai cronbach alpha pada setiap variabel. Jadi dalam uji reabilitas ini dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel ini dinyatakan reliabel (Sugianto Putri, 2016)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan referensi dari Ghozali, 2011;48 dengan nilai *Cronbach Aplha* $> 0,70$.

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan mengenai kenormalan distribusi data. Jika distribusi data cenderung normal maka model regresi tersebut dapat dikatakan baik. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik normal probability plot. Apabila berdistribusi normal atau simetris, maka penyebaran plot akan berada pada 45° mengikuti garis (Wiyono, 2011:149). Pengujian ini dapat diperkuat dengan menggunakan metode pengujian Kolmogrov Smirnov.

3.8.3.2. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dilakukannya pengujian heteroskedastisitas untuk mengetahui adanya suatu penyimpangan dari syarat atau perlakuan dari uji asumsi klasik pada regresi linear. Uji Heteroskedastisitas terjadi apabila kondisi dimana varian tidak sama dengan nilai sisa yang ada antara satu observer dengan observasi lainnya. Jika nilai dan varian tersisa antara observer satu dengan observer lainnya maka disebut juga dengan kondisi homoskedastisitas dimana penyebaran titik nya mengarah kesuatu pola yang tidak jelas. (Gani & Amalia, 2018).

3.8.3.3. Uji Multikolinieritas

Problem pendeteksian pada uji multikolinieritas dinilai dari tingkat Variance Inflation Factor (VIF) jika VIF nya dibawah 10, maka uji multikolinieritas nya tidak aad gejala. VIF diatas 10 dan tolerance nilai nya lebih dari 0.10, maka uji mutikolinieritas nya tidak memiliki gejala dan model regresi dari beberapa variabel akan terganggu. (Gani & Amalia, 2018)

3.8.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Tujuan dilakukannya analisis ini untuk mengetahui serta memahami efek atau akibat yang akan terjadi antar variabel yang diteliti. Variabel yang dimaksud yaitu inovasi produk sebagai X1, variabel pelayanan sebagai X2 dan variabel minat beli konsumen sebagai variabel Y, berikut adalah persamaan regresinya:

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

Rumus 3.2 Regresi Linier Berganda

Keterangan:

Y = minat beli

X₁ = inovasi produk

X₂ = pelayanan

a = konstanta

b = koefisien

e = error

3.8.5. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi ini difungsikan sebagai tolak ukur untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model atau persamaan mampu menerangkan variasi dari variabel dependen. Dalam menggunakan analisis koefisien determinasi untuk mendeteksi besaran variabel variabilitas independen terhadap variabel dependen yang diperlihatkan melalui nilai R² dalam proposi variasi dalam variabel terikat (Y) dengan variabel bebas yang lebih dari satu variabel secara bersamaan apabila koefisien determinasi (R²) semakin baik maka nilainya seimbang dengan kenaikan total variabel bebas.

3.8.6. Uji Hipotesis

Dalam uji hipotesis sangat mengacu pada tingkat signifikansi koefisien regresi linier berganda secara parsial dalam variabel independen. Terjadinya signifikansi apabila harga kurang dari alpha 0,05, maka H₁ akan diterima, akan tetapi jika sebaliknya signifikansi harga lebih dari alpha 0,05, maka H₀ yang akan diterima (Gani & Amalia, 2018). Uji hipotesis menggunakan beberapa uji lainnya

seperti uji statistik t (parsial), uji F (Simultan) dan analisis koefisien determinasi (R²).

3.8.6.1. Uji F

Uji F ialah pendeteksi kepatasan model. Model yang digunakan dengan layak ialah model untuk menjabarkan populasi, jika nilai F dalam model regresi layak dalam sebuah model untuk memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Uji statistik F pada dasarnya untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas dalam model mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan (Ghozali, 2013:98).

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu variabel pada uji F dapat dilihat dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ serta nilai sig. yang lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis nihil (H_0) atau disebut sebagai hipotesis yang tidak memiliki hubungan antar variabel ditolak dan untuk hipotesis alternative (H_a) diterima yang artinya antar variabel memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

3.8.6.2. Uji t

Pada dasarnya, uji t menunjukkan seberapa jauh dampak dari variabel independen secara individual dengan cara yang memberikan informasi tentang perbedaan yang terikat. Untuk melakukan tes ini, tingkat rata-rata nilai t hitung dan t tabel adalah 5% (0,05), derajat $df = n - k - 1$. Untuk $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $p < 0,05$, dapat dengan bebas membandingkan pada persentase positif.

